

DOI 10.36074/grail-of-science.07.07.2023.040

ЗАПОЗИЧЕННЯ У ТЕРМІНОЛОГІЇ ТУРИЗМУ

М'ягkota Ірина Володимирівна

Викладач, кафедра української та іноземних мов

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського, Україна

Анотація. У статті розглянуто проблему запозичень у термінології туризму. Виявлено, що внаслідок постійного міжнародного обміну інформацією у сфері туризму запозичання і вживання іншомовної лексики є цілком закономірним явищем. За ступенем освоєння у галузі туризму визначено два різновиди української лексики чужомовного походження. Виділено внутрішньомовні причини поширеного вживання іншомовних слів у сфері туризму.

Ключові слова: термінологія, сфера туризму, національна терміносистема, запозичення, інтернаціоналізми

Запозичення – це перенесення поняття та слова (словосполуки), яке його називає, в іншомовний соціум, в іншу національну культуру. Тобто мовне запозичення різних видів є результатом процесу запозичення поняття.

Основою будь-якої національної терміносистеми є питома термінологія, утворена на власному мовному ґрунті. Проте, якою би багатою не була природна мова, при творенні термінів вона «не може обійтися своїми власними ресурсами, тому термінологія багатьох галузей знань різних мов послуговується лексичними та словотворчими засобами високорозвинутих літературних мов» [1].

Питання про питому та іншомовну лексику є одним із багатьох у проблематиці наукової термінології і завжди було предметом зацікавлень мовознавців. Проблеми запозичень у різних терміносистемах присвячено дослідження Л. О. Симоненко, С. О. Соколової, М. П. Годованої [2], І. М. Кочан [3], І. Р. Процик [4], Т. Панько [5], В. М. Дейнека [6] та ін. Сьогодні мовознавці шукають відповіді на багато питань пов'язаних із запозиченнями, зокрема: має бути вітчизняна термінологія суто українською чи інтернаціональною; яким має бути ступінь інтернаціоналізації; коли є вагомими підстави для запровадження чужих термінів; що робити із масовими запозиченнями у науковій мові та ін.

Незважаючи на значну кількість праць, аналіз запозичень у кожній з термінологічних галузей є необхідним завданням.

Оскільки у сфері туризму відбувається постійний міжнародний обмін інформацією то запозичання і вживання іншомовної лексики є цілком закономірним постійним явищем.

Українську лексику чужомовного походження у галузі туризму за ступенем

освоєння поділяють на два різновиди:

1. Іншомовні слова – запозичення, які фонетично й граматично оформлені за зразком чужої мови: джип-сафарі (jeep-safari), пекідж-тур (package tour), меню а-ля карт (A la Carte menu), хед-хантер (head hunter).

2. Запозичені слова – іншомовні слова, які цілком засвоєні мовою та придатні для творення похідних: *туризм* – *туристичний*, *турист* – *туристський*, *готель* – *готельний*, *екскурсія* – *екскурсійний* та ін.

На відміну від іншомовних слів, запозичені слова не сприймаються мовцями як чужорідний елемент і не потребують пояснень щодо форми і значення [7].

Виділяємо кілька внутрішньомовних причин поширеного вживання іншомовних слів у сфері туризму:

1. Використання інтернаціоналізмів – міжнародних термінів, які вживаються не менше, як у трьох неспоріднених мовах і мають зазвичай греко-латинську основу: *туризм* – англ., франц., укр.; *оператор* – англ., франц., рос.; *гід* – англ., франц., рос.; *сертифікат* – англ., франц., укр.; *готель* – англ., франц., рос.; *ресторан* – англ., франц., рос. Інтернаціоналізми завжди є зрозумілими та не потребують перекладу.

Для багатьох інтернаціональних термінів існують національні відповідники: *турист* – *мандрівник*, *ваучер* – *путівка*, *інтернаціональний* – *міжнародний*, *індустрія* – *промисловість*; *хостел* – *молодіжний готель*.

2. Тенденція у словотворенні до компактності, зумовила появу телескопічних термінів на позначення засобів розміщення, що складаються з початкової частини першого і кінцевої частини другого слова та мають здатність передавати багатослівний описовий зворот однослівним найменуванням: *ботель* (з англ. boat – човен, судно, hotel – готель) – *готель на воді*, *мотель* (з англ. motor – двигун, hotel – готель) – *готель для автотуристів*; *ротель* (з нім. rollende – прокатування, hotel – готель) – *пересувний готель-вагон з обмеженим набором послуг* тощо. Такі іншомовні лексеми сприяють, насамперед, лаконізму мови.

3. Частково запозичені лексичні замітники скорочують обсяг тексту. Їх вживають і з естетичних міркувань, оскільки іншомовні лексеми видаються працівникам туристичних фірм милозвучнішими за їхні українськомовні відповідники: *трансфер...* замість (*спеціальна транспортна послуга*); *харчування BB (Bed & Breakfast)* замість (*разове харчування – сніданок – “шведський стіл” – безкоштовно: вода, кава, чай*) – з усного мовлення працівників туристичних фірм.

4. Інтернаціональна особливість туризму та загострене відчуття престижності зумовили появу у лексиці фахівців нових назв на позначення давно відомих професій, служб, технологічних процесів тощо: *прибиральник* → *клінінг-менеджер*, *клінер*; *пропагандист* → *піар-технолог*; *служба номерного фонду чи служба покоївок* → *хаузкіпінг*; *обслуговування в номерах* – *рум-сервіс* і т.п.

5. Поширеним явищем є запозичення нових лексем, синонімічних для вже наявних через данину моді: *фешенебельний готель* (англ. fashionable – модний), *бутик-готель* (фр. boutique – лавка), *гест хауз* (англ. guest house – гостьовий будинок), *хостел* (англ. hostel – молодіжний готель), *атракція* (англ. attraction –

система розваг і заходів у туризмі), *трекінг* (англ. trekking – різновид пішохідного туризму), *шопінг* (англ. shopping – похід по магазинах) паркінг (замість автостоянка), *вікенд* (англ. тиждень і кінець – час відпочинку й розваг від суботи до понеділка) і т. п.

6. Досягнення європейських країн у туристичній індустрії та інтенсивне розширення ринку професій у цій сфері спричинили запозичення іншомовних лексем на позначення осіб за видом діяльності разом із самою професією: *бариста* (італ. barista – буквально «людина, яка працює за барною стійкою», бармен, буфетник) – *фахівець із приготування кави*; *сомельє* (фр. sommelier – виночерпій) – *фахівець, який відповідає за напої в ресторані, їхню закупівлю, зберігання та продаж, дає поради щодо вибору вин, стежить за їхнім подаванням клієнтові аж до моменту, коли той залишає зал*; *фумельє* (ісп. fumar – палити) – *сигарний сомельє, який розуміється на поєднанні сигар із напоями*; *кейтерьє* (англ. catering service – банкетне обслуговування) – *фахівець, який організовує бенкети поза межами закладів ресторанного господарства*; *хостес* (англ. hostess – господиня) – *фахівець ресторанної служби, “обличчя” ресторану, “господиня залу” тощо*. Такі лексичні одиниці є прикладом заповнення лакун в українській мові, де відсутня подібна професія, посада й автохтонна мовна одиниця на її позначення. Ця іншомовна лексика значно розширює словник, збільшуючи можливості номінації на національному ґрунті.

7. Надважливим у туризмі є швидке порозуміння з іноземними партнерами і налагодження якісного та продуктивного зворотного зв'язку. Іншомовні кальки є ключовим фактором у цьому процесі, що пояснюється специфікою предметної галузі, пошавленням міжнародних зв'язків та авторитетністю мови-донора: *SGL (одномісне розміщення)*; *BO (bed only) – розміщення без харчування*; *FB (full board) – повний пансіон: сніданок, обід і вечеря (шведський стіл)*; *OV (Ocean view) – вид на океан*; *MB (Main Building) – основна будівля готелю*. Така лексика є незамінним засобом лаконічного й точного передавання інформації в текстах, призначених для вузького кола фахівців.

8. Неповністю асимільованими є запозичення, до складу яких входять абрєвіатури або елементи, графічно оформлені засобами мови-джерела, напр., *PR-менеджер* (від англ. PR – Public Relations – зв'язки із громадськістю + англ. менеджер) – *фахівець із зв'язків із громадськістю*; *HR-менеджер* (від англ. HR – Human Resource – людський ресурс + англ. менеджер) – *фахівець із підбору персоналу*; *MC* (від англ. MC – master of ceremony) – *ведучий дискотек, фахівець з організації церемоній*; *DJ* (від англ. DJ – disc jockey) – *працівник розважальних заходів, що відповідає за музику*; *готель U – готель з особливостями, що істотно виділяють його серед інших, аналогічних за класом (unikat, unique, unico)*. Прагнення до новизни та свіжості, емоційності та експресивності, намагання продемонструвати високий рівень розвитку індустрії відпочинку на тлі стандарту та побуту зумовлює появу напівкальок у лексиконі українського туризму.

На основі описаного матеріалу робимо висновок, що запозичення іншомовних одиниць є закономірним явищем, яке не має істотних обмежень чи заборон, важливий засіб поповнення термінології українського туризму. Однак слід враховувати, що використання іншомовних термінів для забезпечення

фахових комунікативних потреб має бути регламентованим, оскільки надмірна кількість запозичень часто призводить до ускладнення сприймання інформації, перевантаження чужомовними лексемами мови загалом та галузевої терміносистеми зокрема.

Список використаних джерел:

- [1] Симоненко, Л. (2001). Українська наукова термінологія: стан та перспективи розвитку. Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. (IV), 3–8.
- [2] Симоненко, Л. О., Соколова, С. О., Годована, М. П. (1993). Національні та інтернаціональні елементи в сучасних терміносистемах. Київ: Наук. думка.
- [3] Кочан, І. М. (2004). Динаміка і кодифікація термінів з міжнародними компонентами в сучасній українській мові. Львів.
- [4] Процик, І. Р. (2003). Запозичення та освоєння чужомовної лексики в українській фізичній термінології на зламі XIX–XX століть. Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. (V), 167–169.
- [5] Панько, Т. І., Кочан, І. М., Мацюк, Г. П. (1994). Українське термінознавство. Львів: Світ.
- [6] Дейнека, В. М. (2006). Іншомовна основа термінології митної справи: способи термінотворення. Вісник СумДУ. (Т. 2: №11 (95). 34–38.
- [7] Рудакова, Т. М. (2013). Принципи засвоєння неозапозичень в українській літературній мові: орфографічна адаптація. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія : Філологічні науки. (Кн. 1). 129–135.