МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

Півньова Лілія Василівна

УДК811.161.2’276.5:373.46

ДИСЕРТАЦІЯ
“ЛЕКСИКА ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ: ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ”

10. 02. 01 – українська мова
035 – філологія

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело

Науковий керівник –
Туровська Людмила Володимирівна,
кандидат філологічних наук,
старший науковий співробітник

Київ – 2017

АНОТАЦІЯ

Півньова Л. В. Лексика туризму в українській мові: формування та функціонування. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 10. 02. 01. – українська мова. – Інститут української мови НАН України. – Київ, 2017.

У дисертації здійснено комплексний аналіз лексики туризму в українській мові.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що викладені в ньому положення, спостереження і висновки сприятимуть подальшому впорядкуванню й унормуванню лексики туризму в українській мові. Матеріали роботи можуть бути використані в навчальному процесі вищої школи: під час опрацювання спецкурсів із термінознавства, лексикології, а також для укладання словників із туризму. Теоретичні положення слугуватимуть основою для аналогічних спостережень над термінолексикою інших галузей.

У роботі констатовано, що для сучасної епохи характерний стрімкий розвиток нових професійних галузей, які помітно впливають на соціально-економічний бік суспільного життя. Зауважено, що особливого значення набувають термінознавчі дослідження фахових мов, що виникають як реакція на практичні потреби професійної комунікації. Еволюція туристичної сфери в Україні спричинила збільшення масиву спеціальної лексики, що номінує поняття, пов’язані з нею. З огляду на ці процеси у дисертації проаналізовано статус мови спеціального призначення в сучасній лінгвістиці, закцентовано увагу на проблемах вивчення термінологічної лексики на початку XXI ст., виокремлено найхарактерніші функції МСП туризму, розглянуто польову структуру терміносистеми із виокремленням найбільших стратів (*терміни*, *професіоналізми*, *номенклатурні назви*). З’ясовано, що ядром мови спеціального призначення туризму є терміни, які позначають професійні поняття і використовуються фахівцями у фаховій діяльності. Термін є не просто номінацією на позначення якогось спеціального об’єкта чи предмета, а перш за все засобом логічного

осмислення й узагальнення предметної галузі, що сприяє її теоретичному вивченню й практичному освоєнню. Розглянуто співвідношення номенів і термінів, класифіковано за тематичним принципом номени, які функціонують у туристичній сфері, проаналізовано професійно-сленгову лексику як джерело поповнення термінології туризму.

У роботі висвітлено історію формування базової лексики туризму; визначено основні етапи її становлення: перший етап – прототермінологічний – охоплює часовий проміжок від найдавніших часів до початку XIX ст. і свідчить про стихійність та слабке оформлення термінології туризму; другий етап – початок розвитку терміносфери туризму – припадає на період із середини XIX ст. до початку XX ст. і відзначається інтенсифікацією творення нових назв; третій етап – розвиток терміносфери туризму (1918–1950 рр.) – характеризувався суперечливими процесами в усіх ланках життя суспільства і туристичної сфери зокрема; четвертий етап – активне формування термінолексики туризму (50-ті – 80-ті рр. XX ст.) – відзначений набуттям туризмом у світі масового, індустріального характеру; п’ятий етап – інтеграційний поступ терміносфери туризму (90-ті роки XX ст. − початок XXI ст.) – тісно пов’язаний із запозиченням нових понять та термінів на їх позначення.

Простежено подання дефініцій основних термінів туризму у загальномовних словниках та навчально-методичних працях українських і зарубіжних учених, розглянуто особливості їх потрактування у різні періоди розвитку галузі. Величезне значення для формування української туристичної термінології мали численні буклети, путівники, нариси, монографії з туристично-краєзнавчої проблематики українських авторів, у яких набували чіткого туристичного змісту національні лексеми. У дисертаційній праці закцентовано увагу на розвиткові ядерних термінів як основи термінополя туризму в українській мові; проаналізовано прототерміни *туризм*, *тур*, *гість*, *гостинність*, *готель*, *мандрівник*, *паспорт* тощо.

Зауважено, що вектор наукового зацікавлення лінгвістів сьогодні змістився у бік функціонально-комунікативних досліджень мовних явищ, де лексику

вивчають як знаряддя для реалізації намірів мовця у процесі комунікації. Такий підхід дав можливість дослідити фахову мову туризму “зсередини”, ураховуючи у такий спосіб не тільки мовну площину, а й мовленнєву.

Особливого значення у дисертації надано з’ясуванню ролі іншомовних слів як одного з основних джерел поповнення лексики туризму кінця XX – початку XXI століття. Сучасний розвиток лексики туризму в українській мові характеризується виваженим, толерантним ставленням науковців як до питомих, так і до запозичених мовних одиниць, однак помітне надання переваги іншомовним лексемам, що спричинено як внутрішньомовними, так і позамовними чинниками. Проаналізовано типові порушення орфографічних, граматичних та лексичних норм, зафіксовані у фаховій літературі, та подано загальні рекомендації щодо внормування лексики туризму в українській мові.

Окреслено функціональний потенціал лексичних засобів у туристичній комунікації, що сприяють колоритному відтворенню в мові різноаспектних явищ та є елементами культурного прояву, способом аргументації та переконання. Для ефективної комунікації людство використовує найрізноманітніші знакові системи, які паралельно із мовною кодують та передають інформацію. У дисертації закцентовано увагу на нових тенденціях у використанні кольороназв у фаховій мові туризму, що дає змогу фахівцям і туристам розуміти одне одного й успішно співпрацювати. Поєднання візуального компонента з лінгвістичними засобами позбавляє слово нейтральності, унаслідок чого воно набуває прагматичного значення і стає цінним засобом спілкування. Евфемізми схарактеризовано як інструменти, що забезпечують ведення успішного діалогу та допомагають адресантові уникнути конфліктних ситуацій, висловити шанобливе ставлення – без чого не може здійснюватися повноцінна комунікація.

Ключові слова: мова спеціального призначення, туристична сфера, функції мови спеціального призначення, спеціальна лексика туризму, термінологія, термін, номенклатура, номен, професіоналізм, еволюція лексики туризму, лексикографічні джерела, професійне спілкування, міжкультурна комунікація, іншомовні слова, лексичні засоби у туристичній комунікації, кольороназви, евфемізми.

ABSTRACT

Pivnova L. V. Tourism vocabulary in the Ukrainian language: development and functioning. – Qualifying scientific paper. Manuscript.

Thesis for a candidate degree in Philology (PhD in Philology): Specialty 10. 02. 01. Ukrainian language. – The NASU Institute of the Ukrainian language – Kyiv, 2017.

In this thesis a comprehensive analysis of the vocabulary of tourism in the Ukrainian language has been carried out.

The practical significance of the research is that the concepts, observations and conclusions set forth in it will contribute to the further unification of the vocabulary of tourism in the Ukrainian language. The data of the study can be used in the educational process of the higher school, for example during the courses on terminology studies and lexicology, as well as for compiling dictionaries in the field of tourism. Theoretical concepts will serve as a basis for similar observations on the terminology in other fields.

It has been stated in the paper that the modern era is characterized by the rapid development of new professional areas that have a significant impact on the socio-economic side of public life. It has been noted that terminology studies of professional languages, which arise as a reaction to the practical needs of professional communication, are of particular importance. The evolution of the tourism industry in Ukraine has led to an increase in the array of special vocabulary that denotes the concepts associated with it. Taking into account these processes, the status of language for specific purposes (LSP) in modern linguistics has been analysed in the thesis. The research is focused on the issues of studying terminology at the beginning of the 21st century. The most characteristic features of LSP in the field of tourism have been identified; the field structure of the terminology system has been examined and its largest stratums (*terms, professionalisms, nomenclature names*) have been distinguished. It has been found out that the core of the language for specific purposes in the field of tourism are terms that denote professional concepts and are used by specialists for carrying out professional activities. The term is not just a concept to denote a particular object, but above all a means of logical comprehension and

generalization of the subject field, which contributes to its theoretical study and practical learning. The relation of nomens and terms has been considered, nomens used in the field of tourism have been classified according to the thematic principle, and professional slang as a source of replenishment of tourism terminology has been analysed.

In this paper the author has elucidated the history of basic tourism vocabulary development; the main stages of its development have been determined. Thus, the first proto-terminological stage covered the time interval from ancient times to the beginning of the 19th century and suggested spontaneous and poorly defined tourism terminology; the second stage that is the beginning of the development of the terminology of tourism fell on the period from the middle of the 19th century to the beginning of the 20th century and was marked by the increased introduction of new names; the third stage, the stage of tourism terminology development (1918–1950) was characterized by controversial processes in all aspects of the life of society and tourism in particular; the fourth stage of the active development of terminology of tourism (1950's–1980's) corresponded to the period of mass tourism; the fifth stage, the stage of the intensive tourism terms integration processes (1990's-beginning of the 21st century) is marked by the borrowing of new concepts and terms for their designation.

The ways the definitions of the main terms of tourism are given in the dictionaries and educational and methodical works by Ukrainian and foreign linguists have been considered, peculiarities of their interpretation in different periods of the industry development have been investigated. Many booklets, guidebooks, essays, monographs on tourism issues by Ukrainian authors, which acquired national lexemes with clear tourist content, were of paramount significance for the formation of Ukrainian tourist terminology. Development of nuclear terms as the basis of the tourism terminology in the Ukrainian language has been focused on in this thesis. Such proto-terms as *tourism, tour, guest, hospitality, hotel, traveller, passport,* etc. have been analysed.

It has been noted that the vector of scientific interest of linguists today has shifted towards functional and communicative studies of language phenomena, where vocabulary is studied as an instrument for realizing the intentions of the speaker in the

process of communication. Such an approach made it possible to study the professional language of tourism “from within”, taking into account not only the linguistic but also the speech aspects.

The role of foreign language words as one of the main sources of tourism vocabulary replenishment at the end of the 20th and the beginning of the 21st century has been clarified. The modern development of the vocabulary of tourism in the Ukrainian language is characterized by a thoughtful, tolerant attitude of scholars to both native and borrowed linguistic units, however, a significant preference for foreign language lexemes, which is due both to in-language and extra-linguistic factors has been noticed. The typical violations of spelling, grammar and lexical norms recorded in professional literature have been analysed, and general recommendations as to the unification of tourism vocabulary in the Ukrainian language have been given.

The functional potential of lexical means in tourism communication, which contribute to the colourful reproduction of various aspects and phenomena in language and serve as the elements of cultural manifestation, means of reasoning and persuasion, have been outlined. For the efficient communication, people use a variety of sign systems that together with language system encode and transmit information. The thesis focuses on new trends in the use of colour terms in the professional language of tourism, which enables the specialists and tourists to understand each other and cooperate successfully. Combination of a visual component with linguistic means deprives the word of neutrality, and as a result it gains pragmatic meaning and becomes a valuable means of communication. Euphemisms are described as tools to ensure a successful dialogue and help the addressee to avoid conflict situations, express a respectful attitude, without which efficient communication is impossible.

Key words: language for specific purposes, tourism, functions of the language for specific purposes, specific tourism vocabulary, terminology, term, nomenclature, nomen, professionalism, evolution of tourism vocabulary, lexicographical literature, professional communication, intercultural communication, foreign language words, lexical means in tourism communication, colour terms, euphemisms.

Список публікацій здобувача

1. Півньова Л. В. Ядерні терміни термінополя туризму в українській мові: проблеми дефініції // Наукові записки. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – Випуск 100. – С. 149 – 152.

2. Півньова Л. В. Професійно-сленговий лексикон як джерело поповнення термінологічної лексики (на матеріалі лексики туризму) // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – Випуск 28. – С. 357 – 360.

3. Півньова Л. В. Еволюція поняття "мандрівник" в українському лексиконі // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. – Випуск 29. – Частина 1. – С. 77 – 81.

4. Півньова Л. В. Автохтонна та запозичена лексика на позначення номенів туристичної сфери // Вісник Національного ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – № 733. – С. 212 – 216.

5. Півньова Л. В. Адаптація в українській термінології іншомовних лексем на позначення засобів розміщення туристів // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. В. Л. Іващенко. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2013. – Випуск 2(2). – С. 157 – 162.

6. Pivnova L. V. The adaptation of lexical units with the meaning of tourist accommodation in the Ukrainian terminology // Terminolohichnyi visnyk. – 2013. – Vol. 2 (2). [Електронний ресурс]. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/**termv**_2013_2(2)__29.

7. Пивнёва Л. В. Отображение эволюции прототерминов *гість* и *гостинність* в лексикографических источниках // Материалы международной научно-практической конф. "Проблемы языка в современной научной парадигме: X Седельниковские чтения". – Павлодар : ПГПИ, 2013. – С. 98 – 103.

8. Півньова Л. В. Поняття “туристичні формальності”: історико-лінгвістичний аспект вивчення // Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту: зб. наук. праць. – Чернівці : Видавничий дім “РОДОВІД”, 2014. – Випуск 692 – 693. – С.156 – 159.

9. Півньова Л. В. Історія становлення лексеми *паспорт* на позначення основного документа сучасної людини // Термінологія документознавства та суміжних галузей знань: зб. наук. пр. / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т держ. упр.; за заг. ред. В. В. Бездрабко. – Київ : Четверта хвиля, 2014. – Випуск 8. – С. 212 – 218.

10. Півньова Л. В. Мова спеціального призначення як об’єкт лінгвістичних студій // Українська мова. – 2014. – № 4 (52). – С. 117 – 126.

11. Пивнёва Л. В. Функции LSP туризма // Языковые категории и еденицы: синтагматический аспект. Материалы XI Международной научной конференции (Владимир, 29 сентября – 1 октября 2015). – Владимир, 2015. – С. 398 – 406.

12. Півньова Л. В. Колороніми в українській лексиці туризму // Українська мова. – 2016. – № 1 (57). – С. 100 – 111.

13. Півньова Л. В. Функціонально-прагматичний аспект використання евфемізмів у лексиконі українського туризму // Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри: зб. наук. праць / [відп. ред. Л. Д. Малевич]. – Рівне: НУВГП, 2016. – С. 128 – 132.

14. Півньова Л. В. Функціональні можливості виражальних лексичних засобів у професійній туристичній комунікації // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. Л. В. Туровська. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2017. – Випуск 4. – С. 268 – 274.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.…….....……12
ВСТУП……..……16
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ……..…….……...21
1.1. Сутність поняття “мова спеціального призначення” (МСП)……..……...21
1.2. Функції МСП туризму……32
1.3. Стратифікаційна структура спеціальної лексики туризму…….……38
1.3.1. Ядро і периферія лексики туризму в українській мові…….....39
1.3.2. Термін як основна одиниця мови спеціального призначення……47
1.3.3. Номени в мові спеціального призначення…….....56
1.3.4. Роль професіоналізмів в поповненні української лексики туризму……..66
Висновки до розділу 1……...75
РОЗДІЛ 2 СТАНОВЛЕННЯ БАЗОВОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ…..……...…77
2.1. Етапи становлення української фахової лексики туризму…….…77
2.2. Ядерні терміни як основа термінополя туризму в українській мові……...102
2.3. Розвиток прототермінів *гість* і *гостинність*…….....….108
2.4. Еволюція терміна *мандрівник* в українському лексиконі…….....113
2.5. Терміни на позначення туристичних формальностей…….……....120
2.6. Реалізація поняття ‘*паспорт*’ в українській лексиці……...….125
2.7. Становлення назв місць розташування туристів…….……..131
Висновки до розділу 2……135
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ……136
3.1. Специфіка функціонально-комунікативної парадигми туристичної лексики……..136
3.2. Іншомовні слова як одне з основних джерел поповнення лексики туризму кінця ХХ – початку ХХІ століття……...140
3.3.Функціональний потенціал лексичних засобів у туристичній комунікації……...……...150

3.4. Нові тенденції у використанні кольороназв у фаховій мові туризму ……158
3.5. Прагматичні аспекти використання евфемізмів у туристичному менеджменті…….170
Висновки до розділу 3……..…...174
ВИСНОВКИ……176
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……...181
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...202
ДОДАТОК А ТЕМАТИЧНИЙ ПОКАЖЧИК СУЧАСНОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ……..…214
ДОДАТОК Б СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ ТА ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ……...256

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АСЛГ – Ахманова О. Словарь лингвистических терминов. – Москва: Сов. энциклопедия, 1969. – 607 с.

БЕСУМ – Етимологічний словник української мови: В 7 т. / Уклад. : Р. В. Болдирєв та ін. – Київ : Наук. думка, 2006. – Т 5: Р–Т. – 704 с.

БСДГТ – Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. – Київ : Інститут туризму федерації профспілок України, 1998. – 130 с.

БСІС – Бибик С. П., Сюта Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків : Фоліо, 2006. – 623 с.

БСУМ – Словник української мови: В 11 т. / [ред. кол.: І. К. Білодід (голова) та ін.]. – Київ : Наук. думка, 1970–1980.

БСУС – Белей Л., Белей О. Старослов'янсько-український словник. – Л. : Монастир Монахів Студит. Уставу. Вид. від. "Свічадо", 2001. – 332 с.

БЯСЧС – Словник чужомовних слів / За ред. О. Бадана-Яворенка. – Київ, Українська радянська енциклопедія, 1932. – 532 с.

БСЭ – Большая советская энциклопедия: В 30-ти томах: Т. 26. Тихоходки-Ульяново / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд . – Москва: Сов. энциклопедия, 1977 . – 624 с.

ВТССУМ − Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і доп.) / Уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – Київ; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2005. – 1728 с.

ГЕУ – Географічна енциклопедія України: У 3 т. – Київ, 1989–1993. – Т. 3. – С. 313.

ГСУМ – Словарь української мови: У 4 т. / Упор. з додатком власного матеріалу Б. Грінченко. – Київ, 1909. – Т. 3. – 506 с.; Т. 4. – 563 с.

ДС − Словарик: Пояснення чужих та не дуже зрозумілих слів / Уклад. В. Доманицький. − Київ, 1906. − 128 с.

ДСМУ – Дубровський В. Словник московсько-український / В. Дубровський.– Київ : Рідна мова, 1918. – Т. 1.: Словник московсько-

український. – 546 с.

ЕЕ – Екологічна енциклопедія. – Київ, 2007. – Т. 1. – 432 с.; Київ, 2007. – Т. 2. – 416 с.; Київ, 2008. – Т. 3. – 472 с.

ЕСДТ – Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Авт.-уклад.: В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – Київ : Видавничий Дім “Слово”, 2006. – 372 с.

ЕССУМ – Митрополит Іларіон. Етимологічно-семантичний словник української мови / За ред. Ю. Мулика-Луцика. – Вінніпег : Накладом товариства “Волинь”, 1979. – Т. 1. – 365 с.; 1982. – Т. 2. – 400 с.; 1988. – Т 3. – 415 с.

ЕСУМ – Етимологічний словник української мови: В 7 т. / АН УРСР Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні; Редкол. О. С. Мельничук (гол. редактор) та ін. – Київ : Наук. думка, 1982. – Т. 1. – 631 с.

ЗКТТС – Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Советский спорт, 1999. – 664 с.

ЗЭТС – Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. – Москва : Финансы и статистика, 2000. – 368 с.

ІСУЯ – Історичний словник українського язика: Т. 1: А–Ж. / Під ред. проф. Є. Тимченка. – Зошит ІІ: Г–Ж. – Харків–Київ : Українська радянська енциклопедія, 1932. – 947с.

ІУРС – Ізюмов О. Українсько-російський словник: за новим правописом. – Харків ; Київ : Державне видавництво України, 1930. – 980 с.

КП – Комсомольская правда. – 1926. – 17 декабря.

КСИС – Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. – Москва : Эксмо, 2006. – 671 с.

ЛСД – Літературознавчий словник-довідник: 2-ге вид. / [за ред. Р. Т. Гром’як, Ю. І. Ковалів]. – Київ : Академія, 2006. – 752 с.

МСІС – Словник іншомовних слів / Уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. – Київ : Наук. думка, 2000. – 680 с.

МУС – Московсько-український словник. – Київ : Т-во “Час”, 1918. – 248 с.

ОРУС – Левченко М. Опыт русско-украинского словаря. – Київ, 1874. – 188 с.

ПСЧС – Словник чужих слів, що вживаються в українській мові / Уклад. З. Пиптенко. – Київ: Поступ, 1918. – 256 с.

ПФСУМ – Піскунов Ф. Словниця Українськоі (або Юговоі-Руськоі) Мови / Ф. Піскунов. – Одеса, 1873. – 152 с.

РЕСУМ – Етимологічний словник української мови Я. Б. Рудницький. – Вінніпеґ, УВАН. – 1962–1972. – Т.1. – 968 с.

РПС – Реймерс Н. Ф. Природопользование: словарь-справочник. – Москва, 1990. – 697 с.

РЭ – Русский экскурсант. – Ярославль, 1914. – №3. – С. 122.

СИС – Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / под ред. Ф.Н. Берга. – Москва: Типолитогр. Т-ва И. Н. Кушнарева и К, 1901.

СІМ – Словник іншомовних слів / За редакцією члена-кореспондента АН УРСР О. С. Мельничука. – Київ : Головна редакція Української радянської енциклопедії Академії наук Української РСР, 1974. – 776 с.

СЛТ – Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів.– Київ : Вища школа, 1985. – 360 с.

ССДЯ – Срезневский И. И. Словарь древнерусского язика: В 3 т. – Москва : Книга, 1989. – Т. 1–3.

ССМ – Словник староукраїнської мови XIV – XV ст. У 2 т. / Ред. колегія: Д. Г. Гринчишин та ін. – Київ : Наукова думка, 1977. – Т. 1. – 632 с.; 1978. – Т. 2. – 592 с.

СТСФ – Словник тропів і стилістичних фігур / автор-укладач В. Ф. Святовець. – Київ: ВЦ “Академія”, 2011. – 176 с.

СТСЧС – Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові: Правопис, граматика [Текст] : 10000 слів: для студ. вищих та серед. навч. закл. / О. М. Сліпушко. – Київ: Криниця, 2000. – 512 с.

СТТП – Словник транспортової термінології. (Проєкт). Всеукраїнська академія наук, науково-дослідний інститут мовознавства, сектор термінології та номенклятури, “Українська радянська енциклопедія”,

1932. – 370 с.

СЧС – Словар чужих слів (12 000 слів чужого походження в українській мові). Передмова [зібрали Зенон Кузеля, Микола Чайковський] / Зредагував Зенон Кузеля. – Чернівці : Друк. т-ва “Руска Рада”. – 1910. – С. IV – VIII.

СЭС – Советский энциклопедический словарь. – Москва : Советская Энциклопедия; Издание 2-е., 1980. – 1600 с.

ТА – Турист-активист. – 1932. – №3. – 14 с.

ТСЖВЯ – Даль В. И. Толковый словар живого великоруського язика: [В 4 т]. / [Предисл. А. М. Бабкина]. – Москва : Рус. яз., 1980. – Т. 1–4.

ТСРУ – Терпило П. і П. Словник російсько-український. – Київ, 1918. – 304с.

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. – Москва: Гос. ин-т “Сов. энцикл.”; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940.

ТСУМ – Тлумачний словник української мови: Понад 12500 статей (близько 40000 слів) / За ред. д-ра філол. наук, проф. В. С. Калашника. – 2-ге вид., випр. і доп. – Харків: Прапор, 2005. – 992 с.

УРЕ – Українська радянська енциклопедія: в 12 т. [Електронний ресурс]. – 1974–1985. – URL: http://leksika.com.ua/ure/

ЮСИС – Словарь иностранных слов. Составлен бригадой государственного института “Советская Энциклопедия”. С приложением таблиц и грамматики, составленной Юмашевым Н. В. – Москва : Изд-во Советская энциклопедия, 1937. – 728 с.

ЯСУМ – Яворницький Д. Словник української мови. – Катеринослав: Слово, 1920. – Т. 1 (А–К). – 412 с.

ВСТУП

Упродовж останніх років українська фахова лексика стала об’єктом дослідження багатьох наукових розвідок. Зацікавленість лінгвістів формами побутування сучасної мови, що обслуговує сферу спілкування фахівців тієї чи тієї галузі, є реакцією на практичні запити професійної комунікації. У час радикальних змін у житті суспільства, стрімкої інформатизації, розвитку та розширення міжнародних контактів у різних сферах людської діяльності постала потреба вивчення фахових мов, оскільки цю проблему вважають однією з найменш досліджених у лінгвістиці.

Вітчизняне термінознавство має тривалу історію розвитку, однак активізація термінознавчої роботи в Україні припадає на другу половину XX ст. Сьогодні сформовано такі основні напрямки дослідження української термінологічної лексики: структурно-семантичний (традиційний), функціонально-комунікативний, когнітивно-дискурсивний. Цю дисертаційну роботу виконано в річищі функціонально-комунікативної парадигми й присвячено дослідженню питань специфіки формування та функціонування лексики українського туризму в мовному просторі сучасної української літературної мови.

В українському мовознавстві питанням функціонування мови спеціального призначення присвячені праці Т. Р. Кияка, О. І. Каменської, Л. В. Туровської, Н. В. Нікуліної, О. І. Павлової, О. В. Туркевич, О. О. Романової, Т. В. Михайлової, Н. С. Безгодової, С. М. Руденко, А. М. Письмиченко, О. А. Литвинко, Г. С. Зорі та ін. Попри неабияке зацікавлення фахівців цими питаннями поза увагою дослідників досі перебуває фахова мова сучасного українського туризму.

Українська туристична галузь – нове, надзвичайно багате за змістом і своїми виявами соціально-економічне явище, що динамічно розвивається, потребує чіткого найменування нових понять, ґрунтовного аналізу й систематизації наявного лексичного фонду, його подальшого впорядкування та вдосконалення. Лексика туризму в українській мові є системою спеціальних назв, що сформувалася на межі терміносистем кількох галузей – готельно-ресторанної, транспортної, географічної, тісно пов’язаних між собою.

Деякі питання розвитку туристичної термінології висвітлені в окремих мовознавчих працях. Це – лексичний склад та семантичні особливості термінології туризму в українській та польській мовах (*М. Єж*) [59], особливості некодифікованої професійної лексики туріндустрії (*І. М. Линчак*) [106], номінативні процеси у сфері туризму, що відбуваються в українській, російській та німецькій мовах і спираються на специфіку їхніх лінгвокультур (*О. Б. Ляховин*) [111], антонімія в терміносистемі туризму (*І. М. Черненко*) [201], утворення туристичних термінів та їх функціонування в англомовних путівниках по Україні (*В. В. Прима*) [149], особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму (*В. В. Ліпінська*) [108], лексико-семантичні відповідності перекладу поняттєвого апарату у сфері туристичної діяльності (*М. М. Чикалова*) [203].

Актуальність пропонованого дослідження зумовлена потребою комплексного лінгвістичного аналізу туристичної лексики української мови та розв’язання досить складного завдання сучасного термінотворення – установлення семантики та функціональних особливостей цієї лексики на сучасному етапі. Такий підхід дасть змогу ґрунтовно вивчити туристичну лексику, виважено врегулювати процеси утворення, стандартизування та уніфікування термінів цієї галузі.

Об’єктом дослідження є лексика туризму в українській мові.

Предмет дослідження – формування та функціонування лексики туризму в українській мові.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах теми відділу наукової термінології Інституту української мови НАН України “Українське термінознавство початку XXI ст.: теорія і практика” / 2011–2015 рр. (Державний реєстраційний номер теми 0111U001185); “Сучасна українська суспільно-політична термінологія: розвиток та лексикографічне відтворення” (Державний реєстраційний номер теми 0116U002435).

Мета дисертаційної праці полягає в цілісному вивченні основних етапів та джерел формування лексики туризму, з’ясуванні особливостей її функціонування

в спеціальній сфері сучасної української літературної мови.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань:**

− простежити історію формування поняття "мова спеціального призначення";

− визначити функції мови туризму;

– установити стратифікаційну структуру спеціальної лексики туризму в українській мові;

– виокремити основні етапи становлення туристичної лексики;

– з'ясувати джерела її поповнення на сучасному етапі;

– схарактеризувати причини та шляхи запозичання терміноодиниць, простежити закономірності їх освоєння українською мовою;

– окреслити функціональні можливості лексичних засобів у професійній туристичній комунікації;

− простежити нові тенденції у використанні кольороназв у лексиці туризму української літературної мови початку XXI ст.

Джерельна база. Матеріалом дослідження слугували понад 3000 терміноодиниць, дібрані із загальномовних, галузевих та енциклопедичних словників української мови, періодичних видань, рекламних проспектів, мовлення працівників туристичних підприємств. До аналізу залучено також лексику навчальних посібників та підручників із туризму. Усього використано 149 джерел.

Для розв'язання поставлених завдань і досягнення мети дослідження застосовано такі **методи**: *описово-аналітичний* використано для комплексного вивчення й опису лексики туризму; метод *синхронних зрізів*, що посприяв з'ясуванню специфіки історичного розвитку лексики туризму в українській мові; *діахронний аналіз* уможливив простеження динаміки становлення термінів туризму в українській мові. Для систематизації та класифікації лексичних одиниць, інтерпретації їхніх функціональних особливостей залучено метод *лінгвістичного спостереження* та *узагальнення*; *компонентний аналіз* дав змогу встановити семантичну організацію структури термінів.

Наукова новизна дисертаційної робити полягає в тому, що вона є першою лінгвістичною спробою комплексного аналізу лексики туристичної сфери як

окремої цілісної галузевої системи в термінології сучасної української літературної мови. Визначено основні етапи формування лексики туризму в українській мові; схарактеризовано її функціональну специфіку. З'ясовано причини запозичень до терміносистеми туризму, простежено закономірності їх адаптації до граматичної системи національної мови. Установлено нові явища у використанні туристичної лексики в українській мові кінця XX – поч. XXI ст.

Теоретичне значення роботи вмотивоване тим, що отримані результати поглиблюють знання про закономірності усталення поняття "мова спеціального призначення" в українському науковому просторі, формування мови спеціального призначення конкретної галузі як лексичної підсистеми української мови та виявляють специфічні процеси її розбудови. Матеріали дослідження можуть слугувати підґрунтям для теоретичних студій з українського термінознавства та лексикології.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що викладені в ньому положення, спостереження і висновки сприятимуть подальшому впорядкуванню й унормуванню лексики туризму в українській мові. Матеріали роботи можуть бути використані для укладання тлумачних, перекладних словників туристичної лексики, у навчальному процесі вищої школи під час викладання спецкурсів із термінознавства та курсу української мови за професійним спрямуванням, а також слугуватимуть орієнтиром коректного використання лексем туризму в щоденній практиці фахового спілкування.

Особистий внесок здобувача полягає в тому, що концепцію дослідження, його засади розроблено самостійно. Наукових праць, написаних у співавторстві, немає.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення та висновки дисертаційної праці обговорені на засіданні відділу граматики та наукової термінології Інституту української мови НАНУ та оприлюднені в доповідях на міжнародних конференціях: "Проблеми української термінології" (Львів, 2012), "Проблемы языка в современной научной парадигме: X Седельниковские чтения" (Павлодар, 2013), "Языковые категории и единицы:

синтагматический аспект” (Владимир, 2015), “Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри” (Рівне, 2016), “Українська термінологія і сучасність” (Київ, 2013, 2017).

Публікації. За матеріалами дисертації опубліковано 14 статей, 12 з яких у фахових виданнях, затверджених ДАКом України, 2 публікації – за кордоном.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, переліку умовних позначень, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури, списку використаних джерел та додатків (Тематичний покажчик сучасної лексики туризму в українській мові; Список публікацій здобувача за темою дисертації та відомості про апробацію результатів дослідження). Повний обсяг роботи – 258 сторінок, із них основного тексту – 180 сторінок.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

1.1. Сутність поняття “мова спеціального призначення” (МСП)

Початок XXI ст. позначився розширенням меж вивчення галузевої термінології у зв’язку з наданням переваг антропоцентричним напрямкам наукових пошуків, для яких характерне вивчення мовних і комунікативних фактів у нерозривному зв’язку з мисленням, світоглядом як окремого індивідуума, так і мовного колективу, до якого він належить. За такого підходу змінюється позиція дослідника: відбувається перехід “від споглядального вивчення елементів мови через їхню інвентаризацію та класифікацію – до дослідження мовних явищ із позицій антропоцентризму” [175, с. 4]. Крім того, “антропоцентричний підхід дає змогу врахувати особистість адресата – далеко не другорядний компонент в структурі комунікації, яка передбачає не тільки реалізацію авторської інтенції, а й процес розумової активності адресата, його інтерпретаційно-семантизувальні реакції на одержуване мовленнєве повідомлення” [31, с. 185].

Зміна напрямку наукових пошуків зумовлена тим, що вектор досліджень змістився з питання “як влаштована мова” на те “як функціонує мова”. Ідея нової наукової парадигми, на думку О. М. Лащук, полягає в об’єднанні мови і людини та розумінні сутності мови як динамічної системи [97, с. 110]. Реалізація антропоцентричного принципу передбачає “поєднання мови й побуту людини в одному полі пізнання” [196, с. 11].

Аналізуючи особливості функціонування мови спеціального призначення, Л. В. Туровська зауважує, що “термінознавство вивчає не всі особливості фахового спілкування, а лише терміни як кодифіковані одиниці спеціального знання, іноді долучаючи номенклатуру, проте фахівці будь-якої галузі вживають також професіоналізми, жаргонізми, які є своєрідною мовленнєвою особливістю людей, причетних до однієї справи. На жаль, такі номінації часто залишаються поза увагою лінгвістів-термінологів. Заповнити цю лакуну, відтворивши повну мовленнєву картину галузевого спілкування і покликана LSP” [188, с. 33].

Зародження спеціальної лексики зумовлене виникненням самого феномену професії як спеціального виду діяльності і пов'язаного з ним професійного мислення. О. Й. Голованова переконана, що професійна мова, основною одиницею якої є термін, категорія історична, що має не тільки свою специфіку, але й досить чіткі етапи розвитку. Найперші її прошарки склалися "природним шляхом", без нормативних вказівок спеціальних органів та установ [40, с. 81]. Цілковито справедливою є теза Б. М. Головіна про те, що "наївно думати, ніби терміни з'являються тільки тоді, коли починає розвиватися наука, теоретичне знання. І в минулому, і в наш час будь-яка професія, будь-який вид діяльності народжує свою термінологію" [42, с. 265].

Разом зі стрімким розвитком сучасного суспільства, науки і техніки, лавиноподібним інформаційним обміном, у тому числі і в спеціальних сферах, прогресивно еволюціонує і мова спеціального призначення (Language for Special Purposes) – далі LSP (МСП). Попри тривалу історію розвитку і величезну кількість публікацій, присвячених різним аспектам функціонування мов спеціального призначення, дослідники досі розходяться в думках щодо її статусу в сучасній лінгвістиці, становлення та визначення цього поняття.

Перші появи фахових виразів, уважає Т. Р. Кияк, сягають дохристиянських часів (вирощування домашньої худоби, обробіток дерева, згодом металу), але ці лексичні одиниці тоді не були термінами в нинішньому розумінні, принаймні тому, що вони ще не мали дефініцій. Але як прототерміни, так і терміни можна вважати яскравими свідками й ідентифікаторами епох та етапів становлення людської цивілізації [77, с. 142].

Основним соціальним фактором виділення мови спеціального призначення як особливої форми існування мови є професійне членування суспільства. Поява і розвиток поняття LSP (МСП), переконана Т. М. Хомутова, тісно пов'язані з історичним поділом праці. Дослідниця стверджує, що LSP (МСП) є функціональним різновидом природної мови, у якому акумульовано і збережено спеціальне знання, покликане забезпечити адекватне й ефективне спілкування фахівців у визначеній предметній галузі [198, с. 105].

Із часом, разом з індустріалізацією, загальною диференціацією професійних занять і знань стара лексика ремесел і промислів поступово відходить на другий план або стає частиною загальновживаної мови, поступаючися науковій термінології.

Вирішальною фазою в цьому розвиткустала “промислова революція” XVIII – XIX ст. Відтоді у фахових мовах техніки, на думку Т. Р. Кияка, відбулося потужне зростання лексичного запасу, насамперед термінології, у зв’язку з чим суттєво збільшилася кількість та розмаїття видів професійних текстів [77, с. 142].

Поняття LSP (МСП) прийшло до нас з англомовного світу і виникло на основі вивчення мовлення в процесі професійного спілкування людей [34, с. 219]. Спочатку на позначення такого спілкування поширення набув термін English for Special Purposes (ESP) – англійська для спеціальних цілей її вивчення, потім – Language for Specific Purposes (LSP) – мова спеціального призначення. Англійські абревіатури ESP і LSP закріпилися і за кордоном, й у вітчизняній науці. Назва LSP домінує не лише в англомовній літературі, у матеріалах численних міжнародних форумів, але і в багатьох інших розвинутих мовах.

Уявлення про існування в англійській мові особливих “*технічних мов*” (*technical languages*) склалося вже до кінця XIX ст. Так, наприклад, Дж. Б. Гріноу і Дж. Л. Киттредж ще в 1900 р. виділяли в системі англійської мови *technical languages* (*технічні мови*), а також *technical vocabularies* (*технічні вокабуляри*) в кожній професії, що містили технічні терміни та номенклатуру, що різнилися між собою спеціальними частинами вокабуляра, а також жаргонні компоненти, яким притаманна фамільярність, наприклад, морський жаргон та чоловічий і жіночий лексикони [218, с. 43 – 54].

Існує ймовірність, за переконанням А. В. Шевлякової, що виокремлення подібних мовних форм, які у перші два десятиліття XX ст. на англомовному ґрунті позначали терміносполученнями “*технічні мови*”, “*технічні вокабуляри*” тощо, знайшло свій подальший розвиток у теорії “функціональної діалектології”, започаткованої у 1930-ті роки ученими Празького лінгвістичного гуртка (Б. Гавранек). Відповідно до цієї теорії було випрацьовано поняття “*спеціальна*

мова”, яка визначалася “спільною метою нормалізованої сукупності мовних засобів” [206, с. 85].

Саме XX – XXI ст. принесли з собою стрімкий розвиток науки і техніки, втягнули в технічну сферу та обслуговування багато людей. Цей історичний етап пов’язаний із стандартизацією професійних одиниць, коли, на думку дослідниці, “частка штучного початку в термінології досягає граничних величин” і частина з терміносистем переходить у нову якість, в раціоналізовані терміносистеми – уніфіковані й стандартизовані системи мовних засобів для потреб високоорганізованої й оптимізованої професійної комунікації [40, с. 81].

Найчастіше, коли йдеться про ESP або LSP (МСП), мають на увазі вивчення мови певної галузі або навчання у конкретних спеціалізованих освітніх закладах. Між галузями знань і професіями, що спираються на них, існують різноманітні зв’язки. До того ж специфічність тієї чи тієї професійної мови значною мірою відносна. Адже жодна професійна мова не обходиться без загальнонаукового і загальновживаного лексичного ядра.

Важко не погодитися із думкою К. Я. Авербуха, який зазначає, що є очевидні стильові відмінності між мовою загальнолюдського, загальнолітературного спілкування і мовами професійної комунікації; крім того можна провести своєрідну аналогію між мовою професійного спілкування й іноземною мовою в структурі однієї національної мови – професійна мова не зрозуміла людині, яка не є фахівцем у тій чи тій сфері настільки, як і китайська, німецька, суахілі, якщо людина їх не вивчала. Відмінність лише у тому, що є можливість констатувати: комунікація здійснюється на такій самій національній мові, але про що саме йдеться, не зрозуміло [1, с. 21].

Визначення LSP (МСП) через зіставлення її з мовою загального призначення, поступилося місцем новому потрактуванню LSP як повної сукупності мовних засобів, що використовують в усних та писемних текстах. На сьогодні LSP (МСП) – це підсистема природної мови, тісно пов’язана з “мовою для загальних цілей” (Language for General Purposes – LGP) або “буденною мовою” [34, с. 222].

Серед причин виникнення нового напряму у термінознавстві Дж. Сейгер виділяє основні: “проведення численних наукових досліджень і відкриття національного та міжнародного рівня, їхній величезний вплив на розвиток суспільства й індивіда, необхідність усунення дедалі більших прогалин у професійній діяльності, передаванні інформації, спілкуванні як серед фахівців різних сфер, так і серед неспеціалістів, спільна діяльність фахівців суміжних сфер і поява нових дисциплін на стику двох або більше наук” [221, с. 44].

Зростання потреб у міжнародному науковому спілкуванні, породжене усе більшою диференціацією наукового знання, зумовило, на думку Н. Б. Гвішіані, необхідність визнання поняття “мова для спеціальних цілей” (“language for specific purposes”) на відміну від “мови взагалі” (“language in general”) ученими різних країн. Перший європейський симпозіум із питань “мови для спеціальних цілей” – тобто мови, яку використовують у різних сферах людської діяльності, таких як медицина, право, освіта тощо, був скликаний у Відні 1977 р. Дослідниця відзначає, що дотепер основні розвідки в цьому напрямку велися англійською мовою, саме тому англійський термін усталився в міжнародному науковому просторі [34, с. 215 – 217].

Сам термін *мова спеціального призначення* (МСП) мовознавці досі сприймають неоднозначно. Синонімічними до нього можна вважати терміни *мова для спеціальних цілей* (*МСЦ*) (В. М. Лейчик), *мова для спеціальних потреб* (О. П. Левченко), *мова спеціальної комунікації* (О. В. Нашиванько), *мова спеціального вжитку* (А. О. Ходцева), *мова професійної комунікації* (О. Й. Голованова), *мова спеціальності* (Т. В. Коломієць), *метамова* (І. А. Казимирова), *підмова* (М. Я Цвіллінг), *професійна мова* (М. Б. Казачкова), *спеціальна підмова* (Л. П. Крисін), *професійний діалект* (Л. В. Успенський), *спеціальна лексика* (О. О. Романова), *спеціальна мова* (В. П. Коровушкін), *спеціолект* (І. Р. Процик), *субмова* (М. Б. Вербенєц), *термінолект* (Т. В. Стасюк), *технолект* (В. І. Карасик), *фахова мова* (Т. Р. Кияк) та ін. Сьогодні спостерігаємо строкатість у застосуванні термінологічних відповідників LSP (МСП), адже вибір

того чи іншого терміна дослідником залежить від розуміння ним цього поняття, а також від намагання зануритися у специфіку предмета.

С. О. Массіна використовує на позначення аналізованого поняття термін *спеціальна професійна підмова*, що містить загальновживану лексику і спеціальну лексику, представлену спеціальними термінами, номенами, професіоналізмами і жаргонізмами, якими послуговуються фахівці в неофіційному побутовому спілкуванні на професійні теми [115, с. 6].

Характеризуючи мову спеціального призначення, учені зауважують, що "спеціальні мови є напівавтономними комплексними семіотичними системами, заснованими на загальній мові і похідних від неї. Ними можуть послуговуватися фахівці з відповідною освітою, які обслуговують спільну сферу діяльності" [222, с. 197]. Л. Хоффман говорить про LSP як про безліч лінгвістичних феноменів, які простежуються в певній сфері комунікації й обмежені специфічними темами, інтенціями, умовами. LSP – сукупність усіх мовних засобів, використовуваних у виокремленій комунікативній сфері для досягнення взаєморозуміння між людьми, що займаються відповідною професійною діяльністю [219, с. 57].

Мову спеціального призначення, вважає Дж. Л. М. Трім, потрібно розглядати як мову, що приєднує спеціальний (професійно орієнтований) словник до того прошарку мови, який складає її загальне ядро і залишається незмінним незалежно від соціальної (або професійної) ролі, виконуваної мовцем. На переконання вченого, LSP не є штучною або обмеженою мовою і не виключає взаємодію з мовним цілим [224, с. 18 – 24].

"Мова загального спілкування (LGP) і мова спеціального призначення (LSP) – мови нормовані й активно регульовані, що розрізняються, за великим рахунком, лише одним: в LGP функціонують тільки лексичні одиниці конкретної національної мови, а до LSP крім лексичних одиниць тієї самої національної мови залучаються одиниці спеціальної номінації (терміни конкретних предметних галузей). У сфері загальнолюдського спілкування серед лексичних одиниць трапляються і терміни, але це типові лексичні одиниці, як правило, однослівні,

для розкриття значення яких досить тлумачення (а не дефініції!)”, – переконаний К. Я. Авербух [1, с. 24].

Мови спеціального призначення (МСП), на думку В. М. Лейчика, трактують у сучасній зарубіжній лінгвістиці “як функціональний різновид сучасних розвинутих національних мов, як підсистеми цих мов, що використовують у таких спеціальних сферах суспільних відносин, як наука, виробництво, управління, міжнародні відносини, масові комунікації, реклама, спорт тощо. У деяких працях мову спеціального призначення прирівнюють лише до мови науки, але таке обмеження неправомірне: у всіх МСП є специфічні особливості на морфемному, лексико-семантичному, словотвірному, синтаксичному рівнях, і ці особливості протиставляють її такому різновиду відповідної національної мови, як мова щоденного спілкування, використовувана в неспеціальних сферах суспільних відносин (сім’я, побут, транспорт, торгівля, туризм та ін.)” [101, с. 91].

Своє потрактування поняття МСП пропонує А. І. Комарова: “Мова спеціального призначення – специфічний різновид “мови загалом”, яку використовують у спілкуванні на ту чи ту спеціальну тему” [82, с. 12].

Як синонім до терміна МСП у лінгвістичній літературі значного поширення набув термін *підмова*, що з’явився у вітчизняному мовознавстві наприкінці 60–х років минулого століття у значенні “набір мовних елементів і їхніх відношень у текстах з однорідною тематикою” [3, с. 23]. Це поняття – “один із варіантів реалізації загальнонародної мови, який використовує обмежена група її носіїв в умовах як офіційного, так і неофіційного спілкування” [7, с. 4].

Аналізоване поняття, переконаний В. П. Коровушкін, “це історично сформована, відносно стійка для конкретного періоду автономна екзистенційна форма національної мови, яка володіє своєю системою взаємодійних соціолінгвістичних норм першого й другого рівнів і є сукупністю деяких фонетичних, граматичних і, переважно, специфічних лексичних засобів загальнонародної мови, що обслуговують мовне спілкування конкретного соціуму, який характеризується єдністю професійно-корпоративної діяльності своїх індивідів і відповідною системою спеціальних понять” [83, с. 12].

Спираючися на думку В. С. Виноградова, Ю. І. Гринда твердить: “фахова мова – це національна мова із тенденцією до інтернаціоналізму, що проявляється у використанні інтернаціональних терміноелементів чи запозиченні готових номенів, які є лексичними одиницями та за допомогою яких ми називаємо предмет і сприймаємо його без реалізації його точного місця в системі комунікації і без співвіднесення з іншими термінами” [48, с. 393].

Інвентар підмови має спільні риси з лексиконом літературної мови і містить: 1) спеціальну термінологічну лексику; 2) детермінологізовану лексику, яку використовують для побутового спілкування, тобто професіоналізми – “слова, що стали результатом переоформлення спеціальних офіційних термінів і номенів” і 3) професійні жаргонізми як одиниці, утворені за рахунок використання слів неспеціальної лексики, мають чітко виражене конотативне забарвлення пейоративного типу” [7, с. 4].

Найважливішим у понятті LSP, уважає О. Е. Буженінов, є саме його професійна спрямованість, вербалізація визначеного прошарку наукових, виробничих, технічних та інших знань. Дослідник підкреслює, що “LSP – це не тільки сукупність термінологічних одиниць, а й сукупність одиниць усіх рівнів мови, необхідних для професійної комунікації в науковій сфері. Крім термінологічної лексики, яка є ядерною для LSP, важливі й одиниці загальновживаного лексикону” [20, с. 88].

Підставою для виділення видів досліджуваної лексики О. Й. Голованова вважає ступінь інформаційної змістовності та кодифікованість. Завдяки цьому дослідниця виокремлює чотири основні страти в професійній мові: термінологія; усна професійна лексика (професіоналізми); професійні жаргонізми; номенклатура [40, с. 72]. Розширюючи цей постулат, Х. Н. Галімова зазначає, що “професійна підмова володіє системою норм першого і другого рівнів, оскільки має кодифіковану складову, об’єктивовану в нормативних одиницях – термінах і номенах, і некодифіковану частину, вербалізовану в нормі другого рівня – професіоналізмах і професійних жаргонізмах” [33, с. 35].

Професійна підмова, на думку М. І. Солнишкіної, – не мова в повному сенсі цього слова, оскільки з використанням лише професійних одиниць, зазвичай, неможливо повністю побудувати повноцінне висловлювання. Вокабуляр, що входить до її складу, охоплює не всі теми, а тільки низку визначених, що стосуються професійної діяльності й найактуальніших непрофесійних сфер, пов'язаних із забезпеченням життєдіяльності [173, с. 77 – 78].

Акцентуючи увагу на професійній мові як на функціональному різновиді, Л. В. Славгородська відзначає її неоднорідність та виділяє три основні прошарки такої мови: наукова мова, професійно-розмовна мова (виробнича мова), "розподілювальна" мова (мова торговців, мова агітації), тобто мова, яка тісно пов'язана зі сферою споживання та збуту [168, с. 16 – 17].

LSP (МСП) як сукупність природних або природно-штучних мовних засобів, що використовують в якій-небудь галузі знань і/або діяльності переважно для передавання інформації, яка відображає поняттєвий апарат, що не є надбанням більшості носіїв тієї чи тієї національної мови, трактує І. С. Кудашев [91, с. 78].

У документації Міжнародної організації зі стандартизації мова спеціального призначення визначена як мовна система, призначена для комунікації, що однозначно інтерпретується в конкретній галузі знання з використанням термінології й інших лінгвістичних засобів [121, с. 245].

З урахуванням того, що LSP (МСП) – живий організм, який розвивається і постійно прогресує, корисними будуть знання основних тенденцій розвитку в цій сфері, до яких, на думку К. Я. Авербуха, варто зарахувати: інтеграцію, диференціацію, інтернаціоналізацію, уніфікацію й економізацію мов для спеціальних цілей [2, с. 8 – 11].

Розглядаючи ознаки LSP (МСП), В. Ф. Новодранова виділяє серед них такі засадничі: 1) співвіднесеність із певною галуззю; 2) специфічне коло користувачів; 3) обмежене порівняно із загальною мовою число функцій; 4) опертя на системі загальнонаціональної мови [121, с. 218]. Серед особливостей LSP (МСП) О. В. Суперанська відзначає певну граматичну і синтаксичну бідність: для неї характерна часта повторюваність синтаксичних конструкцій. Дослідниця

переконана, що мову спеціального призначення можна розглядати як цілісний фрагмент національної мови і вважати одним із типів підмов, пристосованих для спеціальної комунікації у галузі науки і техніки [179, с. 63].

В українському мовознавстві питання функціонування мови спеціального призначення розглянуті лише спорадично у зв'язку з аналізом лексики тієї чи тієї сфери людського життя. Так, теоретичні розвідки у цьому напрямі належать Т. Р. Киякові, який зазначає, що "фахова мова – сукупність усіх мовних засобів, уживаних в обмеженій професійною ділянкою сфері комунікації для забезпечення взаєморозуміння між людьми, які працюють у цій галузі. Функціонування фахової мови забезпечує докладно визначена термінологія" [78, с. 3 – 5]. Учений підкреслює, що словник професійних текстів містить вузькогалузеві лексеми, міжгалузеві наукові терміни, професіоналізми (виробничу лексику), номенклатурні назви, професійний жаргон і загальновживані лексеми. Рівень абстракції фахової мови залежить від рівня насиченості тексту термінологією. Мовознавець також твердить, що "динаміка фахових мов часто віддаляє їх від висхідної бази загальновживаної мови й може привести до виникнення непорозуміння між фахівцями та нефахівцями, створює штучну атмосферу елітарності" [77, с. 143].

Фаховою мовою, на переконання О. В. Туркевич, можна називати сукупність усіх мовних засобів, що застосовують у професійно замкнутій сфері комунікації для забезпечення порозуміння між людьми, які працюють у цій сфері. Дослідниця вважає, що це традиційне визначення стало основою сучасного розуміння фахових мов різних наук [185, с. 231].

О. М. Бєляєва LSP (МСП) потрактовує як сукупність унормованих вербальних та прийнятих певною професійною групою невербальних і креолізованих засобів, що забезпечують професійно-комунікативні потреби [16, с. 107].

Досліджуючи лексику української швацької промисловості, О. О. Романова доходить висновку, що "природним середовищем для термінології як складника спеціальної лексики є самостійний функціональний різновид загальнолітературної

мови, що традиційно називають мовою науки” [155, с. 12]. У мові безперервно відбувається двоєдиний процес: спеціальна лексика є постійним джерелом збагачення загального словникового складу української мови, а загальномовна лексика на термінологічному ґрунті набуває особливого значення.

Характеризуючи українську науково-технічну терміносистему, Т. В. Михайлова [116] серед основних її стратів виділяє терміни, номенклатурні знаки, професіоналізми та жаргонізми які традиційно відносять до прошарків МСП.

Сьогодні поняття фахової мови змінює акценти: “фахова мова постає багатошаровим інтегральним утворенням із такими стратами, як наукова мова на одному полюсі та виробничо-професійний жаргон на іншому. У таких вимірах розглядати назване мовне явище доцільніше вже не як вияв певного функціонального стилю літературної мови, а як професійно інтегроване утворення в межах національної мови. Відтак, явище фахової мови перебуває у відношеннях перетину як із кодифікованою літературною мовою, так і (через посередництво розмовного стилю) з позалітературними формами існування національної мови – з професійним просторіччям і професійним жаргоном передусім” [70, с. 88].

Аналіз особливостей мови спеціального призначення дає можливість стверджувати, що “визначаючи й вивчаючи LSP обов’язково потрібно зважати на те, що суто лінгвістична інтерпретація цього поняття неможлива. LSP існує як нерозривна єдність спеціальних знань у певній галузі та способів їхньої репрезентації у словнику. Дослідження LSP – це вивчення кореляцій між структурами спеціального знання і структурами мови. Неможливо вивчати мову спеціального призначення не маючи професійної підготовки в певній галузі або не залучаючи до наукової співпраці фахівців” [188, с. 34].

Зазначимо, що випрацювання положень, пов’язаних із різними аспектами теорії LSP (МСП) в українській лінгвістичній традиції, потребує подальшого розширення і продовжує бути актуальним.

Отже, проаналізувавши наукові напрацювання мовознавців, можемо констатувати відсутність єдності думок вітчизняних і закордонних дослідників щодо статусу мови спеціального призначення в сучасній лінгвістиці; немає єдиного погляду і на тлумачення цього поняття. Наукові пошуки у царині МСП дають підстави виокремити такі її характерні риси: 1) мова спеціального призначення, основною одиницею якої є термін, категорія історична, що має не тільки свою специфіку, але і досить чіткі етапи розвитку; 2) це – функціональний різновид національної мови, протиставлений діалектам і просторіччям; 3) вона має спільні риси з лексиконом літературної мови і включає в себе спеціальні термінологічні та термінологізовані одиниці; 4) МСП більш інтернаціоналізована, ніж загальновживана лексика; 5) мова спеціального призначення характеризується передаванням спеціального знання максимально економними засобами вираження за рахунок автоматизації та кодифікації; 6) вона слугує для потреб високоорганізованої й оптимізованої професійної комунікації; 7) серед прошарків МСП для об’єктивного розуміння всіх історичних процесів її формування і розвитку варто виділяти не лише терміни, номени, а й професіоналізми та жаргонізми, що дасть можливість відтворити повну картину становлення тієї чи тієї системи понять, врахувавши мовні та позамовні чинники впливу [138, с. 123].

Зважаючи на теоретичні напрацювання лінгвістів, для подальшого вивчення лексики туристичної сфери пропонуємо своє розуміння поняття мова спеціального призначення туризму. *МСП туризму* – це сукупність усіх мовних засобів, використовуваних у професійній комунікації для забезпечення порозуміння між співробітниками та для передавання предметної інформації, що відображає рівень розвитку туристичної галузі.

1.2. Функції МСП туризму

Із розвитком сфери послуг та усіх її складників еволюціонує також і лексика спеціального призначення. Вона швидко і гнучко реагує на потреби суспільства й

усі нові реалії знаходять відображення в ній. Різке зростання значущості туризму, а отже, підвищений інтерес не просто до професійного спілкування, а до спілкування ефективного, що веде до конкретного результату – це новий аспект для вивчення. У мові постійно з'являється велика кількість спеціальних слів на позначення нових об'єктів, а це спричинює зростання актуальності дослідження проблеми статусу мов спеціального призначення. Виступаючи найважливішим засобом вербалізації спеціального знання в науці, техніці, виробництві, освіті й інших галузях, LSP, змістовим ядром якої є термінологія, стає візитівкою і допуском у світ професійної комунікації [128, с. 90].

Процес становлення тієї чи тієї мови спеціального призначення достатньо довгий і часто вимірюється десятиліттями, а іноді й століттями. LSP (МСП) різних сфер сягають своїм корінням сивої давнини та черпають мовний масив ще з ремісничих промислів. Але науково-технічний прогрес та соціальні перипетії у суспільстві значно прискорюють і навіть дещо видозмінюють найактуальніші предметні галузі, на це відразу реагує мова, яка забезпечує комунікативні потреби мовців.

Важливим для осмислення сутності МСП є питання про виконувані нею функції. Погляди дослідників із цього приводу дещо різняться. Так, Б. М. Головін стверджує, що "для професійних мов найбільш прийнятні гносеологічна, інформаційно-логічна або інтелектуально-комунікативна функції" [43, с. 66]. Основною функцією фахових мов, уважає Г. І. Морозов, є "максималізація ефективності фахової діяльності (за рахунок стиснення інформації, скорочення обсягів, прискорення темпів передавання інформації)" [117, с. 36]. Л. М. Лобожева переконана, що "особливою функцією мови фахівців є дефінітивна (позначає спеціальне поняття), а також компенсаторна (концентрування професійно-спеціального знання) й евристична (відкриття нового знання)" [109, с. 69].

Серед найважливіших функцій підмов професійного спілкування мовознавці акцентують увагу на таких: "функцію професійної комунікації (бути засобом спілкування представників однієї спеціальності, професії); номінативну

(бути засобом номінації нових понять, що виникають у середовищі фахівців тієї чи тієї сфери суспільного життя); когнітивну (бути засобом пізнання дійсності); акумулятивну (бути засобом накопичення наукових знань і практичного досвіду); аксіологічну (бути знаряддям оволодіння й оцінки наукових знань і практичного досвіду); референції (бути засобом віднесення спеціальних назв до об'єктів дійсності – референтам і денотатам); сигніфікації (бути засобом з'єднання спеціальних найменувань у словосполучення і речення); предикації (бути засобом з'єднання спеціальних найменувань у висловлювання – словосполучення і речення)" [192, с. 52]. Р. С. Бєляєв, поділяючи думку В. С. Виноградова, стверджує, що фахова мова – багатофункціональна та багатоструктурна мовна система, що виконує кілька функцій: 1) когнітивну – отримання нових знань; 2) епістемічну – відображення дійсності та зберігання знань; 3) комунікативну – передавання спеціальної інформації тощо [15, с. 64].

Серед українських термінологів популярна теза, що "усі фахові мови виконують дві основні функції: функцію позначення, найменування вузькопрофесійних спеціальних понять і систем понять (предметів, ознак, дій, процесів); функцію особливого найменування загальновідомих понять, що надає цьому поняттю підвищеної виразності, експресивності, емоційності" [37, с. 91]. Очевидно, що реалізація тих чи тих функцій залежить від багатьох факторів, включаючи й особливості аналізованої предметної галузі людського знання.

Зважаючи на думки дослідників, розглянемо та проаналізуємо функції МСП туризму. Загальновідомо, що МСП – це функціональний різновид мови, метою якого є забезпечення адекватного й ефективного спілкування (комунікації) працівників конкретної галузі. *Комунікативна функція* як одна із базових, сприяє узгодженості потреб й умов перебігу невимушеного спілкування фахівців за безпосередньої взаємодії комунікантів. Найчастіше у спілкуванні колег на перший план виходить активне вживання професіоналізмів, і навіть жаргонізмів. Наприклад, *сидіти на квитках* – бронювати місця на рейсі для конкретних туристів до отримання офіційного підтвердження з готелю; *виписати віпи* – оформити перепустку до VIP-зали; *апґрейдити* – покращувати номер до вищої

категорії – (від англ. Upgrade – покращувати, вдосконалювати, модернізувати) – "*Довелося апґрейдити пану Іванову номер до люкса, оскільки бандерлоги зайняли всі стандарти*" (з усного мовлення адміністратора готеля); *клінити* – прибирати кімнату (від англ. Clean – чистота*)*; *чекінити* – заселяти гостя (від англ. Check in – прибуття).

Під впливом часу та у зв'язку з динамічним розвитком галузі у сфері її комунікації змінюються певні принципи, трансформується сама парадигма спілкування, відбувається переорієнтація основоположних понять, процесів. Така ситуація вимагає від фахівця не лише відповідних знань та умінь, а й швидкості та гнучкості в освоєнні нових тенденцій і разом із тим нового лексикону. Йдеться про *гносеологічну функцію LSP* (*МСП*) *туризму*, яка є своєрідним засобом пізнання навколишнього світу, нагромадження досвіду людства. Вона безпосередньо пов'язана з функцією мислення, формування та існування думки. Наприклад, терміни, які існують в українській мові і є аналогами іноземних, часто замінюють запозиченими. Причин цього може бути кілька, наприклад, архаїзація, несприйняття самої назви як застарілої (*не туристична путівка, а туристичний ваучер*); економія мовних зусиль, адже використовують готові одиниці чужої мови, а не випрацьовують власні, наприклад: *інсентив-туризм* (*incentive tourism*), а не заохочувальний туризм; *а ля карт* (*a la carte menu*), а не порційне меню; *ґест хауз* (*guest house*), а не гостьовий будинок тощо. Мова грає найважливішу роль у здійсненні процесів пізнання й осмисленні світу. Вона у такому випадку – найбільш економний і доступний засіб, що дозволяє схематизувати людський досвід і співвідносити його з дійсністю під час практичного і теоретичного освоєння людиною [184, с. 58].

МСП туризму виконує також *номінативну функцію* – функцію називання предметів, явищ дійсності, яка зміщена у бік оцінки і суміщена з експресивною функцією. При цьому одиниці мови не тільки називають предмет, явище, дію, але й демонструють ставлення до них з боку мовця. Ця оцінка може бути різною: схвальною, зневажливою, жартівливою тощо. Наприклад: *старик* – досвідчений турист; *зелений чи чайник* – турист-новачок; *пілотяга* – пілот, який керує

літальним апаратом; *шіп – sheep (*букв. вівця) – провідник без досвіду роботи; *валкін – walk in* (букв. – заходити) – неочікуваний гість “з вулиці” без попереднього бронювання місця в готелі.

Експресивна функція МСП туризму, зазвичай, пов’язана з метафоричним перенесенням найменування з одного предмета на інший на основі асоціації чи то зовнішньої схожості. Така функція виражає ставлення фахівця до предмета мовлення; надає певної тональності всьому висловлюванню. Наприклад: *халява* – система all inclusive; *дутик* – Duty Free – система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, поромах та інших транспортних засобах або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри); *нічник* – нічний аудитор у готелі; *пацієнт* – неадекватний турист, який сам не знає, чого бажає. Відзначимо, що і сам термін *турист* може мати певні конотації поза мовою спеціального спілкування. Іноді буває навпаки: *туристами* називають шахраїв, які “нагрівають руки” на представниках кримінального світу, а також ув’язнених, які мають не досить великі терміни (від 0,5–2 років) і не зараховують себе до злодійського середовища та намагаються триматися подалі від нього. Також *туристами* охрестили людей, які мають горб на спині. Якщо дивитися на тінь такої людини, то здається, що на спині заплічник.

Кумулятивна функція МСП туризму, грунтуючися на міжкультурному спілкуванні, є єднальною ланкою між поколіннями і засобом накопичення, опрацювання та фіксації у мовних одиницях інформації про діяльність людини. Наприклад, поняття “туризм” формувалося поступово, його по-різному трактують не тільки вчені, а й туристичні організації. На етапі становлення галузі туризм розумівся як пересування і тимчасове перебування людей поза місцем постійного проживання. Проте у процесі історичного розвитку зміст цього поняття постійно піддавався змінам і доповненням. Так, за визначенням, прийнятим у 1954 р. ООН, *туризм* – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров’я, фізичний розвиток людини, пов’язаний із пересуванням за межі постійного місця проживання. У Манільській декларації зі світового туризму підкреслено, що “*туризм* – це діяльність, що має важливе значення у житті народів через вплив на

соціальну, культурну, освітню та економічну сфери життя держав і їх міжнародних відносин. Розвиток туризму пов'язаний із соціально-економічним розвитком націй і залежить від доступу людини до активного відпочинку та відпустки та її свободи подорожей в рамках вільного часу і дозвілля, глибокий гуманітарний характер яких він підкреслює. Саме існування туризму і його розвиток повністю залежать від забезпечення міцного миру, в зміцнення якого він покликаний внести свій вклад" [73]. Зміст Гаазької декларації з туризму, прийнятої Міжпарламентською конференцією з туризму, що пройшла у Гаазі (Нідерланди) в 1989 р., зводиться до закріплення основних принципів, яких необхідно дотримуватися усім учасникам відносин у сфері туризму [22]. Ці принципи актуальні уже більше двох десятиліть.

Розгляд еволюції поняття "туризм" демонструє можливість "накопичувати" та уточнювати представлену інформацію для використання сучасними і майбутніми поколіннями.

Апелятивна функція МСП туризму слугує для виконання заклику, звернення до адресата і спонукання до сприйняття мови адресанта. Яскравим прикладом реалізації цієї функції стануть назви туристичних підприємств: "*Вибери тур*", "*Поїхали з нами*", "*Полетіли-поїхали*"; назви турів, які пропонують споживачеві українські туристичні оператори: "*Вперед до перемоги – Шахтар!*" (*Коломия*), "*Вперед – до Бразилії!*", "*Вперед! На Край Землі!*", "*Повний вперед, піднявши вітрила, – Італія + Корсика*"; заголовки інформаційних повідомлень туристичних підприємств "*Бронюй тур до Чехії – отримай мультивізу в подарунок*", "*Бронюй тур – отримай TravelSIM*", "*Бронюй тур до Греції – отримай СПА-процедуру в ПОДАРУНОК!*" тощо.

Досить яскраво виражена *компресивна функція* МСП туризму, що реалізує закон економії мовних зусиль фахівця у таких виявах, як буквенна абревіація: *ТВТ* ← техніка водного туризму; *ПКМ* ← професійно-кваліфікаційний модуль (наприклад, "Бюро мандрівок"); *BIE* ← (Bureau International des Expositions) – Бюро з міжнародних виставок; *FITE* ← (Federation Internationale de Tourisme Equestre) – Міжнародна федерація кінноспортивного туризму; *AIT* ← (Alliance

International de Tourisme) – Міжнародний туристичний альянс; *IGC* ← (International Guides Club) – Міжнародний клуб гідів; усічення (належить до поширеного явища і відзначається високим ступенем продуктивності): *інфа* ← інформація для туристів; *еміки* ← Емірати; *тезики* ← партнери компанії Tez Tour; *корали* ← партнери компанії Coral Travel тощо.

Езотерична функція МСП туризму полягає у кодуванні змісту інформації, у таких умовах "чужий" комунікант усувається зі спілкування. Наприклад, *п'ятірка йде* – виїздить гість із п'ятого номера; "*пеня*" – персональний номер бронювання (від абревіатури PNR) [139, с. 405].

Отже, актуальність дослідження функціональних особливостей мов спеціального призначення сприяє поглибленню теоретичних уявлень про динаміку форм існування національної мови, а також повному та адекватному опису динамічних моделей і законів утворення терміносистем. МСП туризму – це динамічні функціонально-семіотичні структури, одиниці яких відображають еволюцію професійних знань, уявлень і оцінок. Різноманіття функцій МСП туризму визначається широтою сфери обслуговування в туристичній індустрії.

1.3. Стратифікаційна структура спеціальної лексики туризму

Семантика терміна великою мірою обумовлена його місцем в системі понять певної галузі знань і тому значення кожного окремого терміна координоване значенням інших термінів цієї самої системи. Термін як знак, що виступає у функції логічного визначення наукового поняття, повинен, з одного боку, своїм значенням точно орієнтувати об'єкт у конкретній системі понять, а з іншого, як мовна одиниця, він повинен характеризуватися низкою лексичних ознак, властивостей. Однак зауважимо, що повного ізоморфізму системи понять і термінів не існує, він відносний. Принцип однозначності, на жаль, ніколи не досягається повністю в терміносистемі; різні ланки термінологічного ланцюжка за необхідності представляють різний ступінь ізоморфних відношень, а ізоморфні відношення неминуче порушуються самим функціонуванням системи. На

сьогодні виявлено чисельні й різноманітні засоби мовної системності термінів, обумовлені семантичними, словотвірними, морфологічними, морфолого-семантичними зв'язками термінів.

Стратифікація термінології – це поетапне виділення різних прошарків лексики з опорою на спеціальні та частотні словники мови тієї чи тієї галузі наукових знань і подальше якісне/кількісне вивчення виділених лексичних підсистем. Функціонально-семантична стратифікація дає можливість у прошарку термінолексики сфери функціонування крім власне науково-технічних термінів виділити і такі страти, як професіоналізми та номенклатурні назви.

1.3.1. Ядро і периферія лексики туризму в українській мові

Загальновідомо, що термінологія для терміна є полем, до якого той належить і в межах якого реалізується. Термінополе – це лінгвістичне середовище побутування терміна, усередині якого він наділений усіма характерними ознаками, царина штучно окреслена і захищена від стороннього проникнення [223, с. 110]. Поле, за спостереженнями Г. С. Щура, – спосіб існування угрупувань лексичних елементів, притаманних різним рівням мови, що володіють загальними (інваріантними) властивостями поряд з ознаками, що відрізняють ці мовні одиниці одну від одної [213, с. 68]. Кожна термінолексема належить до певного термінологічного поля "сфери існування терміна, де він має всі ознаки". Розгортаючи цю думку, О. В. Суперанська зазначала, що у межах цього поля термін-слово "набуває точності, однозначності", отже, "на відміну від звичайного лексичного поля, у термінополе входить не загальна, а спеціальна лексика, співвіднесена зі спеціальними поняттями" [179, с. 112]. Полем визначають ядерно-периферійну структуру в мові, наголошуючи на тому, що семантична будова таких структур "утворена не за ознаками бінарної опозиції (релевантність – нерелевантність), а за принципом градуювання – ступеня виявлення ознак із центром, що складається з ознак високого ступеня детермінованості, і периферії – явищ із високим рівнем варіативності" [56, с. 65].

Підсумовуючи пошуки науковців, Л. О. Морозова [118] констатує, що “термінополе – це уніфікована за системною організацією багаторівнева класифікаційна структура, яка об’єднує терміни сфери однорідної професійної діяльності”. Поза цим полем термін може набути конотативного значення як звичайна лексична одиниця та перестає бути терміном. Термінологічне поле з часом може зазнавати змін – через появу нових одиниць чи втрату старих, а також міграцію термінів у межах самого поля.

У термінополя є своє ядро, базові компоненти якого обов’язкові, домінантні; це найуживаніші слова, що є носіями основних значень та мають значну психологічну вагу для респондентів. Крім того, вони стилістично нейтральні й відзначені підвищеною лексикографічною частотністю. Ядро формується навколо інваріантної лексеми (архісеми, домінанти), яка має низку найхарактерніших семантичних ознак для вираження інтегрального значення усього поля. Терміни-ядра, на переконання Л. Б. Ткачової, є основою для створення термінологічної системи, оскільки несуть в собі основне інформаційне навантаження [182, с. 45]. Елементи ядерної зони позначають родові поняття, у той час як елементи периферійної зони виражають видові поняття; ядро є інформаційним центром усього поля; для елементів ядерної зони характерне найбільше функціональне навантаження, на відміну від елементів периферійної [166, с. 44].

При цьому варто пам’ятати, що лексеми, які перебувають на периферії одного поля, можуть входити до ядра іншого і навпаки; різні поля іноді накладаються одне на одне, утворюючи зони переходів.

Периферія є важливою складовою поля, оскільки “містить одиниці, що є найвіддаленішими за своїм значенням від ядра. Вони деталізують та конкретизують основне значення поля. Польовий принцип організації системи мови свідчить про обов’язкову наявність периферії у кожному полі. Жодне мовне явище не може складатися лише з ядра, оскільки периферія є таким же повноправним елементом лексичного значення, як і ядро” – підкреслює Н. Я. Гешко [36, с. 76].

Елементи поля мігрують, перебуваючи у постійному русі, одні залишають систему, а інші входять до неї, що зумовлює утворення розмитих, дифузних меж. Це пов'язано, перш за все, з розвитком науки, яку обслуговують відповідні терміни. Унаслідок зміни в структурі знання може статися реорганізація поняттєвої системи, а отже, термінополя.

У сучасному мовознавсті не існує однозначного потрактування поняття поля і принципів групування слів у ньому. Через нечіткий характер меж поля виникають певні складнощі щодо критеріїв та методів відбору одиниць. Встановлення інвентарного складу почасти відбувається довільно та має суб'єктивний, умовний характер.

Аналіз терміносистеми туризму дозволяє схарактеризувати її як складну, відкриту й гетерогенну систему, що зазнає постійного впливу інших терміносистем (див. схему 1.1.). Зокрема найбільшу кількість суміжнонаукових термінів термінологія туризму має з такими терміносистемами: готельно-ресторанна справа, транспортна сфера, географія, індустрія дозвілля тощо.

Гетерогенність полягає в різнорідності її складників, де значну частку становлять іншомовні номінації, одиниці різної граматичної структури, одиниці з різним ступенем точності семантики (терміни і терміноїди), конкретності позначуваного поняття (терміни і номени), з різною прагматичною спрямованістю (терміни і професійні жаргонізми).

Вивчення будь-якого термінологічного поля, у тому числі терміносистеми туризму, передбачає два основні етапи: виокремлення його й подальший аналіз структури. До критеріїв виокремлення полів можна віднести: структурний, психолінгвістичний, психофізіологічний, статистичний тощо. У нашій роботі використано семантико-логічний критерій, в основі якого лежить принцип ідентифікації, що передбачає пошук слова-ідентифікатора, яке повинне виражати поняття, ідею в найзагальнішій, абстрактній та нейтральній формі [57, с. 93]. Це центральне слово, семний склад якого окреслює семантичний контур майбутньої вибірки. Розрізнювальними ознаками під час побудови термінополя туризму

стали відношення елементів поля до терміноодиниць аналізованої галузі знань і рівень узагальнення значення.

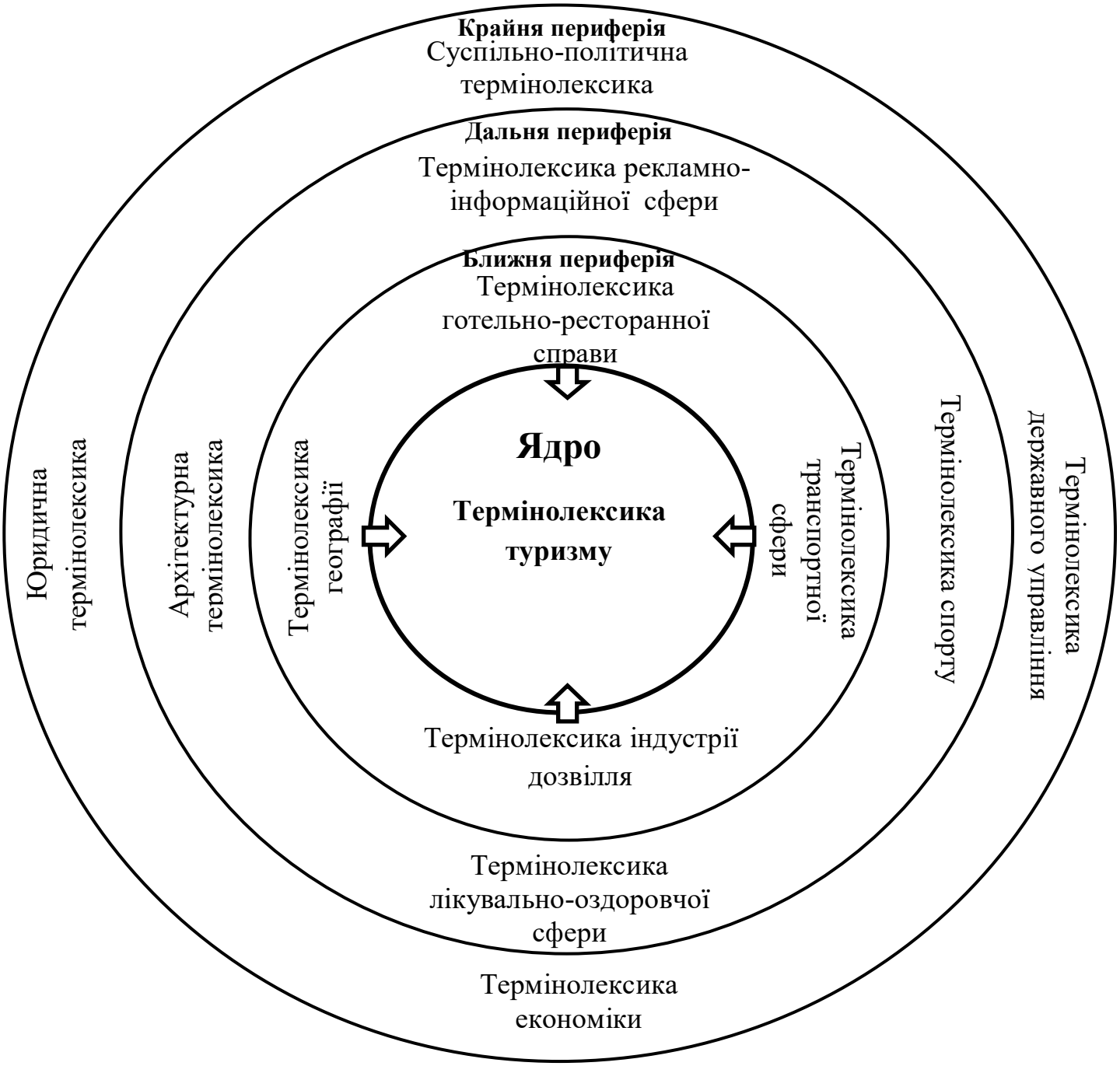

Схема 1.1. Польова структура термінополя туризму

Ядро поля утворює термінологія туризму, яка, незважаючи на властиву їй багатоплановість і складність, постає як цілісна система.

Частки ядра – терміноодиниці, у яких сема співвіднесеності з туристичною галуззю є центральною в семантичній структурі. Основноположною лексичною одиницею є термін *туризм.* Серед домінантних лексем, що належать до ядра, виділяємо: *тур*, *турист*, *туристичний продукт*, *внутрішній туризм*, *міжнародний туризм*, *віза*, *безвізовий режим*, *туристичні оператори*, *туристичні агенти*, *екскурсія*, *туристський маршрут*, *дестинація*, *додаткові туристсько-екскурсійні послуги* тощо. Периферію польової структури туристичної терміносистеми утворюють терміни, пов'язані з туристичною індустрією лише диференційними семами (або семою). Це міжгалузеві, загальнонаукові та загальнотехнічні терміни. До ближньої периферії зараховуємо міжгалузеві терміни на позначення понять дотичних галузей: *готель*, *вілла*, *рецепція*, *готельна анімація*, *номер*, *портьє*, *покоївка*, *курорт*, *меню*, *санаторний комплекс*, *аеропорт*, *міжнародне повітряне перевезення*, *чартер*, *авіаквитки*, *клімат*, *заповідник*, *національний парк* тощо. Зону крайньої периферії утворюють загальнотехнічні (*будова*, *вага*, *обстеження*, *потік*, *повітря*, *рух*, *технологічний процес*, *фотоефект*, *час*, *швидкість*, *явище*) та загальнонаукові терміни (*аналіз*, *засоби*, *класифікація*, *концепція*, *критерій*, *методи*, *розрахунок*, *система*, *структура*, *тенденція*, *тип*, *потенціал*, *причина*, *форма* тощо*)*. Що віддаленішою від ядра є периферійна зона, то слабшою є ступінь уточнення відповідних понять. Периферія схильна до екстралінгвістичного впливу, унаслідок якого вона постійно змінюється, зокрема за рахунок семантичного розвитку або втрати одиниць [64, с. 11–13]. Наприклад, такі терміни як *паспортна книжка*, *метрика*, що знаходилися у XX ст. на периферії туристичної термінології, зараз не вживають. Із розвитком галузі такі лексеми модернізувалися чи втратили свою актуальність і вийшли з ужитку, ставши історизмами.

Термінологічне поле має здатність ділитися на мікрополя або групи. Так, на необхідність виокремлювати об'єднання слів, що базуються не на лексико-семантичних зв'язках, а на класифікації самих предметів і явищ, наполягав

Ф. П. Філін [195, с. 526]. Він називав їх *тематичними словниковими групами.* Якщо одну із мовних одиниць тематичної групи з часом замінити іншою, така зміна не приводить до змін у значеннях, стилістичному забарвленні мовних одиниць тієї самої групи, що, як стверджував науковець, вказує на майже повну відсутність семантичних зв'язків між одиницями групи.

У сучасному мовознавстві часто ототожнюють такі угрупування мовних одиниць, як лексико-семантична й тематична група, оскільки обидві здатні виражати об'єктивну дійсність за допомогою лексичних засобів. Відмінним є те, що *лексико-семантична група* – це підгрупа мовних одиниць у межах однієї частини мови, об'єднаних за спільними видовими значеннями; *тематична група* – це ряд мовних одиниць, поєднаних спільними родовими значеннями, тобто мовні одиниці, які називають різновиди одного й того самого ряду предметів (СЛТ, с. 55).

Тематичні групи пов'язані однією типовою ситуацією або однією темою, але "спільна ідентифікувальна (ядерна) сема для них не обов'язкова" [22, с. 110]. Це "об'єднання значень слів, в основі якого лежить подальше членування загального поняття, яке входить у зміст категорії пізнання", переконана Ж. П. Соколовська [172, с. 47]. На думку лінгвіста, "особливість тематичної групи полягає у тому, що вона, з одного боку, виділена на основі логічного членування широкого поняття, а з іншого боку, − на основі того, як це поняття членується, і логікою мови – значеннями слова. Таким чином, "тематична група є сходинкою класифікації, на якій логіка мовного членування семантичного континууму виступає вже не просто як попередня, інтуїтивна основа, як орієнтир у процесі систематизації людських уявлень про об'єктивну дійсність, але й як самостійний фактор, як питомо мовне членування уявлень людини про об'єктивну дійсність" [171, с. 47].

Зважаючи на такі потрактування, у складі терміносистеми туризму можна виокремити найзагальніші тематичні групи (ТГ), з опертям на екстралінгвальну природу понять, які ці терміни називають:

1) назви видів туризму: міжнародний туризм, внутрішній туризм; *за характером організації подорожі*: індивідуальний туризм, груповий туризм, організований туризм, неорганізований туризм, самодіяльний туризм; *за соціо-демографічними ознаками*: дитячий туризм, шкільний туризм, молодіжний туризм, сімейний туризм, туризм третього віку; з*а видами діяльності*: *с*портивний туризм, культурно-пізнавальний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, науковий туризм, діловий туризм, релігійний туризм; *за способом пересування*: авіаційний туризм, автотуризм, велотуризм, залізничний туризм, водний та ін.;

2) назви туристичних маршрутів: *за видом траси:* лінійний, радіальний, кільцевий, комбінований; *за тривалістю:* багатоденний, вихідного дня; *за сезонністю:* цілорічний, сезонний; *за способом пересування:* теплохідний, авіаційний, автобусний, залізничний, комбінований;

3) найменування туристів: індивідуальний турист, груповий турист вітчизняний турист, внутрішній турист, міжнародний (іноземний) турист, транзитний турист, пішохідний турист, бізнес-турист, тенденційний турист, сімейний турист;

4) назви підприємств в туристичній сфері: туристичний оператор, туристичний агент, агентство подорожей, туристичне бюро, екскурсійне бюро, бюро реалізації туристсько-екскурсійних послуг, туристичні клуби, туристичні секції, туристсько-екскурсійні гуртки;

5) **найменування працівників туристичної індустрії:** директор / начальник відділу турагентства, менеджер із туризму, менеджер із напрямків, керівник туристичної групи, гід-перекладач, екскурсовод, аніматор, портьє, адміністратор готелю, покоївка, хостес;

6) назви процесів в туризмі: проектування (розпрацювання) турів, побудова траси маршруту, розпрацювання паспорту маршруту, аналіз проекту, затвердження технологічної документації, організація туристичних заходів, реалізація екскурсійної програми, просування туристичного продукту, реалізація туристичних послуг, прямий продаж, продаж за комісійні, бронювання готелю, анулювання замовлення, післяпродажне обслуговування, гуртова реалізація, роздрібний продаж;

7) назви на позначення туристичних формальностей: *документи для оформлення замовлення:* листок замовлення, листок бронювання, підтвердження бронювання; *документи для клієнта:* договір, ваучер, віза, пам'ятка, страховий поліс, квиток на транспорт, документи, які підтверджують факт сплати туру; *документи, які підтверджують особистість клієнта:* паспорт, довіреність на дітей; *окремі ланки митної системи* (митний контроль, зелений/червоний коридор, митна декларація).

8) найменування в транспортному сегменті: аеропорт, авіаквиток, авіачартер, чартерна квота, перший клас обслуговування, бізнес-клас обслуговування, економний клас обслуговування, туристський клас обслуговування; чартерні туристичні потяги, екскурсійні потяги, плацкарта, нерегулярні перевезення, круїз, клас лайнера;

9) найменування в сегменті організації проживання та харчування: апартамент, дуплекс, люкс, напівлюкс, одномісний номер, двомісний номер, двомісний номер, тримісний номер, багатомісний номер; континентальний сніданок, англійський сніданок, шведський стіл тощо;

10) назви в сегменті організації дозвілля: *активний відпочинок:* рафтинг, каякінг, альпінізм, скелелазіння, маунтинбайк, сноуборд, теніс, скейтбординг, кайтинг, віндсерфінг, геокешинг; *пасивний відпочинок:* анімація, творча анімація, готельна анімація, музичні спектаклі, SPA;

11) найменування в географічному сегменті: акваторія, вітер, водоспад, географічне положення, історико-культурні рекреаційні ресурси, карта, клімат, компас, річка, природні рекреаційні ресурси, рекреація, материк, море, півострів, острів, океан, цунамі тощо.

Отже, структуру термінології галузі туризму можна подати як модель "ядро – периферія", функціональні одиниці якої позначають поняття туристичної сфери і вживаються в наукових текстах та усному мовленні фахівців. Дослідження термінологічних полів допомагає зрозуміти систему спеціальної мови в тісному зв'язку з реальними виробництвами і процесами.

1.3.2. Термін як основна одиниця мови спеціального призначення

Терміни завжди були предметом аналізу численних лінгвістичних праць. В умовах бурхливого сьогодення термінологія як найважливіша ланка спеціальної лексики є найдинамічнішою, рухомою частиною лексико-семантичної системи мови. Відповідно, головною одиницею будь-якого професійного вокабуляру (включаючи сферу туризму), що є засобом спілкування фахівців, є термін. Термінологія кожної конкретної сфери діяльності містить систему термінів, співвіднесених із системою понять відповідної галузі знання.

У традиційній системно-структурній парадигмі основним складником будь-якої терміносистеми є термін. Його вивчення триває уже не одне десятиліття, але досі немає єдиного потрактування цього поняття. Причина не в тому, що вчені по-різному розуміють його, а в тому, що дослідники вкладають у це поняття різний зміст, по-різному його інтерпретуючи, розглядаючи його функціонування під різним кутом зору.

Інтенсивне вивчення цієї проблеми як у нашій країні, так і за її межами, припадає на 20–30-ті роки XX ст. Саме у цей період у статтях і доповідях інженера за освітою Д. С. Лотте, у книгах громадського діяча есперантиста Е. К. Дрезена формувався новий напрям наукових досліджень – термінознавство, що виникло в надрах лексикології і стало самостійною галуззю знань. Над випрацюванням вимог до ідеального терміна працювала плеяда відомих науковців, серед яких Г. О. Винокур, В. В. Виноградов, О. О. Реформатський та ін.

Ще у 1939 р. Г. О. Винокур зазначав, що “терміни не з’являються, а придумуються, творяться у міру усвідомлення їхньої необхідності” [29, с. 24]. Учений констатував, що “у ролі останнього може виступати будь-яка лексема ..., адже термін – це не особливе слово, а звичайне слово в особливій функції, функції назви спеціального предмета або явища” [29, с. 49].

Категоричною була позиція В. В. Виноградова, який переконував, що терміни виконують дефінітивну функцію і в жодному разі не номінативну: “слово виконує номінативну або дефінітивну функцію, тобто або є засобом чіткого

позначення, і тоді воно – простий знак, або засобом логічного визначення, тоді воно – науковий термін” [25, с. 12–13].Термін, на відміну від звичайного слова, завжди виражає суворо фіксоване поняття й має бути коротким, позбавленим багатозначності, синонімії, омонімії [110, с. 74].

Узагальнюючи теоретичні напрацювання, О. О. Реформатський констатував, що “терміни – це слова спеціальні, обмежені своїм призначенням, слова, які намагаються бути однозначними як точне вираження понять і називання речей” [153, с. 48], а О. С. Ахманова називала терміном слово чи словосполучення спеціальної (наприклад, наукової, технічної) мови, що створюється для точного вираження спеціальних понять і називання спеціальних предметів дійсності (АСЛГ, с. 474).

Своє потрактування терміна запропонував Б. М. Головін: “слово або словосполучення, що має професійне значення, яке виражає і формує професійне поняття і застосовується у процесі пізнання й освоєння певного кола об’єктів і відносин між ними – під кутом зору визначеної професії” [41, с. 50].

На переконання Т. Л. Канделакі, “під терміном варто розуміти слово чи лексикалізоване словосполучення, що вимагає для становлення свого значення у відповідній системі понять побудови дефініції” [72, с. 7]. В. М. Лейчик стверджував, що “термін виростає на лексичній одиниці” мови або “лексична одиниця цієї мови є природномовним субстратом терміна”, і тому “термін – лексична одиниця мови спеціального призначення, що позначає спільне, конкретне або абстрактне поняття теорії певної спеціальної галузі знань або діяльності” [104, с. 31–32].

Звертаючи увагу на функціональний аспект, О. І. Павлова визначає терміни як цілком офіційні, прийняті й узаконені в певній галузі науки чи техніки позначення, назви понять. Дослідниця переконана, що їхня специфіка зумовлена сферою функціонування термінологічних одиниць, а саме тим, що останні є номінативними одиницями мови науки й техніки, а не одиницями природної мови загалом. Поділяючи думку В. М. Лейчика, вона наголошує, що саме в науковій сфері мови терміни виконують свої основні функції: номінативну – назви класу

спеціальних об’єктів чи їх ознак; сигніфікативну – позначення загального поняття, яке належить до системи спеціальних понять цієї галузі знання; комунікативну – передавання в часі і просторі спеціального знання та ін. [125, с. 50].

Визначення поняття “термін” і вимоги до нього й досі залишаються суперечливими. У 1977 році В. П. Даниленко запропонувала 19 визначень цього поняття із різних наукових джерел і проаналізувала точки зору відомих дослідників. Через 30 років після публікації цієї розвідки С. Д. Шелов дослідив погляди науковців із цієї проблематики на сучасному етапі розвитку мовознавства. На підставі вивчення значної кількості вітчизняних і зарубіжних джерел, автор констатує: 1. Поняття “слово” або “словосполучення” для визначення терміна є родовим; 2. Достатніми, але необов’язковими є умова “професійності”, “наявності дефініції поняття”, позначеного мовним знаком, а також умова точності позначеного поняття; 3. Зміст терміна завжди припускає деяке “знання, що лежить за межами загальної мови, яке і є середовищем існування термінологічної одиниці” [208, с. 796].

Акцентуючи увагу на сфері вживання терміна, О. В. Суперанська, Н. В. Подольська, Н. В. Васильєва зазначали, що: “Термін – це спеціальне слово (і словосполучення), прийняте у професійній діяльності та вживане в особливих умовах; словесне визначення поняття, що входить у систему понять певної галузі професійних знань; основний поняттєвий елемент мови спеціального призначення; для правильного свого розуміння потребує спеціальної дефініції (точного наукового визначення)” [179, с. 14].

Спираючися на думку С. В. Гриньова-Гриневича, О. О. Романова зазначає, що основними ознаками, які уможливлюють виділення термінів у складі спеціальної лексики, можуть бути: специфічність використання (кожний термін належить до спеціальної галузі знань); функція називання поняття; дефінітивність (наявність наукової дефініції); точність значення (яка встановлюється дефініцією); контекстуальна стійкість (значення терміна є зрозумілим без контексту і мало залежить від нього); стилістична нейтральність; езотеричність

(точне значення терміна відоме тільки спеціалістам); конвенційність (цілеспрямований характер появи); номінативний характер (термін – це, зазвичай, іменник або словосполучення на основі іменника); відтворюваність у мовленні (яка є важливою для словосполучень) [156, с. 43–44].

Важко не погодитися із думкою Н. С. Безгодової, яка переконана, що "термін – член конкретної термінологічної системи, тому термінологія – це не випадкова сукупність слів, а система взаємопов'язаних термінів, які позначають систему понять якоїсь галузі знань" [11, с. 459]. Дослідниця наголошує, що термін виконує дві функції: слугує назвою поняття (номінативна функція) й відображає зміст поняття.

"Термін ніколи не існує один, сам по собі, він завжди входить у якусь класифікаційну групу. Це не випадково, оскільки терміни одного семантичного поля називають предмети, явища, що мають спільні ознаки, однорідні явища", – переконана А. В. Крижанівська [86, с. 65] .

Досить вичерпно визначає термін О. С. Герд: "Термін – це одиниця якої-небудь конкретної природної або штучної мови (частіше слово або словосполучення), що існувала раніше або спеціально створена і володіє спеціальним термінологічним значенням, яке виражене або в словесній формі, або в тому чи тому формалізованому вигляді і досить точно і повно відображає основні, істотні на даному рівні розвитку науки, ознаки існуючого наукового поняття" [35, с. 3].

А. В. Лемов уважає терміном таку мовну одиницю, яка "співвідноситься з поняттям і предметом професійної сфери та слугує для концентрації фіксування, збереження і передачі професійної інформації" [105, с. 61].

У своєму визначенні поняття "термін" А. В. Іванов концентрує увагу на таких аспектах: "це виражена за допомогою слова або словосполучення мовна одиниця, яка є системно організованим, функціонально значущим, семантично цілісним, поняттєво орієнтованим, конвенційно відтвореним у рамках конкретної наукової чи виробничої сфери та потенційно стандартизованим елементом лексичної системи мови" [68, с. 90].

На переконання Т. Р. Кияка, “терміни не ізольовані, незалежні, “обрані” одиниці загальновживаної мови, які мають лише їм властиві особливості, а складають повноцінну частину загального складу мови, де властивості слів виявляються більш виразно, регламентовано, відповідаючи вимогам професійного спілкування і взаєморозуміння” [79, с. 80].

Варто зазначити, що відомі науковці А. Д. Хаютін [197], В. М. Лейчик [102], С. В. Гриньов [49] та ін., аналізуючи історію становлення терміна як наукового поняття, виокремлюють такі його страти: *прототерміни* – це спеціальні лексеми, які виникли й використовувалися перед виникненням наук, і тому називають не поняття (які виникають з появою наук), а спеціальні уявлення про предмет [51, с. 44]; *передтерміни* – спеціальні лексеми, які використовують для новосформованих понять, зокрема описові звороти, сурядні словосполучення, прислівникові і дієприслівникові звороти [50 с. 86]; *терміноїди* – це особливі слова, що перебувають на шляху становлення як терміни, але недостатньо визначені за змістом і обсягом репрезентованого поняття, що зближує їх, з одного боку, з професіоналізмами, але, з іншого, й розводить через відсутність нормативного терміна-еквівалента [187, с. 672], *псевдотерміни* – спеціальні лексеми, хибні поняття, що не відповідають дійсності. У нашому дослідженні підкласи термінів не є об’єктом ґрунтовного вивчення.

Про зв’язки термінів, що утворюють систему, писав і В. В. Виноградов, підкреслюючи мовний бік системності: “терміни тієї чи іншої сфери наукових понять знаходяться між собою в чітко закономірних зв’язках й утворюють відому систему” [27]. О. О. Реформатський стверджував, що “терміни існують не просто в мові, а у складі певної термінології” [154].

Як слушно підкреслював В. М. Лейчик, універсальне визначення терміна “може виявитися фікцією, оскільки термін є складним феноменом і об’єктом для вивчення в різних наукових напрямках” [104, с. 20–22]. За В. М. Лейчиком: “терміносистема – знакова модель певної теорії спеціальної галузі знань або діяльності; елементами терміносистеми є лексичні одиниці (слова і словосполучення конкретної мови спеціального призначення будь-якої природної

мови, а структура в цілому адекватна структурі системи понять цієї теорії" [104, с. 129]. Мовознавець переконаний, що "терміносистеми є конструктами, причому фігурують вони не в природній мові взагалі, а в тих її функціональних різновидах, які називають мовами спеціального призначення, як, до речі, і закінчені, сформовані термінології (наприклад, ремісничі термінології ткачів, бондарів і ін.)" [104, с. 138].

Як "штучно сформований лексичний пласт, кожна одиниця якого повинна мати певні обмеження у вживанні та оптимальні умови для свого існування та розвитку" розглядає терміносистеми науки і спеціальних галузей діяльності людини О. В. Суперанська [179, с. 8].

Серед українських мовознавців усталилася думка про терміносистему як упорядковану сукупність термінів, що адекватно виражають систему понять спеціальної сфери людської діяльності, між якими існує обов'язковий і невід'ємний зв'язок, а сукупність зв'язків всередині такої сукупності зумовлює його структуру [74].

У сучасному національному науковому лексиконі поширена синонімічна до терміносистеми назва термінологія. Термінологію як "…систему позначень наукових і професійних понять будь-якої однієї галузі знань" трактують Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк [126]. На багатозначності слова *термінологія* наголошували О. В. Суперанська, Н. В. Подольська, Н. В. Васильєва: 1) сукупність термінів-слів взагалі; 2) сукупність термінів (понять і назв) якої-небудь конкретної галузі знання (медична термінологія, географічна термінологія); 3) учення про утворення, склад і функціонуванні термінів взагалі; 4) учення про утворення, склад і функціонуванні термінів певної галузі знання, які застосовуються у певній мові та їх еквівалентах в інших мовах; 5) загальне термінологічне вчення [179, с.14]. Т. Р. Кияк розуміє термінологію як "…сукупність термінів, що виражають історично сформовані поняття певної сфери людських знань або діяльності" [75, с. 37]. Для В. П. Даниленко найважливіша риса термінології – її системність, яка обумовлена і досягається класифікацією термінів [53, с. 58]. Таке бачення утверджує, власне, думку, що

сукупність термінів безпосередньо обумовлює ознаки кожного терміна й особливості їхнього виявлення, тому властивості терміна можна з'ясувати, проаналізувавши терміносистему, до якої він належить.

Зважаючи на означені погляди, можемо констатувати, що терміносистема і термінологія є відносно синонімічними поняттями, хоча окремі мовознавці не поділяють такої думки. Так, В. М. Лейчик указував на певні відмінності термінології і терміносистеми: термінологія формується разом із відповідною сферою і відповідною системою понять поступово, а не є закінченою системою; про систему термінів можна говорити, на думку мовознавця, лише тоді, коли сформувалася система понять відповідної галузі. Учений переконаний, що термінологія є сукупністю одиниць, які формуються стихійно, тоді як терміносистема – наслідок усвідомленого упорядкування чи конструювання із природних, але спеціально відібраних одиниць, що є повноцінними термінами [103, с. 54–55].

Цікавим видається міркування В. А. Татаринова, який зазначає: "…як би не називали сукупність термінологічних одиниць, які обслуговують ту чи ту галузь чи сферу людської діяльності, ці одиниці формують взаємозв'язаний "набір" термінологічних одиниць, які перебувають у певній рівновазі, тобто, як це прийнято говорити, починаючи з 30–х рр. XX ст., термінологічну систему.Через те, що терміносистеми доволі часто називають термінологіями, їм не варто відмовляти в системності" [181, с. 268]. Саме слово "терміносистема" виникло в мові під впливом певного захоплення в згаданий історичний період системним методом. Тому автор вважає нераціональним закріпляти за цією лексемою розуміння термінології як сукупності термінів, що існує стихійно, а за словом "терміносистема" – упорядкованої термінології. Дослідник воліє не робити розмежування між упорядкованими й неупорядкованими термінологічними системами, визначаючи їх як власне терміносистеми чи термінології, і користуватися цими двома термінами як рівнозначними.

Водночас терміносистеми кожної галузі науки чи сфери діяльності людини мають свої особливості, які пояснюються насамперед природою і складом її

одиниць. Так, окремі мовознавці (В. М. Лейчик, А. В. Косов, О. О. Бурсина та ін.) указують на певні відмінності між терміносистемами природничих та гуманітарних циклів. Термінологічна лексика наук гуманітарного циклу, на думку А. В. Косова, перебуває в тіснішій близькості із загальнолітературною мовою, "що, зокрема, виражається у відсутності чітких меж між терміном і нетерміном" [84, с. 16], а це не є характерним для термінів природничих і точних наук.

Характеризуючи специфічні ознаки термінології соціально-гуманітарних та природничо-математичних наук, О. О. Бурсина констатує, що "терміни першої галузі можуть відрізнятися узагальненістю, тісним зв'язком із загальновживаною лексикою і терміносистемами суміжних дисциплін, деякою смисловою розгалуженістю, відсутністю уніфікованості, нестійкістю значень, контекстною залежністю, стилістичним забарвленням, обмеженістю форм, нерідко відсутністю наукового обґрунтування. У той же час терміни точних наук демонструють точність, однозначність і стійкість значення, контекстну незалежність і стилістичну нейтральність, різноманітність форм і наявність наукової основи" [21, с. 9]. Авторка зауважує, що термінології як соціально-гуманітарних, так і точних наук неоднорідні, можуть або повністю відповідати, або відхилятися від названих вище характеристик, оскільки останні не є обов'язковими, а тільки показують загальну тенденцію всередині термінологій.

Як достатньо молоду та динамічну, до того ж утворену на перетині зі значною кількістю інших терміносистем (готельно-ресторанного бізнесу, транспорту, маркетингу і т. д.), терміносистему туризму складно віднести до циклу тих чи тих перерахованих дисциплін. З іншого боку, вона має чітко окреслену концепцію, правову основу, розвинену практичну базу, тому й розглядаємо її як систему термінів.

Отже, значну кількість підходів до визначення поняття "термін", "термінологія", "терміносистема" можна пояснити, насамперед, особистісним баченням проблеми кожного з авторів.

На нашу думку, якщо говорити про властивості терміна, то варто виокремити найістотніші: 1) терміни чітко систематизовані і взаємопов'язані з іншими

одиницями термінологічного поля; 2) зміст терміна – це приписувана йому дефініція; 3) функція терміна – вираження спеціального професійного поняття. Поряд із ключовими ознаками є й інші не менш важливі: точність, нормативність, однозначність, стислість, нейтральність, зручність утворення похідних слів, інформативність, правильність і милозвучність. Термінологічність слова визначається на тлі лексико-семантичної системи мови і розуміння знакової специфіки, здатної слугувати засобом систематизації результату пізнавальної діяльності. Усі ці властивості притаманні мовному знаку в межах термінології та професійного спілкування. Мова сучасної науки і техніки – це складна система, елементи якої тісно пов’язані між собою і парадигматично, і синтагматично. Парадигматичний зв’язок полягає у тому, що асоціативні зв’язки простежуються між поняттями певної галузі знань і, відповідно, між термінами на позначення цих понять. Вибір мовних знаків для синтагматичних відношень визначається, з одного боку, їхніми парадигматичними відношеннями, а, з іншого, – здатністю поєднуватися з іншими термінами. Сприймання наукового повідомлення також відбувається і парадигматично, і синтагматично. Цим пояснюється вимога точності термінів, оскільки їх однозначна дефініція забезпечує прозорість сприймання наукового тексту. Термін як невід’ємна частина тексту сприяє утвердженню його наукових принципів і стає в ньому основним. Для дефінування поняття необхідно дотримуватися рівноваги між точністю відображуваного явища і лаконічністю формулювання. Точність досягається наявністю найбільшої кількості та різноманітності зв’язків між складниками цього явища. Будь-яка дефініція повинна бути одночасно точною, лаконічною та вичерпною.

Отже, туристична терміносистема як частина загального термінологічного фонду становить складну організацію спеціальних одиниць, неоднорідну за своїм походженням та сутнісними характеристиками.

1.3.3. Номени в мові спеціального призначення

Пріоритетним напрямком розвитку сучасного мовознавства стала галузева лінгвістика, оскільки бурхливий потік нових лексичних одиниць, спричинений еволюцією різних сфер людської діяльності, найперше торкається наповнення номінаціями відповідних терміносистем.

Термінологічна лексика як складник ядра фахової мови є особливою системою з властивими їй специфічними характеристиками і внутрішньосистемними зв'язками. Функціонально-семантична стратифікація фахової лексики дає можливість крім термінів і професіоналізмів виокремити і такий прошарок, як номени. Зауважимо, що в термінознавстві немає єдиної назви цього поняття, наукові праці рясніють синонімами на його позначення, зокрема: *номенклатурне позначення* (Г. Й. Винокур, О. І. Мойсеєв, З. І. Комарова), *номенклатурна одиниця* (В. М. Лейчик, С. В. Гриньов, Т. Р. Кияк, А. М. Письмиченко, Р. Ю. Кобрін), *номенклатурне утворення* (Т. Р. Кияк), *номенклатурний термін* (О. О. Реформатський, О. Д. Хаютін), *номенклатурний знак* (В. М. Овчаренко, Н. Ф. Стаховська), *номенклатурне найменування* (Т. Л. Канделакі, А. В. Крижанівська), *номенклатурна номінація* (І. О. Сокол), *номенклатурно-термінологічне сполучення* (С. М. Руденко), *номенклатурна лексема* (Т. О. Луковенко), *номен* (О. В. Суперанська, С. Д. Шелов, З. І. Комарова, Т. В. Михайлова, Н. В. Нікуліна, Л. О. Симоненко, Л. В. Туровська, О. О. Романова).

Лексема *номенклатура*, засвідчена у французькій мові з XVI ст. на позначення тієї чи тієї галузі науки, згодом, у XVIII ст., стала відома і в англійській мові [119, с. 57]. В обох цих мовах була уживана як синонім до слова "термінологія". Уперше розмежування понять "термінологія" і "номенклатура" запропонував англійський учений В. Уевел (W. Whewell) у середині XIX ст. і визначив номенклатуру як сукупність назв, що утворюють ніби нижчий вид, нижчу категорію [126, с. 149]. Незважаючи на досить глибоку історію, в сучасному українському та зарубіжному мовознавстві висловлюють суперечливі думки щодо сутності номенів та їхнього співвідношення з термінами.

Ототожнюючи поняття “номенклатурне позначення”, “номенклатурний знак”, “номенклатурне найменування”, К. О. Рябова стверджує, що останні були виокремлені вже в 1930-ті роки після того, як стали розрізнювати і поняття “термін” [159]. У радянському мовознавстві проблему номена і номенклатури у 1939 році порушив відомий лінгвіст Г. Й. Винокур. Досліджуючи технічну термінолексику, учений закцентував увагу на специфічному прошарку – номенах. Він зазначав, що на відміну від термінології, номенклатуру варто розуміти як систему цілком абстрактних і умовних символів, а єдине призначення її полягає в тому, щоб дати максимально зручні з практичного боку засоби для позначення предметів, речей, без прямого відношення до потреб теоретичної думки, що оперує цими поняттями [29, с. 8]. Згодом О. О. Реформатський, підтримуючи думку Г. Й. Винокура, уточнює: “термінологія перш за все пов’язана з системою понять науки, номенклатура ж лише етикетує її об’єкти” [153, с. 49]. С. В. Гриньов-Гриневич називає номени “другим за значущістю різновидом спеціальних лексичних одиниць”. Він констатує, що різниця між терміном і номеном – “це різниця між вираженням поняття й етикетуванням окремого конкретного предмета” [51, с. 37–38], а В. М. Лейчик уважає, що номенклатура є проміжною ланкою між термінами і власними назвами, адже планом змісту і термінів, і номенклатурних одиниць є загальні поняття, планом вираження – нарівні з власними назвами – приватні ознаки [100, с. 24]. На взаємодії між термінами і номенами наголошувала також О. В. Суперанська, а номен розглядала як лексичну одиницю, за допомогою якої відбувається номінація конкретного предмета, уникаючи вказівки на його місце в класифікації. На її переконання, для терміна, на відміну від номена, важливу роль відіграє термінологічне поле, а номени зрозумілі і за межами контексту. Авторка також підкреслює вищу номінативну здатність номенів, порівняно з термінами, через що передбачається їхнє легше входження в лексикон [178, с. 78 – 79].

Номенклатурні назви, стверджувала Т. Л. Канделакі, безпосередньо пов’язані з термінами і є їхніми своєрідними “сателітами” (в астрономічному сенсі) [71, с. 62]. В. М. Овчаренко вказує, що “фактично номенклатурний знак

співвідноситься з тим самим поняттям, що й відповідний термін, але не безпосередньо, а через значення терміна, що виражає це поняття. Про це свідчить, зокрема, та обставина, що для розкриття значення номенклатурного знака вистачить назвати термін, який виражає своїм значенням відповідне поняття (“*Що таке Запорожець*?” – “*Автомобіль*”), тоді як значення самого терміна розкривається через визначення поняття. Наприклад, відповіддю на запитання “Що таке автомобіль?” має бути відповідне визначення” [122, с. 61].

В окремих термінологічних полях різниця між терміном і номеном може бути більшою чи меншою. Так, у природничих і технічних науках “емпірична віднесеність номена й ідеальна віднесеність терміна очевидні”; у гуманітарних же галузях знання таке диференціювання не завжди чітко виражене [161].

А. М. Письмиченко стверджує, що термінологія пов’язана з системою понять окремої науки, тоді як функція номенклатури – маркування окремих об’єктів. Продовжуючи думку, вона наголошує, що у формі номена виявляється потреба до вміщення якомога більшого обсягу значення за мінімальної форми [129, с. 14–16]. Подібних поглядів дотримується Н. Ф. Стаховська, яка переконана, що термінологія передусім пов’язана з системою понять певної науки, а номенклатура лише етикетує її об’єкти і може бути виражена будь-якими умовними позначеннями (цифрами, словами тощо) [177, с. 278].

Дефініювання поняття “номен”, а також спроби розмежувати термін і номен порушували як у радянському, так і в сучасному українському та російському мовознавстві.

Існує чимало поглядів щодо розмежування терміна і номена, але немає єдиної думки, за якими саме критеріями їх розрізняти. Найчастіше відзначають, що термін у системі логіко-поняттєвих категорій співвідноситься з абстрактним поняттям, а номен – із конкретним уявленням про клас однорідних предметів. Т. С. Пристайко постулює, що “номенклатура є нижчою ланкою термінологічної лексики, у тому плані, що її розуміння неможливе без розуміння інших власне термінологічних позначень конкретної галузі знання” [150, с. 104]. Цікавою з цього приводу видається думка Т. Р. Кияка і О. І. Каменської, які зауважують, що

“номен виступає як відносно довільний “ярлик” предмета, конвенційно “прикріплений” представниками відповідної галузі знання, що не претендує на розкриття або хоча б часткове відображення в його формі лексичного значення” [79, с. 78].

Інший аспект проблеми розглядає Н. С. Родзевич, уважаючи, що немає потреби чітко розмежовувати термінологію та номенклатуру, оскільки вони пов’язані зі спеціальними поняттями та й у більшості словників не розрізняються [152, с. 11]. На думку Л. О. Симоненко, “між термінами і номенами немає перехідної межі, останні можуть у певних випадках переходити в розряд термінів” [162, с. 50]. О. А. Покровська і С. М. Руденко відзначають, що “у дефініції терміна чітко ієрархічно представлені набори сем – від родових до видових. Дефініція номена є останньою ланкою в цій семантичній низці” [143, с. 70]. Номени поза системою позначуваних ними предметів, зауважує С. М. Руденко, досить часто стають загальновживаними словами, зберігаючи свою предметність. Вони є найбільш змінюваною штучною частиною лексики. Поняттєвість термінів поза системою свого поля майже втрачається. Хоча досить часто це залежить ще й від специфіки мови спеціального призначення. Авторка на прикладі лексем на позначення напоїв доводить відмінність термінів від номенів: “слово в системі понять, у поняттєвому полі – *логос*, *термін*; слово як позначення предмета або певної кількості однорідних предметів, що вивчаються й спостерігаються, – *лексис*, *номен*” [158, с. 39].

Своєрідним підсумком тривалої дискусії про дихотомію терміна і номена може бути постулат Н. В. Нікуліної: “номени є не тільки другим за значущістю різновидом спеціальної лексичної одиниці термінологічної системи, а й суттєвою складовою наукового стилю української мови, знецінення й збіднення якого неприпустиме, бо відповідно призводить до девальвації самої наукової чи технічної галузі”[119, с. 61]. Л. В. Туровська, поділяючи думку В. М. Лейчика, що номени посідають проміжне місце між власними назвами та термінами, переконана, що вони співвіднесені з поняттями через терміни і функціонують у спеціальній комунікації завдяки існуванню відповідних термінів; до того ж

співвіднесені не з будь-яким поняттям, а лише з таким, що є показником класу на основі родо-видових відношень. Крім того, вони входять до такої системи, яка належить до найпростіших і є переліком однорідних понять, що перебувають на одному рівні абстракції та відбивають класи однорідних предметів [186, с. 227 – 228].

Отже, номенклатура – специфічна система спеціальної лексики, використовувана для позначення реальних об'єктів і межує з конкретними галузевими термінами, а не протистоїть їм.

З огляду на те, що наш підхід до розуміння номенклатури формувався під час дослідження лексичних одиниць туристичної сфери, спираючися на погляди багатьох учених, номени розуміємо як символічні, умовні назви словесно-буквенної чи цифрової структури, основне призначення яких полягає у тому, щоб дати максимально практичні та зручні найменування групам родо-видових термінів на позначення класів предметів, речей тощо.

Безумовно, для коректного сприйняття та розуміння номена треба знати, з яким поняттям він пов'язаний і що означає. Пропонуємо власний погляд на специфіку туристичних номенів, об'єднаних у певні лексико-семантичні групи [133, с. 212–216].

Серед номенів на позначення **назв турів** досить часто трапляються поряд із вітчизняними, які мають переважно національно-територіальну специфіку ("*Львів на 8 березня* "*З любов'ю для коханої*", "*Пирогово – казка під відкритим небом*", "*Від* "*полтавської галушки*" *до Сорочинського ярмарку*", "*Гостини у Савки*", "*Карпенків край*", "*Гоголівськими місцями*", "*Вихідні на хуторі біля Диканьки*", "*Козацькими шляхами*", "*Переяслав-Хмельницький – неймовірна подорож в минуле*", "*Слідами Філософа та Вченого*", "*Загадки Чорнобаївщини*", "*На гостину до лісової мавки*", "*День Батяра у Львові*","*Земля Богдана та Тараса*", "*Знайомтесь – наші Черкаси!*") й іншомовні назви, що яскраво ілюструють географію поширення туристичної сфери*:* "*Танець Відня й Будапешта*", "*Хорватський поцілунок*", "*Королівські вогні Бенілюксу*", "*Французький позитив*", "*Грецька сієста*", "*Струни іспанського серця*", "*Віденські канікули*", "*Балтійські*

береги”, “*Секрети альпійських довгожителів*”, “*Європейський коктейль*”, “*Пізній вечір в Сорренто*”, “*Перлини Прибалтики*”, “*Французький шарм Парижа*”. Такі найменування покликані презентувати змістовний бік, “натякати” на сутність того, що може споглядати турист, а не просто фіксувати одиницю у мові.

Різноплановими за змістом є номени на позначення **назв установ, організацій:** *готельний комплекс* “*Поділля*”, *готель* “*Дніпро*”, *санаторій* “*Україна*”; *туристична фірма* “*Від Краю – до Краю*”, *туристична фірма* “*Феєрверк мрій*”, *туристична фірма* “*Ваш відпочинок*”, *туристична фірма* “*Мандрівник*”, *Черкаське бюро подорожей та екскурсій* “*Турист*”; *садиба зеленого туризму* “*Холоднянський зорепад*”, *садиба зеленого туризму* “*Кобзарева колиска*”.

Окрему групу становлять номенклатурні назви, утворені іншомовними кальками, які на сьогодні набули значного поширення в українській туристичній сфері, що сприяє взаєморозумінню між учасниками міжнародної комунікації. Серед них виділяємо кілька груп:

– **назви міжнародних туристичних організацій:** *World Tourism Organization – UNWTO* (Всесвітня організація туризму), *WATA* (Всесвітня асоціація туристичних агентств), *ASTA* (Американське товариство туристичних агентств), *ETC* (Європейська туристична комісія), *PATA* (Асоціація туристичних агентств країн Тихоокеанського регіону), *ICTA* (Міжнародна асоціація з екскурсійного обслуговування турів), IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту) та ін.;

– **назви типів віз:** українські візи залежно від мети поїздки поділено на типи, позначені літерним та цифровим кодом (літерами латинського алфавіту – в машинозчитуваній зоні візової етикетки): *Д* (*VD*) – дипломатична, ділова; *Л* (*VL*) – рятувальні роботи; *О* (*VO*) – студентська; *Н* (*VN*) – віза для науковців; *М* (*VM*) – віза для працівників ЗМІ; *Р* (*VR*) – віза для представників релігійних місій; *Г* (*VG*) – віза для представників гуманітарних місій; *К* (*VK*) – культурний і спортивний обмін; *Т* (*VT*) – туризм; *П-1* (*VP*) – приватна; *ОП* (*VZ*) – персонал транспортних засобів міжнародного сполучення; *ТР-1* (*VF*) – транзит тощо;

– **назви типів туристичних будівель:** *MB* (*Main Building*) – основна будівля готелю; *BGL, BG* (*Bungalow*) – бунгало, будівля, що стоїть окремо від основної; *HV, HV–1, HV2* (у назві готелю) – holiday village – готель, який складається із котеджів чи вілл, розкиданих територією. Буває першої та другої категорії. Наприклад, *HV–1* – розташований на першій лінії пляжу;

– **назви типів розміщення туристів:** *SGL* (одномісне розміщення), *DBL* (двомісне розміщення), *TRPL* (тримісне розміщення), *QDPL* (чотиримісне розміщення); *EXB* (extra bed) – додаткове спальне місце*; SGL+CHD* (single plus child) – стандартний двомісний номер для розміщення 1 дорослого і однієї дитини; *SGL+2CHD* – стандартний двомісний номер для розміщення 1 дорослого і двох дітей (для одного з дітей передбачене додаткове ліжко); *DBL+CHD* – стандартний двомісний номер для розміщення 2 дорослих і 1 дитини (для дитини передбачене додаткове ліжко); *DBL+2CHD* – стандартний двомісний номер для розміщення 2 дорослих і 2 дітей (для дітей передбачене додаткове ліжко); *DUS* (double use single) – двомісний номер для одномісного використання; *BO* (bed only) – розміщення без харчування; *ROH* (run of the house) – розміщення на розсуд готелю;

– **назви типів краєвидів із вікна номера:** *CV* (City view) – вид на місто; *BV* (Beach view) – вид на пляж; *PV* (Pool view) – вид на басейн; *RV* (River view) – вид на річку; *OV* (Ocean view) – вид на океан; *GV* (Garden view) – вид на сад; *MV* (Mountain view) – вид на гори; *VV* (Valley view) – вид на долину; *LV* (Land view) – вид на околиці; *SF, FV* (Sea Front, Front View) – прямий вид на море; *SSV* (Sea Side view) – вид на море збоку;

– **назви вартості розміщення у готелі:** *Chld* (Child) – вартість розміщення дитини до 12-ти років; іноді *CH* – доросла дитина 12–15 років; ch – маленька дитина – до 6 років, inf, infant – дитина 0–2 років. Зазвичай, вартість вказують для дитини в номері з двома дорослими *DC* (DBL + Chld), але також може бути *SC* (*SGL + Chld*), *DBL +2 Chld* – два дорослих і двоє дітей і *SGL +2 Chld* – один дорослий і дві дитини. *DBL+EXB* (double plus extra bed) – вартість

стандартного двомісного номера для розміщення трьох дорослих (один дорослий розміщується на додатковому ліжку) та ін.;

– **назви типів туристів**: *pax* – пасажир, турист – абревіатура, яку використовують у туристичній індустрії (30 *pax – у групі 30 туристів*); *A-тип* (нім. Abentener – пригода) – любитель пригод; *B-тип* (нім. Bildung und Besichtigung – освіта та огляд визначних місць) – допитливі туристи; *F-тип* (нім. Ferme und Flirtorientierter Erlebnisur Lauber) – відпускник, який полюбляє подорожі на далекі відстані і флірт; *S-тип* (нім. Sonne, Sand, See) – типовий відпускник, якому імпонує пасивний відпочинок на морських курортах, спокій і комфорт; *W-1-тип* (нім. Wald und Wanderorientiert) – любитель лісових прогулянок та походів; *W-2-тип* – швидше спортсмен, ніж аматор”;

– **назви типів харчування:** *OB* (*only bed*) чи *RO* (*room only*) – розміщення без харчування; “*a-la carte*” – меню, у якому кожна страва вказана з ціною; *BB* (*bed & breakfast* (“&” (*амперсанд*) *є графічним скороченням латинського сполучника* “*et*” – *і*) – у вартість проживання входить лише сніданок (як правило, шведський стіл); *CBF – Continental Breakfast* (континентальний сніданок) – складається з чаю, кави, булочки, вершкового масла, сиру, яйця, іноді пропонують йогурт або фрукти; *ABF – American Breakfast* (американський сніданок) – такий тип харчування включає всі елементи континентального сніданку, але до нього додають різні сири, ковбаси, шинки й овочеві салати; *brunch dinner* (сніданок переходить в обід); *HB* (*half board*) – напівпансіон; *HB* (*half board, extended half board*) – розширений напівпансіон; *FB* (*full board*) – повний пансіон: сніданок, обід і вечеря (шведський стіл); *FB, ExtFB* (*full board, extended half board*) – розширений повний пансіон; *mini all inclusive* – від відомого “все охоплено” відрізняється тим, що алкогольні й безалкогольні напої місцевого виробництва пропонують упродовж усього дня, але в обмеженій кількості*; ALL, Al* (*all inclusive*) – “усе охоплено”; *HcAL* (*hign class all inclusive*) – “усе охоплено” за вищим розрядом; *UAL, UAI* (*ultra all inclusive*) – ультра “все охоплено”. *UAI* (*Ultra All inclusive*) = *SAI* (*Superior All inclusive*) = *SAIVIPS* (*Superior All Inclusive VIP Service*) = *NWI* (*New Wave Inclusive*) = *MAI* (*Mega All Inclusive*) = *AEAI* (*All*

exclusive All inclusive) = *DLAI* (*Deluxe All Inclusive*) = *MSAI* (*Maximum System All Inclusive*) = *VIPAI* (*VIP CLASS All inclusive*) – *All inclusive плюс* імпортні спиртні напої та додаткові послуги на розсуд адміністрації; *HCAI - High class all Inclusive* – усе безкоштовно, крім магазинів, телефону, лікаря, перукарні, деяких водних видів спорту і підводного плавання;

– **назви "кодів харчування" за американським планом (American plan, AP).** План – одна з характеристик турпакета, що стосується розміщення і харчування. Розрізняють кілька видів планів: *європейський* (European plan, EP) – без харчування; *американський* (American plan, AP) – повний пансіон. Використання американського плану готельного обслуговування вимагає врахування низки організаційних моментів. Ідеться про точну фіксацію часу приїзду і від'їзду гостей, тому що від цього залежить здійснення розрахунків. Для цього на реєстраційних картках і готельних рахунках, крім часу прибуття і вибуття, проставляють спеціальні "коди харчування". Наприклад, код "*B*" означає, що клієнт прибув у готель до сніданку, і, відповідно, за часом у день прибуття він встиг одержати повне триразове харчування; "*L*" – прибув до ланчу, тобто одержав дворазове харчування; "*D*" – тільки вечеря*;* "*R*" – у день приїзду отримав тільки номер без харчування. Використовують ще код "*Sleep*" – ночівля) – клієнт прибув пізно ввечері (рівнозначний коду "*R*"). Цю закодовану інформацію враховують під час кінцевого розрахунку. Аналогічні коди використовують, реєструючи час від'їзду: "*B*" – вибув після сніданку, "*L*" – після обіду, "*D*" – після вечері, специфічний код "*BB*" – вибув до сніданку, тобто в день від'їзду харчування не одержував;

– **назви літаків для пасажирських перевезень:** Аеробус: *Airbus A310, Airbus A320*; *Боїнг: Boeing 737, Boeing 747, Boeing 777*; *Сухой Суперджет:Sukhoi Superjet 100, Потез: Potez 840* тощо;

– **назви класів обслуговування під час авіаперевезень:** *перший клас: R* – надзвуковий літак, перший клас (Supersonic); – *P* – перший клас преміум (First Class premium); – *F* – перший клас (First Class); – *A* – перший клас зі знижкою (First Class discounted); *бізнес-клас* (Business Class): – *J* – бізнес-клас

преміум; – *C* – бізнес-клас; – *D, Z* – бізнес-клас зі знижкою (залежно від величини варіанту знижки*)*; *економ- клас* (Economy Class): – *W* – економ-клас преміум; – *S, Y* – економ-клас; – *B, H, K, L, M, N, Q, T, V, X* – економ-клас зі знижкою (залежно від терміну бронювання, дії квитка, дня відправлення і повернення, а також від різних обмежень за віком, ануляції та ін.);

– назви "кодів тарифів" в авіаквитку може означати: *SS* – цей тариф квитків має обмеження і передбачає завчасний викуп квитка (за 3–14 днів до дати вильоту); *ZZ* – молодіжний тариф авіаквитків (для молоді до 25 років); *CD* – пенсійний тариф авіаквитків (жінки старші 55, чоловіки – 60 років); *OW* – тариф авіаквитків в один бік; *RT* – тариф авіаквитків "туди і назад" тощо;

– назви класифікації потягів у Європі: – *TD* – міжконтинентальний експрес; – *1C* – міжнародний експрес; – *1CL* – швидкісний суперекспрес; – *TEE* – фірмовий експрес; – *EC* – швидкісний експрес; – *E* – швидкий поїзд; – *RSB* – приміський поїзд та ін.

Така кількість активно використовуваних іншомовних кальок у туристичній галузі пояснюється як специфікою предметної галузі, так і позамовними факторами: англійська мова є однією зі світових мов, нею володіють понад 1,5 млрд. людей в усьому світі. Міжнародне ділове спілкування, а особливо у сфері туризму, складно уявити без англійської. Як наслідок, сьогодні маємо активізацію українсько-англійських мовних контактів, що спричинили використання значної кількості запозичень. У туризмі це пов'язано з пожвавленням міжнародних зв'язків, прагненням до мовної економії та зручністю ділового спілкування фахівців туристичної індустрії.

Отже, поширеність уживання номенів у галузі туризму є очевидною і пояснюється кількома причинами: функціональною доцільністю різних позначень, компресією складених термінологічних назв. Зазначимо, що невербальні засоби використовують фахівці під час спеціальної комунікації набагато ширше, що пояснюється їхньою економічністю та зручністю.

1.3.4. Роль професіоналізмів в поповненні української лексики туризму

Спілкування у межах спеціального середовища вимагає доцільного застосування професійної мови. Специфічна комунікативна мета потребує щоразу нових форм використання відповідної лексики. Основною необхідною рисою носія мови стає професіоналізм, що передбачає володіння поняттєво-категорійним апаратом певної сфери діяльності і відповідної терміносистеми.

Перехід на професійну мову відбувається, як правило, автоматично. Важливим компонентом професійного спілкування стає адресат комунікації. Свідоме використання термінологічної лексики залежатиме від соціальних та психологічних особливостей мовців та від того, чи належать комунікатори до однієї професійної спільноти чи до різних.

Коли фахівець починає спілкуватися професійною мовою, відбувається своєрідна зміна мовного регістру – загалом мова залишається тією ж національною, літературною, але вона дещо редукується, тобто стає монотематичною, насиченою спеціальними словами й висловами, використання яких потребує компетентності в галузі.

Система фахової мови туризму формується з кількох складників: фахова термінологія, загальнонаукова термінологія, загальновживана лексика. У повсякденному житті працівники туристичної індустрії активно використовують також професіоналізми та професійні сленгізми.

Проблема розмежування професійної лексики та термінології залишається досить складною та різноплановою.

Не проводячи чіткої межі між терміном і професіоналізмом, М. М. Шанський наголошував, що професіоналізми позначають спеціальні поняття, знаряддя і продукти праці, виробничі процеси, використовувані в усному мовленні представників якої-небудь професії. Тому їх називають інколи спеціальними словами чи спеціальними термінами [205, с. 124].

Проблема диференціації термінологічної лексики і професіоналізмів ускладнюється ще й тим, що окремі науковці не обмежуються поділом спеціальної лексики на термінологічну та професійну, а намагаються членувати

професійну лексику ще й на підрозділи. Професіоналізми часто неоднорідні, серед них виділяють професійні жаргонізми (сленгізми), які розглядають, зазвичай, як окремий прошарок спеціальної лексики. Частка цієї лексичної групи у складі терміносистеми залежить від ступеня зв'язку науки з теорією або практикою. За твердженням окремих дослідників, "що ближче наука стоїть до процесу виробництва та практики, то більшу частку в периферії її терміносистеми становитимуть професіоналізми, жаргонізми" [193, с. 112].

Цілком слушним видається зауваження С. Д. Шелова, що терміни й професіоналізми отримують тотожну або близьку семантичну характеристику, але різняться узусом, орієнтацією на сферу використання [207, с. 78–79]. Найяскравіше ця тенденція виявляється за умов існування корелятивної пари, один член якої ідентифікують як термін, а інший – як професіоналізм. Найчастіше останні є результатом метафоричного перенесення. Експресивно забарвлені одиниці професійного спілкування, що виражають наукові поняття й мають дефініцію, можна кваліфікувати як терміни (звичайно, за умов відсутності термінологічного еквівалента). В останньому випадку правомірним буде оцінювання їх як проміжного явища, і лише використання таких одиниць у мовній практиці може вирішити їхню подальшу долю: вони або набудуть статусу термінів, або довгий час зберігатимуть своє проміжне положення [107, с. 144].

Своє розв'язання питання виокремлення професіоналізмів із масиву загальних та спеціальних назв пропонує О. В. Фельде (Борхвальдт), зауважуючи, що "до професіоналізмів (професійної лексики) зараховують лексичні одиниці, які переважно використовують для називання уявлень і базових понять у підмовах різних промислів, ремесел і занять (рибальство, мисливство, землеробство тощо). Відмінною рисою професіоналізмів є наявність у них емоційної забарвленості, яку виявляють через зіставлення зі стилістично нейтральним спеціальним найменуванням. Професіоналізм є основною одиницею професійного просторіччя. Він має низку властивостей, спільних для всіх одиниць спеціальної лексики" [191, с. 18]. Серед найхарактерніших його ознак авторка виокремлює

спеціалізацію значення, обмежену сферу вживання, здатність вступати в системні відношення з іншими одиницями підмови, зокрема і з термінами.

Варто зазначити, що до середини XX ст. назва *термін* (як основна одиниця спеціальної лексики) не була поширеною. У мовознавстві з нею конкурувала лексема *професіоналізм*. Популярність останньої номінації пояснювалася тим, що це слово чітко вмотивоване і вказує на обмежену тією чи тією професією сферу використання. Однак із часом на зміну автохтонному слову *професіоналізм* все ж приходить запозичене з латинської – *термін*. Як зазначає І. П. Івановська, цьому є логічне пояснення: "лексикологи починають розмежовувати одиниці словника не тільки за змістом, а й за сферами вживання. У зв'язку з цим слово професіоналізм витісняється у сферу опису лексики, яку використовують у неофіційних, неформальних ситуаціях спілкування (насамперед – усного), а для позначення одиниць спеціальної лексики все частіше застосовують лексему *термін*. Дослідниця продовжує, спираючися на думку Л. А. Капанадзе: "сьогодні значення слів професіоналізм і термін остаточно диференціювалися, а різниця між ними полягає в тому, що професіоналізми є дублетами наукових і технічних термінів та володіють "певною жвавістю, образністю", на відміну від термінів" [69, с. 18–19].

Іншу думку постулює К. Я. Авербух, доводячи, що "не тільки терміни, а й професіоналізми експресивно нейтральні (саме нейтральні, а не мають тенденцію до нейтральності, бо цю тенденцію вже реалізували, ставши одиницею номінації певної предметної галузі). Переходячи загальномовний рубікон і стаючи одиницею спеціальної номінації (неважливо маркованої чи ні), вони отримують експресивну нейтральність, зосереджуючися на виконанні лише двох функцій: денотативної, позначаючи якийсь предмет, і сигніфікативної, висловлюючи поняття про нього. Що ж до нібито наявної експресивності в професіоналізмі (втома (металу), старіння (динаміту) тощо), то це рудименти емоційного сприйняття слова, яке стало першоосновою для того чи того професіоналізму. Дуже складно собі уявити, щоб у свідомості водія –"бублик", студента – "хвіст", а газетяра – "ляп" мали емоційно-експресивні конотації" [1, с. 123].

О. І. Павлова розмежовує професіоналізми і терміни, виокремлюючи такі їхні особливості: 1) професіоналізми належать до ненормативної спеціальної лексики на відміну від термінів, які є нормативною частиною спеціальної лексики наукової мови; 2) професіоналізми рідко подають у загальних та спеціальних словниках; 3) існують переважно у сфері функціонування, на відміну від термінів, поширених одночасно у двох сферах (фіксації та функціонування); 4) домінантною сферою функціонування термінів є писемне мовлення, а професіоналізми використовують переважно в усному, розмовному мовленні; 5) професіоналізми мають дещо ширшу сферу спеціальної діяльності; терміни ж можуть бути відомі навіть людям, не пов'язаним із окресленою професійною сферою; 6) професіоналізми виникають в умовах професійного спілкування як вторинні форми вираження і функціонують найчастіше як професійно-розмовні дублети офіційних термінів; 7) у професіоналізмах певної галузі системні зв'язки виражені меншою мірою, ніж у термінах; 8) професіоналізми характеризуються прагненням до виразності, образності, експресії, на відміну від термінів, які позбавлені конотації; 9) у професіоналізмів спостерігається менша, порівняно з термінами, спеціалізація словотвірних засобів; 10) професіоналізми належать до периферії відповідної термінологічної системи, тим часом як терміни належать до її центра [125, с. 51].

Вирішальною особливістю у диференціації термінів і професіоналізмів, переконана Л. В. Туровська, є офіційність, узаконеність термінів та неофіційність, "побутовізм" професіоналізмів. Дослідниця визначає професіоналізм як спеціальне слово, що має три основні характеристики: нормативність вживання, стилістична маркованість (розмовний характер) та емоційно-експресивне забарвлення, але далі підкреслює, що окрім цих основних, можливі й інші відмінності цієї групи лексики від термінів, зокрема, висока дублетність професіоналізмів, ширша сфера спеціальної діяльності (можуть бути відомі й людям, безпосередньо не задіяним у тому чи іншому виробництві); у професіоналізмах менш виражені системні зв'язки; у термінів глибші й суттєвіші ознаки номінації; термін абстрактніший, виражає базові (родові) поняття і є

основою для створення інших, логічно йому підрядних термінів [187, с. 671]. Існують відмінності й у характері джерел термінів і професіоналізмів: серед термінів процент запозичень набагато більший, а професіоналізм, зазвичай, розвивається на ґрунті рідної мови; термін, навіть створений на народній основі, виокремлюється у процесі термінологізації.

Дійсно, професійна лексика неоднозначно потрактована у сучасному мовознавстві. Деякі вчені (М. Д. Степанова, І. І. Чернишова) уважають, що за своїм складом це здебільшого архаїчна лексика старих ремесел та спеціальних знань, водночас як термінологія – це спеціальна лексика сучасної науки і техніки. Інші (Т. І. Панько, А. В. Калініна, В. М. Прохорова) переконані, що частина професійної лексики збігається з термінологією. Різниця полягає в тому, що термін – це цілком офіційна, узаконена назва певного поняття, а професіоналізм – напівофіційне слово, сферою вживання якого є мовлення [127, с. 148].

Отже, професіоналізми – це напівофіційні слова чи словосполучення, що виникають в умовах професійного спілкування як вторинні форми вираження думки і функціонують найчастіше як професійно-розмовні дублети офіційних термінів [66, с. 38]. Професіоналізми поширені у сфері професійного спілкування, тому вони вторинні й образні.

Для професіоналізмів характерні неофіційність, ненормативність уживання на відміну від терміна, стилістична маркованість, тяжіння до емоційно-експресивного забарвлення, специфіка функціонування. Метафоричність професіоналізму зумовлена способами поповнення цього лексичного прошарку, з одного боку, а з іншого, вона дозволяє їм досить легко переходити в просторіччя, розмовну мову, а посилення експресивності – в професійні жаргонізми [204, с. 50]. Але, “якщо частина професіоналізмів цілком може мати нормативний характер (існує велика кількість професіоналізмів, стандартизованих як обов’язкові терміни), то професійні жаргонізми не здатні набувати нормативного характеру, їх умовність ясно відчувається мовцем” [49, с. 50–51].

Професійний лексикон туристичної галузі на відміну від термінології – це специфічний варіант усного мовлення, так званий професійний соціолект, яким

послуговуються працівники у сфері виробничих відносин. Важливим чинником у творенні таких лексем, на наш погляд, є спорідненість фахових інтересів людей. Тому у фаховому мовленні виділяємо професіоналізми та професійні жаргонізми як окремі групи спеціальної лексики “унаслідок їх нормативних, ареальних, стилістичних та експресивних відрізнень” [18, с. 37].

Професійні жаргонізми мають свої особливості: можуть бути замінниками термінів у повсякденному спілкуванні, мають знижене експресивне забарвлення (аж до грубого емоційного), вживані лише в усному мовленні людей певної професії і не фіксуються галузевими словниками.

Професіоналізми й жаргонізми, стверджує В. М. Прохорова, схожі грубою експресією, тим, що вони не становлять самостійних мовних підсистем зі своїми граматичними особливостями, а є лексичними комплексами, порівняно кількісно обмеженими. Професійні жаргонізми не претендують на точність та однозначність, мають високий рівень образності та емотивно забарвлене значення [151, с. 153–159].

Професіоналізми та професійні жаргонізми ми розуміємо як спеціальні слова та вирази, вживані вузьким колом фахівців певної галузі професійної діяльності, науки та техніки, які виконують функцію влучного еквівалента для термінів певної сфери та мають емоційно-експресивне забарвлення. Основною диференційною ознакою між ними, на наш погляд, є ступінь експресивності. Оскільки межі між професіоналізмами і професійними жаргонізмами хиткі, виділені умовно і не завжди наявні в тій чи тій професійній мові, то в роботі ці номінації об’єднані в один сегмент спеціальної лексики.

Так, до професіоналізмів і професійних жаргонізмів, використовуваних працівниками туристичних агенцій та туристичних операторів у своїй професійній діяльності, зараховуємо такі лексичні одиниці (матеріал зібрано із усного мовлення менеджерів туристичних фірм): *турики (*подекуди *піпли)* – потенційні туристи; *ходаки* – особи, які ходять по різних турагенціях і шукають найдешевшу ціну туру; *старики* – туристи з досвідом; *дальняки* – туристи, які обирають тури у найвіддаленіші кінці світу; “*спорожнілі гнізда*” – економічно

активні туристи (45–55 років), які відпочивають із сім'єю і друзями, але не обтяжені дітьми; *зелені* – туристи-новачки; *алігатори* – дуже забезпечені туристи; *фантики* (від англ. infant) – діти туристів віком до 2 років; *бігуни* – туристи, які використали турпоїздку для нелегальної еміграції; *пацієнти* – неадекватні туристи, які самі не розуміють, чого бажають; туристів, які отримали відмову у виданні візи, називають "*відкатниками*", а відвідувача туристичної виставки, який змітає зі стенду все підряд, охрестили *пилосмоком*.

Туристів, які поселяються у готель за придбаними турпакетами, називають "*гусьми*", адже гуси мають здатність шипіти, коли їх намагаються занадто жорстко контролювати і змушують ходити струнко. Найбільш доречним було б слово "*вівці*", оскільки кожен готель хотів би мати справу з безмовними, усім задоволеними клієнтами [79, с. 142].

Цікавим є те, що слово *турист* набуває дещо негативної конотації, активно використовуючись у злодійських жаргонах із кількома значеннями: 1) шахрай, який "нагріває руки" на представниках кримінального світу; 2) ув'язнені, які не зараховують себе до злодійського середовища і намагаються триматися від нього подалі (в основному застосовують до тих людей, чиї терміни ув'язнення невеликі – від 0,5–2 років) [31].

Професійно-сленгову лексику туризму можна розподілити за кількома тематичними групами: **лексика на позначення назв турів**: *рекламник* – ознайомчий тур для менеджера туристичної компанії за новим напрямком, країною; *комбінашка* – тур, до якого входить екскурсійна програма, відпочинок та лікування; *шуб-тури* – організовані поїздки за кордон за заздалегідь запланованим маршрутом, метою яких є придбання різних товарів; *крейзі-тури* – екстримальні види туризму; **назви консульств різних країн**: *чехи*, *норвеги*, *французи* тощо; **лексика на позначення постояльців у готелі**: *віпар* **–** дуже важливий гість; *бандерлоги* – туристична група; *кролики* – молода пара, що зупиняється на декілька годин; *волоцюга* – гість, який вимагає переселення в інший номер; *валкін* – неочікуваний гість "із вулиці" без попереднього бронювання місця в готелі (від англ. Walk in – заходити); **назви професій**: *анімашки* – аніматори; *препод туриків*

– викладач, який викладає дисципліни у студентів спеціальності “Туризм”; *бусдрайвер* – водій автобуса; *драйвер* – водій автомобіля; *лока* (від англ. Local, місцевий) – водій, який підвозить туриста-автостопника недалеко (до найближчого села тощо) [141, с. 198]; *груповод* – особа, яка супроводжує групу туристів; *продажники* – відділ продажу турпродукту; *менегер* – менеджер; *хакер* – системний адміністратор; *шопники* – гіди, які супроводжують групу туристів, метою яких є придбання товарів широкого вжитку; *спарк* – фіскальний реєстратор; *нічник* – нічний аудитор у готелі; *раби* – студенти-практиканти; *білочки* – покоївки; *фіцики* – офіціанти; *шльоцики* – шашличники; **назви туроператорів-партнерів**: *Анекси* – “ANEX Tour”, *Н’юзи* – “News Travel”, *Тезики* – “Tez Tour”, *Музики* – “Mouzenidis Travel”, *Мости* – “Mostravel”, *Кінь* – “Pegas Touristik”, *Корали* – “Coral Travel” та ін.; **лексика на позначення назв дій, процесів** у туризмі: *факсувати* – відправляти факс; *стопити* – припиняти бронювання через відсутність місць; *готель у стопі* (від англ. stop sale – зупинка продажів) – місця на бажаний період відвідування готелю вже викуплені або заброньовані; *сидіти на квитках* – тримати під туристів місця на рейсі до отримання офіційного підтвердження з готелю; *здаватися* – здавати документи в консульство; *зробити туриста* – закінчити роботу з документацією на подорож; *розкидати туристів* – перенести відмінену з певних причин подорож на інші тури; *розганяти групу* – відмінити тур; *проводжати поїзд* – відвозити гіда на вокзал, допомагати у процесі збирання групи і розсадження за квитками у вагонах; *вигуляти туриків* – провести екскурсію для туристів; *посувати тур* – перенести дату виїзду; *забивати візитівки/анкети* – заносити інформацію з візитівок/анкет у базу даних; *закільцювати* – організувати відправлення і повернення екскурсійного туру з одного міста; *виписати віпи* – оформити перепустку до VIP-зали; *впали* (*капнули*) *гроші* – отримати на рахунок сплату за тур; *їхати з поворотом* – їхати в два і більше тури без перерви (про автобуси і супровідника); *повісити броню* – забронювати квиток; *хекнути* – анулювати не проплачену клієнтом броню; **лексика на позначення назв транспорту**: *баржа* – океанський лайнер, *шатл-бас* – туристичний автобус, *тушка* – будь-який літак

родини Туполєвих, найчастіше так називають ТУ–154, оскільки їх найбільше; *баклажан* – ІЛ–86 – (назва утворена за зовнішньою схожістю з цим овочем); *горбатий* – Боінг–747, названий так через виступ верхньої пасажирської палуби; *корівник* – Боінг–757 – отримав назву через дуже довгий пасажирський салон; **лексика на позначення назв авіакомпаній:** Swiss – *Свіси,* British Airways – *Брітиши* та ін.

За повсякденного спілкування доволі часто до професіоналізмів потрапляє лексика, характерна для молодіжного спілкування: *запара* – велика кількість прибулих гостей; *спецухи* – спеціальні пропозиції; *халява* – система all inclusive – система обслуговування у готелях, за якої харчування, напої (найчастіше місцевого виробництва) та інші послуги включені у вартість проживання; *мультяхи* – мультивізи; *дутик* – д'юті фрі – система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, поромах та інших транспортних засобах або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри); *відстійник* – спеціальне приміщення для пасажирів в аеропорту, а також вид чартерного рейсу; *вписка* – тимчасова зупинка туриста-автостопника на шляху прямування, що передбачає ночівлю в будинку у місцевого жителя; *підбірка* – пакет з інформацією для турагентств; *наземка* – комплекс туристичних послуг, які надають на землі (трансфер, екскурсії – усе, окрім перельоту); *регулярка* – переліт регулярним (не чартерним) рейсом [131, с. 359].

Цікавою з погляду вживання професійно-сленгової лексики, на наш погляд, є лексика працівників готельних підприємств (матеріал зібрано із усного мовлення працівників готельних підприємств). Наприклад, непосвяченій людині не завжди зрозумілими будуть окремі слова і навіть цілі словосполучення: *апґрейдити* – поліпшити номер до вищої категорії (від англ. Upgrade – покращувати, удосконалити, модернізувати): "Довелося апґрейдити пану Горбенку номер до люкса, оскільки бандерлоги зайняли всі стандарти"; *клінити* – прибирати кімнату (від англ. Clean – чистота); *чекінити* – заселити гостя (від англ. Check in – прибуття); *номер для двох із половиною осіб* – номер для двох дорослих і дитини, прибраний і готовий до заселення; *гість бився в ламбадці* – гість був дуже

незадоволений наданими йому послугами й емоційно це висловлював; *люкс іде* – гість із номера категорії “люкс” залишає своє помешкання; *шестірка йде* – виїздить гість із шостого номера; *вечеря вийшла* – у хол вийшов гість, прямуючи на вечерю; *у гостя немає руки* – у номері відсутній рушник для рук; *однобедрений* – одномісний готельний номер тощо.

Отже, у фаховому мовленні працівників туристичної сфери професіоналізми посідають особливе місце, сприяючи точнішому й лаконічнішому висловленню думки. Професійно-жаргонна лексика, досить численна й неоднорідна, має широкий арсенал засобів для свого оновлення та є потужним джерелом поповнення лексичного складу фахової мови туризму.

Висновки до розділу 1

Стрімкий розвиток сучасного суспільства, зростаючі потреби міжкультурної комунікації, у тому числі й у галузі туризму, вимагають ґрунтовних досліджень проблем мови спеціального призначення, яка є функціональним різновидом природної мови, що акумулює й зберігає спеціальне знання та покликана забезпечити доступне й ефективне спілкування спеціалістів туристичної сфери. Актуальним для осмислення змісту LSP (МСП) стало питання про виконувані нею функції, різноманіття яких визначається широтою сфери обслуговування в туризмі: комунікативна, гносеологічна, номінативна, експресивна, кумулятивна, апелятивна, компресивна, езотерична. Кожна із виокремлених функцій є своєрідним регулятором для комфортної й оптимальної взаємодії фахівців.

Мова спеціального призначення туризму охоплює номінативні одиниці принаймні трьох класів: терміни, номени, професіоналізми. Ядром LSP (МСП) туристичної індустрії є терміни, що формують, позначають професійні поняття і використовуються спеціалістами у фаховій діяльності. Другим за значущістю різновидом спеціальних лексичних одиниць є номени, безпосередньо пов’язані з термінами. У туризмі – це переважно умовні іншомовні назви словесно-буквеної чи цифрової структури, які є функціонально доцільними, оскільки надають

максимально практичні найменування групам родо-видових термінів на позначення класів предметів, речей та забезпечують зручність міжнародного ділового спілкування фахівців туристичної індустрії. Професіоналізми, на відміну від термінів, функціонують переважно в усному мовленні як “напівофіційні” слова, які не претендують на точність та однозначність. Вони є влучним еквівалентом для термінів туристичної сфери, мають високий ступінь експресивного забарвлення, слугують одним із засобів мовної економії під час усного спілкування фахівців.

РОЗДІЛ 2
СТАНОВЛЕННЯ БАЗОВОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ

Індустрія туризму перетворилася на одну з найпотужніших, найдинамічніших галузей економіки, що забезпечує десяту частку світового валового національного продукту. Вона суттєво впливає на міграційні процеси населення, визначаючи певною мірою демографічну ситуацію планети, а також сприяє обміну соціокультурною інформацією між спільнотами в глобальному масштабі. Упродовж останньої чверті XX ст. туризм із стихійного явища перетворився на організований вид бізнесу та на один із найпрестижніших видів відпочинку, доступний переважній більшості населення розвинених країн світу. Незважаючи на ґрунтовний аналіз туризму фахівцями різних галузей науки, це явище залишається недостатньо осмисленим у багатьох аспектах. Поняттєво-термінологічний апарат, що обслуговує туристичну сферу, також потребує усебічного аналізу. Дослідження історії виникнення та еволюції термінології, вивчення етапів її формування та особливостей функціонування сприятиме упорядкуванню та унормуванню усієї туристичної лексики.

2.1. Етапи становлення української фахової лексики туризму

Українська термінологія формувалася впродовж багатьох віків, історія її розвитку була нерівномірною, хвилеподібною. Вона, як стверджує Ф. А. Циткіна, “пройшла у своєму розвиткові як мінімум три етапи: 1) перший “донауковий”, коли терміни та номени були зафіксовані в спеціальному мовленні, переважно ремісників; 2) другий, “науковий”, коли українська термінологія формувалася паралельно з формуванням наукового мовленнєвого стилю, починаючи з XVIII ст.; 3) третій, “радянський”, із цілим букетом особливостей, серед яких зазначимо лише нерівноправне співіснування російської та української термінології у науковому спілкуванні в Україні. Після прийняття “Закону про мови в Україні” 1989 р., настав четвертий етап розвитку термінології в Україні, якому притаманне стихійне відродження української термінології” [199, с. 67–68]. Л. О. Симоненко

пропонує виокремити накопичувальний період – час фіксації спеціальних слів у грамотах, юридичних актах, монастирських книгах, лікарських порадниках, загальномовних словниках тощо. Він тривав до першої половини XIX ст. Новою віхою у розбудові терміносистеми стала друга половина XX – початок XXI ст., яку умовно можна поділити на два етапи: 1) 50–80-ті рр. XX ст., що характеризуються відновленням роботи в галузі термінології і термінографії; 2) 90-ті роки XX – початок XXI ст. ознаменувався "термінологічним вибухом", зумовленим тими змінами, що відбулися в науці, техніці, суспільно-політичному житті країни [165, с. 22–23]. Дослідниця вважає, що вивчення природи терміна, закономірностей створення термінологічної лексики, її структури, семантики стає можливим за умови наукового аналізу особливостей становлення й розвитку галузевих терміносистем [164, с. 18].

Безумовно, кожний період становлення термінології доповнював попередній, кожна епоха вносила свої корективи у її розвиток, керуючись актуальними для свого часу чинниками. Історія термінології тієї чи тієї сфери науки, культури, виробничої діяльності – це "повість про закономірності розвитку знань про природу і суспільство" [26, с. 6].

Не стала винятком і українська термінологія туризму. Спираючися на досвід вивчення історії формування суміжних терміносистем та беручи до уваги матеріали, засвідчені в лексикографічних джерелах, умовно виокремлюємо такі етапи розвитку української туристичної лексики:

Перший етап – прототермінологічний – охоплює часовий проміжок від найдавніших часів до початку XIX ст. і свідчить про стихійність використання спеціальних лексичних одиниць. Подорожі, здійснювані до цього часу, як зазначають В. К. Федорченко та Т. А. Дьорова "не можна вважати туризмом у сучасному розумінні. Можна лише говорити про прообраз туризму. Сучасний туризм зі своєю структурою, матеріально-технічною базою, методами роботи й органами управління почав формуватися тільки в XIX ст." [136, с. 7].

Історія туризму сягає глибокої давнини. Ще в епоху античності греки і римляни здійснювали морські й суходільні подорожі, беручи участь у війнах та

займаючися торгівлею. У той же час історичні факти свідчать про те, що вже в давнину паломники масово відвідували місця, де проводилися ті або інші релігійні заходи (свята й богослужіння). Заможні єгиптяни починають їздити до своїх пірамід, частково керуючися релігійними мотивами, але в основному з цікавості або заради розваги. Вирушати в подорожі, пов'язані з відпочинком, люди стали трохи пізніше – приблизно з 1500 р. до н.е. Хоча стверджувати, що дорога була суцільним задоволенням, не доводиться – для мандрівника вона ставала неприємним випробуванням, адже насправді англійське слово "travel" в давнину мало форму travail і означало болісні, важкі зусилля [140, с. 39]. Поступово подорожі перестають бути привілеєм купців і завойовників. Людство все більше прагне дізнатися про навколишній світ. Географічні відкриття ваблять до мандрівок.

Справді, біля витоків мандрівництва, що стало прототипом туризму, стояли каравани торговців, шеренги воїнів, цілеспрямовані пілігрими, якими керувало зовсім не бажання комфортного відпочинку. Продавці шукали нові ринки збуту для своїх товарів, військові виконували завойовницькі місії, паломниками рухало бажання розповсюджувати релігію та поклонятися святим місцям. На цьому етапі заклався тільки фундамент майбутнього туризму у формі подорожей і мандрівок, які не носили масового характеру.

Ще з часів античності українська термінологія почерпнула перші прототерміни туризму, переважно грецького і латинського походження. Найчисельнішими лексико-семантичними групами були: а) лексеми на позначення перших мандрівників: *номади*, *пілігрими*, *прочани*, *каліки*, *путники*, *странники*, *путешественники*, *вандрівці*, *богомольці*, *голіарди*, *ваганти*, *варивари*, *тогобочани* та ін. б) лексеми на позначення перших засобів розміщення мандрівників: *таверна*, *караван-сарай*, *корчма*, *постоялий двір*, *трактир*, *мансіонес*, *стабулярія*, *госпіталь*, *госпіція*, *катагогія*, *хостел* тощо. Подорожі, ставши стрижнем культури давніх народів, лягли в основу формування поняття "туризм". Саме подорожі і мандрівників, а не туризм і тури, описують автори у своїх працях до XIX ст.

Стрімкого розвитку лексичних одиниць так званого туризму у цей період не прослідковували, оскільки було обмаль самих об'єктів, послуг для номінації (та й потреби у них тоді не було), але, з іншого боку, збереглося чимало писемних джерел, у яких античні автори фіксували свої мандри, враження та передавали колорит епохи. Це праці у формі подорожніх нотаток, карт доріг; згодом з'являються перші путівники (itineraria), де подавали інформацію про житло та місця, які варто відвідати. Не можна не погодитися зі словами відомого дослідника К. Беккера, який коментує пригоди Одіссея: "*Опис дивовижних мандрів цього героя може бути визнано вірною картиною освіченості, способу життя і географічних пізнань того часу…*" [6, с. 142].

Мандрівники-учені накопичили цінний матеріал із країнознавства, етнографії, географії, заклавши основу для подальшого розвитку індустрії подорожей та формування її поняттєвого апарату. Найвідомішим із найперших мандрівників уважають давньогрецького історика Геродота (V ст. до н.е.), який прославився не лише далекими подорожами, а й "Історією" в дев'яти томах. Геродот узагальнив географічний матеріал, зібраний під час тривалих мандрівок, його багатотомник подає яскраві картини культури, способу життя, звичаї гостинності. У цій та подібній історичній літературі часто була інформація про сутність та особливості подорожей, мов, релігій, мистецтв, народних звичаїв і гостинності жителів різних країн. Не менш важливою працею того часу, що має величезне країнознавче значення, є 17-томна "Географія" римського ученого Страбона. Визначним географом античного світу був також давньогрецький мандрівний лікар Гіппократ, який описав свої враження від подорожей, у тому числі південною частиною сучасної території України, у праці "*Про повітря, воду та місцевість*" [136, с. 8]. Мислення перших мандрівників виробило, наповнило змістом і закріпило основні поняття теперішнього туризму. Наприклад, поняття "*дорога*" у давні часи обов'язково асоціювалося із труднощами: "*шлях будується за лінією збільшуваних труднощів і небезпек, що загрожують міфологічному герою-подорожньому, тому подолання шляху є подвигом, подвижництвом подорожнього*" [127, с. 252]. Як зазначає М. В. Соколова, в одному зі збірників

ведичної літератури “Брахмани” йдеться про те, що мандрівник уподібнюється богам або ж позбавляється багатьох гріхів завдяки очищенню труднощами подорожі: “*Квітами обсипані ноги мандрівника, плодоносно міцне його тіло, позбавляється він від усіх гріхів, змитих потом його мандрів*” [118, с. 27]. Історія людства – це літопис прокладання та освоєння караванних шляхів, паломництва до святих місць, мореплавань, відкриття нових земель. Сучасна людина сприймає подорож зовсім інакше.

В епоху Середньовіччя досить поширеним стає паломництво. Історичні факти свідчать про те, що вже в давнину паломники масово відвідували місця, де проводилися ті або ті релігійні заходи (свята й богослужіння) [140, с. 39]. Пізніше у праці “Словниця українськоі (або Юговоі-Руськоі) мови” 1873 р., Фортунат Піскунов такі мандрівки називає *прóщею* – путешествіе, къ святымъ мѣстамъ на поклоненіе, молитва къ Богу о прощеніи грѣховъ, молитвенная просьба (ПФСУМ, с. 99). При цьому у прототерміна *паломник* не відбулося розширення або зміни значення і він увійшов до сучасної української мови із первинним значенням. Згодом до цього виду мандрівок додається *місіонерство* як різновид “пізнавальних подорожей” [62, с. 142].

Бажання володіти землями, ресурсами і торгувати постійно рухало людство в інші місцевості, території, країни і навіть континенти. Важливу роль у розвитку подорожей в середньовічній культурі зіграли *торговці* та *школярі*. Якщо у стародавньому світі за отриманням нових знань греки прямували до Єгипту, а римляни пізніше не лише створювали власні центри, але й виїжджали в навчальні заклади, що існували на території Стародавньої Греції, то в Середньовічній Європі з появою університетів посилюється тенденція до подорожей з освітньою метою. Навчання в університетах розтягувалося на довгі роки. Студенти нерідко переходили з одного навчального закладу до іншого, уважаючи за краще прослухати курс лекцій відомого ученого або богослова. У всіх країнах Європи викладання велося латиною, що спрощувало спілкування серед студентів і

викладачів. Цих мандрівних студентів називали *голіардами* (ст.-франц. goliord – блазень) чи *вагантами* (від лат. vagantes – бродячий), тобто бродягами [21, с. 118].

Епоха Великих географічних відкриттів внесла свої корективи в уявлення людей про світ і ставлення до нього. Розвиток системи перевезень і, як наслідок, можливість долання значних відстаней, сприяли еволюції інфраструктури житла та вносили певні корективи в систему контролю та правила перетинання кордонів подорожніми. У цей період винайдено перші транспортні засоби і, відповідно, низка лексем на їх позначення: *диліжанс* (XIV ст.), *екіпаж* (XVI ст.), *поштова карета* (XVII ст.). Передували цьому транспорту різні види нош: *кисціранпи* – ноші з цінної деревини, оброблені золотом, на яких відправлялися в дорогу правителі; *пилькоранпа* (кольору крові) – ноші, використовувані на війні [118, с. 137]; *портшези і паланкини* – ноші у формі критого крісла чи ложа на двох жердинах, які несли на плечах носії [11, с. 48]. Знання про подорожі подавали переважно в мандрівнографічній, описовій формі.

Зародження екскурсійної діяльності припадає на кінець XVII – початок XVIII ст., коли у школах Англії, Франції, Німеччини, Австрії та інших країн, вивчаючи окремі предмети, учителі почали використовувати в роботі з учнями пішохідні прогулянки та поїздки за межі міст. Ці найпростіші форми подорожей отримали назву *екскурсій* (від лат. “excursio” – поїздка) [137, с. 7]. Як зазначають І. В. Зорін і В. А. Квартальнов, екскурсії виникли в кінці XVIII ст. і використовувалися у школах та університетах як наочні засоби виховання та навчання (ЗКТТС, с. 637).

Отже, лексика туризму почала формуватися задовго до того, як отримала статус професійної діяльності.

Другий етап – початок розвитку терміносфери туризму – припадає на період із середини XIX ст. до початку XX ст. і відзначається інтенсифікацією творення нових назв, зокрема входженням до широкого вжитку декількох десятків одиниць туристичної лексики, пов’язаних із велосипедним, автомобільним та гірськими видами туризму, що в ті часи сприймалися як окремі види спорту: *велосипедний туризм*, *циклiст* (*франц. cycliste – велосипедист*)

тощо. Найголовнішим екстралінгвальним чинником у формуванні аналізованої термінолексики є розвиток у XIX ст. індустріального суспільства, поява залізничного транспорту та пароплавства, що заклало сприятливі умови для перетворення стихійного мандрівництва на організований туризм.

На переконання фахівців, туризм сформувався в середині XIX ст., а Томас Кук зробив величезний внесок у його розвиток, зорганізувавши всередині країни декілька екскурсій і подорожей, а потім у 1855 р. і першу закордонну поїздку в Париж на Всесвітню виставку. Номінації *tourism* і *tourisme*, що позначають і в англійській, і у французькій мовах “подорож”, з’явилися набагато пізніше. І французькі, й англійські джерела датують появу лексеми *tourism* в англійській мові початком XIX ст. (1805–1815 рр.); у писемній формі воно відоме тільки з 1841 р. Вебстерський словник англійської мови тлумачить tourist як “той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення або розширення культурного кругозору” (one who makes a tour for pleasure or culture) [136, с. 23].

Слід нагадати про доволі скептичне ставлення суспільства до туристів на початку XIX ст. Туриста вважали людиною несерйозною, неробою, яка подорожує, щоб “убити час”. Але туризм відразу ж був сприйнятий мільйонами людей. Швидкому його поширенню на планеті, а разом із ним і виникнення терміна *туризм* сприяло створення в 1841 р. в Англії Томасом Куком туристичної контори “Томас Кук”, яка займалася організацією поїздок у Францію, Італію, Єгипет, США та інші країни, навколосвітніх вояжів. Уже через кілька років у Томаса Кука з’явилися послідовники, і до кінця XIX ст. у багатьох європейських країнах створено агентства, що спеціалізуються на наданні туристичних послуг. Отже, слово *туризм* швидко поширилося по всьому світу, набувши статусу інтернаціонального терміна. У середині XIX ст. був винайдений фотоапарат, що стало ще одним стимулом для подорожей до інших країн із міркувань престижу. За кордоном мода на фотографування супроводжувалася культом путівників, унаслідок чого на ринках з’явилася величезна кількість подібної літератури [140, с. 60]. Особливу роль у забезпеченні ними туристів зіграв німецький видавець Карл Бедекер. Він був фанатичним шанувальником пішохідних

екскурсій і за першої можливості здійснював далекі подорожі Європою, записуючи власні враження в дорозі. У 1827 р. він заснував фірму з видавництва путівників. На відміну від своїх попередників, Бедекер залучав до роботи над ними не одного автора, а цілий штат учених і літераторів. Із 1846 р. його видавництво починає випускати путівники різними європейськими мовами, що їх і зараз часто називають просто *бедекер* [21, с. 199].

Наприкінці XIX – на початку XX ст. українські землі залишалися розподіленими поміж двома імперськими державами – Австро-Угорською та Російською. Тому історичні процеси формування туристичної галузі в Україні нерозривно пов'язані з історією Австро-Угорщини та Росії. Терміни, залежно від території, творилися під впливом різних мов. З'явилися перші спеціалізовані журнали "Навколо світу", "Записки Кримсько-Кавказького гірського клубу", "Екскурсійний вісник", "Шкільні екскурсії і шкільний музей", "Російський екскурсант", які можна було придбати в Києві, Одесі, Харкові та інших містах України. Виходили вони, природно, російською мовою, оскільки видавалися в столиці Російської імперії.

У російську мову слово *туризм* активно стало проникати лише у кінці XIX ст., як і на Заході, у цей час подорож розуміли як більш ґрунтовну поїздку, а туризм – побіжний, поверхневий огляд місць [146, с. 852]. Ні у "Тлумачному словнику живої великоросійської мови" В. І. Даля (1863–1866), ні в російській універсальній енциклопедії Брокгауза й Ефрона (1869–1907) лексема "туризм" не зафіксована. Не було її і в найвідоміших документах, пов'язаних у той час із розвитком туризму. Немає цього слова ні в Статуті першого в Росії "Підприємства для громадських подорожей у всі країни світу" Леопольда Ліпсона, створеного за подобою контори англійця Томаса Кука в Петербурзі 1885 р., ні в паперах Кримського гірського клубу, відкритого в Одесі 1890 р. Уперше широке знайомство жителів низки міст Російської імперії зі словами *турист* і *туризм* у спеціалізованих значеннях відбулося у кінці XIX на початку XX ст. і пов'язане з утворенням у 1895 р. Російського туринг-клубу у Петербурзі або Російського товариства туристів (скорочено РТТ), що мало свої відділення в

Києві, Одесі, Харкові, Полтаві та інших містах України. 1914 р. число його членів, які називали себе туристами, досягла рекордної для Товариства цифри – 50 тис. осіб. Це було найбільше громадське об'єднання туристів в Російській імперії [33, с. 67].

В українській мові лексема *туризм* до другої половини XIX ст. не засвідчена. Зате у лексикографічних джерелах того часу знаходимо окремі прототерміни туризму: у "Словниці української (або Юговоі-Руськоі) мови" Фортуната Піскунова (1873 р.) (ПФСУМ) зафіксовані лексеми: *житлець, житлиця, житло, обночувати, оселя, прочане, проща* тощо; у праці М. Левченка "Опыт русско-украинского словаря" (1874 р.) (ОРУС) – *бродить, бродяга, горничная, гостепріимный, гостить, дорога, жилище, житель, постоялецъ, посѣщеніе, посѣтитель, путешественникъ, путешествіе, путешествовать, путникъ, странникъ.*

Із 1899 по 1914 р. виходив журнал "Російський турист", де публікують звіти експедицій, описують маршрути подорожей та екскурсій. В оголошеному в журналі конкурсі на визначення поняття "туризм" переміг Р. де Пак, який писав: "*Туризм – це вміння прогулюватися. Можливо, цього вміння потрібно набути, може, це наука, яку треба опанувати і вправлятися в ній ...*" [4, с. 14]. Періодика означеного етапу містила значні обсяги наукової інформації в популярній формі, яка поєднувалася з художніми за своєю природою "подорожніми замітками" та звітами про експедиції.

Перша спроба потрактування малозрозумілих для широкого загалу слів українською мовою була зроблена у словнику В. Доманицького, де знаходимо пояснення запозичених лексичних одиниць туристичної сфери: *аборигени* – тубоцьці, – люде, що живуть споконвік в якому краї (ДС, с. 5); *багаж* – усяка мізерія; речі, що везе з собою людина, їдучи куди або йдучи походом (ДС, с. 18); *екскурсія* – подорож кудись, щоб чогось навчитися та надивитися, або тілько щоб погуляти (ДС, с. 40); *еміграція* — переселеніє; в противність до нього імміграція (ДС, с. 41); *імміграція* – як люде переселяються куди в далеку сторону, то це буде еміграція, а коли доставляються на нові місця – імміграція, – наприклад: еміграція

з Полтавщини, імміграція у Туркестан (ДС, с. 47); *кордон* – границя; за кордоном – заграницею (ДС, с. 62); *кур'єр* – посланець (ДС, с. 62); *маршрут* – наперед визначений шлях, кудою хтось йтиме чи їхатиме, і показано, де він і коли спинятиметься по дорозі (ДС, с. 69); *пасажир* – той, хто їде на чомусь – на пароплаві (пароході), в поїзді на залізниці, фурою та таке інше (ДС, с. 88); *пилигрим* – прочанин, богомолець (ДС, с. 90); *турист* – мандрівець (ДС, с. 119) тощо. "Словар чужих слів" З. Кузелі та М. Чайковського, виданий у Чернівцях у 1910 р., також містить словникові статті *турист* – фр. подорожний (СЧС, с. 304), *туристика* – подорожованє (СЧС, с. 304), *турне* – об'їздка (СЧС, с. 305). Такі тлумачення стали підґрунтям для подальшої наукової дефініції терміна.

На початку XX ст. науково-педагогічні діячі І. М. Гревс, С. Ф. Русова почали випрацьовувати теорію екскурсійної справи, намагаючися конкретизувати саме поняття "екскурсія". Це питання порушувалося також у спеціалізованій літературі. У 1910 році побачила світ книга за редакцією Б. Є. Райкова і Г. Н. Боча "Шкільні екскурсії, їхнє значення та організація", у якій вперше чітко сформульовано основні принципи шкільної екскурсійної методики [58, с. 33]. Часопис "Экскурсионный вестник" у 1914 р. – перший серед видань такого типу дав тлумачення поняттю "екскурсія", зазначивши, що назва походить від латинського слова "excursio", "excurere" й означає "вибігати, здійснювати набіг, відправлення у бік, так би мовити, поза, поїздка або похід будь-куди, що здійснюється з науковою метою, у галузь невідомого для ознайомлення, вивчення, пізнання", – ось що власне означає поняття "екскурсія" (РЭ, с. 122).

Екскурсійна діяльність в Україні почала розвиватися у другій половині XIX ст. і була тісно пов'язана з розвитком краєзнавства, активізація якого спостерігається у період піднесення національно-культурного руху українського народу. Тому, на відміну від західноєвропейських "прогулянок на природу", екскурсії на українських теренах мали переважно народознавче спрямування. Біля витоків екскурсійної справи стояли визначні особистості: організатори "Руської трійці", семінаристи Львівської духовної семінарії Я. Головацький, М. Шашкевич, І. Вагилевич, відомий письменник І. Франко та багато інших [137, с. 9].

Підводячи підсумки двадцятип'ятирічної діяльності клубу, у журналі "Записки Кримсько-Кавказького гірського клубу" в 1915 р. М. Познанський писав про завдання клубу, що мав розтопити "крижані стіни злочинної байдужості" до свого краю і спонукати російських туристів "до пізнання красот і багатств своєї великої батьківщини" у той час, "коли туризм і вітчизнознавство були порожніми, далекими звуками, коли про масові екскурсії і не мріяли навіть, а такі віддалені від центру області, як Крим і Кавказ, були для більшості в повному розумінні "terra incognita" [136, с. 35].

Для широкого загалу українських шанувальників мандрівок на поч. XX ст. почали виходити численні буклети, путівники, нариси, монографії з туристично-краєзнавчої проблематики. Однією із найвідоміших праць з туристичної проблематики цього періоду стала "Туристика" А. Т. Будзиновського [18]. Згодом процес розвитку туризму був перерваний спочатку Першою світовою війною, а потім і революціями. Після 1917 року основною формою мандрівництва стають екскурсії. Саме екскурсійна робота була одним із важливих елементів просвіти.

Професор Б. Є. Райков у праці "Методика і техніка проведення екскурсій", виданій 1930 року, відзначав: "Під екскурсією ми розуміємо вивчення об'єктів у місцях їх природного знаходження (локальний принцип) і в зв'язку з пересуванням свого місця в просторі (моторний принцип). Ці два принципи тісно між собою пов'язані і складають сутність екскурсійного методу" [95, с. 12]. Отже, екскурсія визначалася, як особливий метод засвоєння знань через наочне ознайомлення з конкретно визначеним об'єктом за наперед означеним планом. Характерно, що екскурсійний метод вийшов зі спеціальних шкільних меж, – стверджував Б. Є. Райков, – і розрісся в громадський рух – масовий туризм, який охоплює багато молоді та частково доросле населення [95, с. 5–6].

Варто зауважити, що у різні часи це поняття мало різне потрактування. Сучасний термін *екскурсія* має кілька значень: 1. Туристська послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів. 2. Процес наочного пізнання навколишнього світу: особливостей природи, сучасних та історичних ситуацій, елементів побуту, пам'яток певного міста чи

регіону – заздалегідь обраних об’єктів, що вивчаються на місці їхнього розташування. 3. Тематичний маршрут з метою відвідування визначних об’єктів і місцевостей (ЕСДТ, с. 120). У Туристичному термінологічному словнику І. В. Зоріна, В. А. Квартальнова термін *екскурсія* потрактовано як “колективне відвідування під керівництвом екскурсовода визначних місць, музеїв і т. п. з навчальною або культурно-освітньою метою” (ЗКТТС, с. 637).

Отже, для аналізованого періоду характерне створення перших туристичних організацій. Однак туризм у цей час не стає масовим явищем, залишаючися привілеєм аристократії. У дореволюційний період він належав до сфери громадсько-суспільної діяльності і тому значну роль у його становленні на українських землях відігравали видатні суспільно-політичні діячі, прогресивна національна інтелігенція, яка намагалася використати туризм та екскурсії для просвіти народу й піднесення національної свідомості. Як зазначає Макрейнольдс, “туристів із буржуазії спонукало до подорожі накопичення якогось культурного капіталу, що ставав доповненням до їхніх фінансових ресурсів” [147, с. 155]. Про глибоке наукове осмислення понять туризму в цей період ще не йшлося, практично не було їх відображення й у лексикографічних джерелах. Лексика туристичної сфери з’являлася переважно на сторінках перших науково-популярних видань етнографічного чи краєзнавчого характеру.

Третій етап – розвиток терміносфери туризму (1918–1950 рр.) – характеризувався суперечливими процесами та явищами в усіх ланках життя суспільства і туристичної сфери зокрема.

Стрижнем політики радянської влади в галузі туризму в 20–30-ті рр. було створення державних організаційних засад управління туризмом, масове залучення населення до різних напрямів туристичної діяльності, зміцнення і розширення її матеріально-технічної бази.

У 1926 р. при Народному Комісаріаті Освіти РРФСР було створене Об’єднане екскурсійне бюро, до складу якого ввійшли: Бюро дальніх екскурсій Інституту методів позашкільної роботи, Екскурсійне бюро при Головполітосвіті та Екскурсійне бюро при музейному відділі Головнауки. Однак наприкінці 1928 р.

ця організація була ліквідована. Її замінило акціонерне товариство “Радянський турист” (“Рад-тур”), що остаточно витіснило приватні туристичні контори й бюро [136, с. 47].

Оскільки екскурсійна робота визначалася як одна з основних у мережі політичної освіти та вихованні трудящих мас і посідала важливе місце в культурному будівництві країни, термінологія туризму у цей період поповнювалася переважно термінами екскурсійної справи, як-то: *екскурсійна станція*, *екскурсійна база*, *екскурсійна комуна*, *екскурсійний пункт*, *екскурсійне бюро*, *екскурсійна секція*, *екскурсійна програма*, *екскурсійна група*, *пішохідна екскурсія*, *екскурсант*, *краєзнавчо-екскурсійний маршрут*, *краєзнавчо-екскурсійна справа* тощо.

Поняття “туризм” та “туристична робота” відходять на другий план. Навіть сам термін *туризм* майже не використовують у методичній літературі та періодичних виданнях. Імовірно, що в тій формі, у якій він існував до революції, туризм уважали буржуазним пережитком [9, с. 31]. Хоча зі сторінок “Комсомольської правди” зазвучали бойові заклики: “*Хочеш знати країну – будь туристом! Наш туризм не схожий на буржуазний. Для буржуазії це – забава, спроба піти від нудьги паразитичного життя. Наш туризм – один зі щаблів, по яких маса народу здійснює сходження до культури*” (КП, 1926).

“Туризм і гідизм – найлютіші вороги екскурсійної справи”, – заявив історик, краєзнавець М. П. Анциферов. Він докоряв туристу за ставлення до подорожі як до розваги. Турист, писав автор, “ненаситно жадібний, йому все хочеться побільше подивитися, він хоче бачити те, про що говорять, і його ненаситність необтяжена будь-якою внутрішньою працею, всі враження він сприймає з легкістю, подібно гурману, який смакує трюфелі” [2, с. 9]. Саме відсутність праці, на думку М. П. Анциферова, відрізняє туризм від екскурсійного руху. Екскурсію він уважав “правильним” варіантом освоєння простору.

В. А. Березіна відзначає, що презирство туриста за неробство і безініціативність було характерним для початку XX ст., коли протиставляли туриста і мандрівника. Уважалося, що мандрівник активний у виборі маршруту й

об'єктів споглядання, масовий турист – пасивний, він просто чекає цікавих вражень [9, с. 31].

У ці часи починають виходити праці краєзнавчо-екскурсійного спрямування та неоднозначного потрактування. Звертаючися до екскурсійних термінів і даючи своє визначення "екскурсії", Л. М. Гурвіч на перше місце ставить активну участь в соціалістичному будівництві, акцентує увагу на значенні екскурсій для подорожування [29]. Організаційні аспекти краєзнавчо-екскурсійної діяльності узагальнив В. П. Антонов-Саратовський, який схарактеризував екскурсійну справу, розробив класифікацію екскурсій відповідно до поставленої мети: освітньої, суспільно-політичної, військово-оборонної, науково-дослідної [1]. Його книга має підзаголовок "Азбука пролетарського туризму" і подає історію становлення однієї з керівних структур екскурсійної справи – Товариства пролетарського туризму й екскурсій [58]. Настільною книгою для студентів педагогічних вишів і керівників екскурсій стала праця В. А. Герда "Екскурсійна справа", де автор запропонував своє бачення терміна *екскурсія*, визначив класифікацію екскурсій залежно від категорії екскурсантів, місця проведення і засобу руху [27]. У літературі краєзнавчо-екскурсійного спрямування, що видавали в Україні, значну увагу приділяли шкільному краєзнавчому екскурсознавству. П. І. Духно акцентував увагу на ролі екскурсій у вивченні учнями свого села, його населення, господарства, перспектив розвитку [36]; Л. Миловидов показав взаємозв'язок шкільних екскурсій і краєзнавства, розробив нову класифікацію екскурсій [75]. Варто зауважити, що свою частку в цю справу внесли і праці теоретиків та практиків української екскурсійної справи 20-х років: І. В. Тейтель "Виставочна справа", 1927 [122]; М. Т. Погребецький "Туристова пам'ятка", 1928 [89]; М. Т. Погребецький "Туризм і краєзнавство", 1929 [90]; М. Г. Філянський "Короткий путівник", 1928 [138]; С. Бузуль "Столиця України. Короткий провідник для екскурсанта", 1929 [19]; М. Година "Екскурсії та туризм у шкільній та піонерській роботі", 1932 [28].

Із початком 30-х років туристичні організації все більше зазнають ідеологічного тиску з боку партійних і державних органів. Поступово

відбувається кардинальна зміна ролі туризму в суспільстві – спостерігається швидка його ідеологізація і спрямування на всебічне обслуговування політики партії. З цього часу основним завданням туризму стає не духовне збагачення людей і їхнє оздоровлення, а пропаганда історичних звершень радянської влади. Наслідки такої політики – позбавлення населення можливості вивчати засобами туризму реальну історію рідного краю, десятки культурних і архітектурних шедеврів опиняються занедбаними, а частина з них під час боротьби проти церкви свідомо знищена. Саме у цей період до мінімуму був зведений міжнародний туризм. Крім того, у контексті політики централізації радянських управлінських структур проходить підпорядкування туристичних керівних органів України Товариству Пролетарського туризму, створеному в РСФСР [99].

У зв'язку з діяльністю Всесоюзного добровільного товариства пролетарського туризму і екскурсій (ТПТЕ), що було головною туристичною організацією СРСР із 1930 по 1936 р. на початку 30-х рр. XX ст. сталася широка експансія слів *туризм* і *турист* в українську мову. У цей час ішла масова пропаганда досягнень соціалістичного будівництва в країні. У потужний агітаційний апарат додали і туризм, як один із ключових засобів впливу на людей [58, с. 75]. Власне потрактування поняття "туризм" запропонував В. П. Антонов-Саратовський: "Під радянським (пролетарським) туризмом розуміється така форма культурної революції, яка ставить своїм завданням шляхом екскурсій, самодіяльних колективних подорожей підняти політичний і культурний рівень трудових мас Союзу РСР, сприяти їх військовій підготовці, переробляти їх в активних учасників соціалістичного будівництва і тим сприяти прискоренню будівництва соціалістичного суспільства" [1, с. 5].

Дороговказом ТПТЕ став постулат: "... пролетарський туризм повинен розвиватися як масовий громадський рух, органічно пов'язаний із загальними завданнями соціалістичного будівництва і революційної боротьби" (ТА, с. 14). "Пролетарський туризм – один із методів соціалістичного будівництва, що використовує всі заходи і способи, які надає туризм", – писав ідеолог

пролетарського туризму, голова ТПТЕ М. В. Криленко [61].

В ідеологів пролетарського туризму виникла необхідність “реабілітувати” саме поняття “туризм”. ТПТЕ підготувало і видало серію кишенькових довідників більш як двадцятьма мовами народів СРСР. Подібних видань країна тоді не знала, і розмовники мали успіх не лише серед туристів. Значний вплив на формування туристичної термінології належить тогочасним періодичним виданням, зокрема у 1929–1941 рр. серед спеціалізованої літератури особливе місце посіли публікації, присвячені питанням туризму. Саме тоді в СРСР з’явилися перші туристсько-екскурсійні установи загальносоюзного значення, кожна з яких прагнула мати власний друкований орган. Досить великою популярністю серед радянських громадян користувалися журнали “Всесвітній турист” (1928–1930 рр.), “Бюлетень туриста” (пізніше – “Турист-активіст” (1929–1933 рр.), “На суші і на морі” (1929–1941 рр.) – спочатку цей журнал мав довгий підзаголовок “Щомісячний журнал подорожей, пригод, краєзнавства, відкриттів і винаходів, туризму, досягнень науки і техніки, наукової фантастики ” і був швидше пригодницького, ніж туристичного спрямування. З 1930 р. журнал “На суші і на морі” стає друкованим органом Центрального комітету ВЛКСМ і ТПТЕ. Причому, на відміну від “Туриста-активіста”, призначеного для нечисленного організаційного ядра Товариства пролетарських туристів, він швидко шириться серед контингенту звичайних туристів. Цьому значною мірою сприяло висунуте на загальносоюзному рівні гасло: “*Немає туриста без туристського журналу!*” Як додаток до журналу виходила “Бібліотечка туриста” – невеликі брошури, авторами яких були самі туристи. Крім того, у Москві створено державне видавництво “Фізкультура і спорт” (1923 р.), у якому виходили книги з методики й техніки різних видів туризму, з описами туристичних районів і конкретних маршрутів. Також у 30-ті рр. XX ст. Всесоюзне акціонерне товариство “Інтурист” видавало англомовний журнал “Soviet travel” (з 1935 р. – “Sovietland”), поширений у 39 країнах світу, а також альманах французькою мовою “A travers L’URSS”. Усі ці видання мають величезну джерелознавчу цінність як для істориків вітчизняного туризму, так і для лінгвістів, оскільки основу їх змісту

формують офіційні документи туристичних організацій, звіти про подорожі, описи туристських маршрутів і екскурсійних об'єктів, листи туристів, інформаційні повідомлення, а також рецензії на путівники того часу.

У 1941 р. в журналі "На суші і на морі" порушено питання про створення нового путівника по Криму, адже укладений Г. Д. Костильовим і виданий 1940 р. путівник мав цілу низку недоліків: неточності в описі окремих географічних пунктів, недостатньо продуману логічну послідовність розповіді. Загалом книга орієнтована на осіб, які подорожують у "парникових" умовах, а не на любителів активних способів пересування, ночівель у наметах та інших елементів самодіяльного туризму [54, с. 30].

Товариство пролетарського туризму та екскурсій боролося проти спроб звести туризм до однієї з галузей фізкультури. Популярними стали гасла ТПТЕ, вивішені в громадських місцях, на підприємствах, із закликами до громадян брати участь у туристичних подорожах, ставати членами туристичних осередків Товариства: "*Щоб краще будувати СРСР, треба його знати. Щоб краще знати – будьте туристами*"; "*Пролетарський туризм – найкращий спосіб освіти*" тощо [58, с. 75].

Література на туристичну тематику другої половини 20-их років минулого століття наочно свідчить про відсутність у цей час єдиного і чіткого уявлення не лише про мету та завдання туризму, але й про термінологічний апарат галузі. Одні розглядали його як вид навчальної екскурсії, інші вважали складником фізкультури, треті були переконані, що туризм – розважальна прогулянка під час відпустки, а четверті зводили до ознайомлення з пам'ятками рідного краю. В. П. Антонов-Саратовський так оцінював розбіжності поглядів із цього приводу: "Для культкомісій профспілок туризм був чимось середнім між прогулянкою і пікніком, для рад фізичної культури – фізкультурою, вірніше, спортивною вилазкою, для органів Наркомосу – навчальною екскурсією, для акціонерного товариства "Радянський турист" – комерційною оборудкою" [83, с. 37].

Хоча у цей період аналізована галузь перебувала на шляху формування, у деяких лексикографічних джерелах туристична термінологія спорадично

прослідковувалася. Серед найвідоміших, що містять туристичну лексику, “Словник московсько-український” В. Дубровського (1918 р.) (ДСМУ), “Словник чужих слів, що вживаються в українській мові” З. Пиптенка (1918 р.) (ПСЧС), “Словник російсько-український” П. і П. Терпило (1918 р.) (ТСРУ), “Словник української мови” Д. І. Яворницького (1920 р.) (ЯСУМ), ”Українсько-російський словник” О. Ізюмова (1930 р.) (ІУРС), а також деякі словники-проекти. Зокрема, у “Словнику транспортової термінології (проєкт)” (1932) (СТТП, с. 197) та у “Словнику чужомовних слів” за редакцією О. Бадана-Яворенка (1932) зафіксовані лексеми *туризм*, *турист*, *тур*, *турне* (БЯСЧС, с. 441–442). У “Словнику іншомовних слів. Укладеному бригадою державного інституту Радянська Енциклопедія. Із додатками таблиць і граматики, укладеними Юмашевим М. В.” (1937) подано такі потрактування: *туризм* – фр. [tourisme] – подорожі, які поєднують раціональний відпочинок з освітніми чи науковими задачами (ЮСИС, с. 579); *турист* – фр. [touriste] – людина, яка подорожує із допитливості чи з метою відпочинку і розваг (ЮСИС, с. 579); *турне* – фр. [tournee] – 1) кільцева поїздка; кільцевий маршрут; 2) поїздка артистів по містах для гастрольних виступів (ЮСИС, с. 579); *тур* – фр. [tour] – 1) коло в танцях; кільцевий оберт; 2) *військ.* циліндричної форми плетений виріб з хмизу, який наповнювали землею і використовували у різних воєнно-інженерних роботах; 3) *шах.* заздалегідь призначений за розкладом день гри в турнірі; частину турніру в продовженні якої пара учасників грає по одній партії (ЮСИС, с. 578).

Наприкінці 30-х XX ст. передвоєнна криза та Друга світова війна спричинили скорочення лексикографічної діяльності на теренах Української РСР. У цей період спостерігаємо тимчасовий спад у розвитку української термінології і термінографії в цілому. Еволюція туризму у кінці 30-х, у 40-ві роки практично не знайшла свого відображення в літературі [15, с. 133]. Певною мірою це було пов’язано з тим, що туристично-екскурсійна справа в країні зазнала серйозній реорганізації, яка настала після ліквідації в 1936 р. “Всесоюзного товариства пролетарського туризму і екскурсій” [82]. Чи не єдиною можливою нішею

вивчення туризму залишалася тематика туристичних технологій із військово-спортивною метою [13, с. 34].

Проте саме в цей період термін *турист* став на шлях свого міжнародного становлення. Початок цьому поклали рекомендації Комітету експертів Ліги Націй у 1937 р., за якими прийнято “уважати туристом будь-кого, хто перебуває не менше 24 годин у країні, в якій він не живе” [32, с. 8]. Пізніше, у 1945 році, саме це визначення було взято ООН за основу детермінації поняття з обмеженням максимального перебування до 6 місяців [148, с. 6–7].

Отже, лексика туризму означеного періоду ставала широко відомою завдяки періодичним виданням та науковим працям, що певною мірою відбивали сам процес творення галузевих термінів.

Четвертий етап – активне формування термінолексики туризму **(**50-ті – 80-ті рр. XX ст.). У період 1950 – 1980 рр. туризм у світі набував масового, індустріального характеру, ставав популярним явищем. Не залишився осторонь від цих процесів і СРСР, де з 1950-х рр. розпочато новий період як у розвитку туризму, так і в його науковому осмисленні [16, с. 17]. Почав формуватися так званий “конвеєрний масовий туризм” [134, с. 201]. Відновлення туристично-екскурсійного потенціалу починається в 50-х рр. Цільовою постановою “Про поліпшення роботи профспілкових організацій з розвитку масового туризму” Президія ВЦРПС 26 вересня 1950 р. запропонувала профспілковим організаціям і радам добровільних спортивних товариств “... ужити необхідних заходів для широкого залучення трудящих до туристських походів і подорожей, зобов’язати місцевкоми, фабкоми, завкоми та інші організації надавати допомогу групам туристів у забезпеченні спорядженням, інвентарем, медикаментами, продуктами харчування, транспортними засобами, довідковими матеріалами та літературою” [136, с. 79].

Туризм набирав обертів, ставав масовим популярним явищем. Поступово він стає окремою сферою діяльності. Найбільш інтенсивний розвиток припадає саме на другу половину XX ст., коли він стає нормою життя сотень мільйонів людей на планеті та отримує голосний титул “феномена XX століття” [68, с. 135].

Уряд СРСР активно провадив агітаційну діяльність, пов'язану з розвитком внутрішнього туристичного руху. Туризм рекламували як один із варіантів здорового дозвілля, у такий спосіб наповнюючи його сутність. Були випущені стильні рекламні постери, чиї гасла досі зберігають свою актуальність: "*У вихідний день – на туристську прогулянку*" (1947 р.), "*Будь туристом! Подорожуй рідною країною*" (1949 р.), "*Туризм – кращий відпочинок*" (1950 р.), "*Лижний туризм – найкращий відпочинок*" (*1952 р.*),"*Проведіть свою відпустку в подорожах*" (1954 р.), "*Туризм – шлях до здоров'я*" (1969 р.). Деякі радянські плакати про туризм містять гасла англійською та французькою мовами. Можливо, вони були створені спеціально для іноземних туристів і вивішувалися в аеропортах, готелях чи консульствах.

У 50-ті роки лексеми *туризм* і *турист* набувають статусу енциклопедичних термінів. У 55-му томі першого видання "Великої радянської енциклопедії" туризму присвячена велика стаття, що починається визначенням: "Туризм – один із способів організації і проведення дозвілля у подорожах" [58, с. 75].

У середині 60-х рр. минулого століття в Радянському Союзі починають формуватися основи географії туризму. Для створення привабливого іміджу держави на світовому туристичному ринку "Інтурист" видає журнал "Подорож в СССР" російською, англійською, французькою, німецькою та іспанською мовами, який знайомив читачів із географією туризму в країні та її визначними пам'ятками. Поступово тираж журналу зріс до 200 тис. примірників, а його передплатниками стали читачі з 50 країн [136, с. 84]. Із 1966 р. ВЦРПС друкує спеціальний журнал "Турист", у якому постійно порушують проблеми самодіяльного туризму. Збільшився випуск туристичних картосхем, виданих Головним управлінням геодезії і картографії при Раді Міністрів СРСР. Тільки за період 1975–1980 рр. надруковано більше тисячі найменувань туристичної літератури загальним накладом близько 50 млн. примірників [16, с. 19].

У 1960 – 1970-ті рр. часто постає питання про уніфікацію термінології у сфері географії туризму, що було потрібним для остаточного визначення її предмета і меж дослідження. У цей час широко використовують поняття

“географія рекреації”, “географія відпочинку”, входить до вжитку термін *галузь туризму* на позначення системи забезпечення туризму [64].

У середині 1970-х років розпочався стрімкий процес теоретичного осмислення туристичної діяльності в СРСР. На тлі зростання рекреаційних потреб населення принципово нового характеру набувають дослідження діяльності людей у вільний час. Прикладом слугує монографія “Теоретичні основи рекреаційної географії”, підготовлена співробітниками Інституту географії Академії наук СРСР під керівництвом В. С. Преображенського [93], у якій вперше рекреаційна географія була представлена як гілка не фізичної, а соціальної географії. Запропонована соціально-географічна система складалася із взаємопов’язаних елементів: груп відпочивальників, природних та культурних комплексів, технічних споруд, обслуги та органів управління. Ключовою фігурою цієї системи стала людина, населення. Відповідно, розвиток рекреаційної системи розглядали через призму потреб людей у відновленні здоров’я і працездатності. До активного професійного вжитку входять терміни *рекреаційна географія*, *географія туризму*, *туристична рекреація*, *рекреаційний комплекс*, *рекреаційна система* і т. п.

Розвиток рекреаційних територій в СРСР в кінці 60-х на початку 70-х років XX ст. обумовив появу аналітичного дослідження Є. А. Котлярова “Географія відпочинку і туризму: формування і розвиток територіальних рекреаційних комплексів” [59], у якому сформульовані принципи наукової організації рекреаційного господарства та раціонального природокористування. Автор спробував теоретично обґрунтувати засади формування територіальних рекреацій, класифікував їх за типами і функціональним призначенням.

Фактично початком українського туризмознавства можна вважати 1980 р., коли в Києві вийшла друком праця М. П. Крачила, де подано широкомасштабну характеристику туризму як форми спілкування людей, що сприяє зміцненню миру і взаєморозуміння між народами [60].

У 1980-х рр. написано та захищено перші дисертації з різних питань туризму, серед яких праця Г. І. Шипуліної “Формування туристичної лексики в

сучасній російській мові” (1981 р.), де вперше схарактеризовано процес зародження та розвитку російської туристичної лексики і визначено способи та джерела її безперервного поповнення, порушено питання про можливість упорядкування і нормалізації термінології туризму [210].

Туристичну лексику цього періоду фіксують і лексикографічні джерела: “Велика радянська енциклопедія” (1977 р.) термін *туризм* потрактовує так: “туризм (франц. tourisme, від tour – прогулка, поїздка), подорож (поїздка, похід) у вільний час, один із видів активного відпочинку” (БСЭ, с. 332). Автори статті уточнюють, що *туризм* – складник охорони здоров’я, фізичної культури, засіб духовного, культурного і соціального розвитку особистості У цій же праці подано й іншу туристичну лексику, зокрема: *екскурсант*, *внутрішній (національний) туризм*, *іноземний туризм*; *міжнародний туризм*; *пізнавальний (екскурсійний)*, *спортивний*, *діловий*, *релігійний туризм*; *туристський маршрут*, *туристське спорядження*, *туристська база*, *туристські карти*, *туристські організації* тощо. “Радянський енциклопедичний словник” (1980 р.) також містить словникові статті *туризм*, *турист*, *туристська база*, *туристські карти*, *туристські організації*, *туристські маршрути* та ін. (СЭС, с. 1375). В “Українській радянській енциклопедії” (1979–1984 р.) (УРЕ) зафіксовані лексеми *гостина*, *гостиний двір*, *готель*, *курорти*, *курортологія*, *туризм*, *тур* та ін.

Отже, найхарактернішою рисою цього періоду стало осмислення й виокремлення туризму в самостійний інститут правового регулювання з розвиненою системою родо-видових лексичних одиниць для його обслуговування.

П’ятий етап – інноваційні процеси та інтеграційний поступ терміносфери туризму (90-ті роки XX ст. − початок XXI ст.) – позначений суттєвими перетвореннями, пов’язаними із соціальною переорієнтацією самої галузі. За часів існування СРСР окремі відомості про туризм в Україні містилися в дослідженнях загальносоюзного значення. Вітчизняне туризмознавство почало формуватися після 1991 р. На цьому етапі система туристичної діяльності зазнала докорінних змін: по-перше, зникла чи стала не актуальною ціла низка туристичної лексики

(наприклад, та, що стосувалася радянського профспілкового туризму: *Товариство пролетарського туризму і екскурсій*, *Всесоюзні експедиції піонерів і школярів*, *радянська профспілкова туристична організація*, *відомчий (профспілковий) туризм*, *радянський туризм*, *радянський турист*, *туристичні установи профспілок*, *піонерські табори*, *майстер спорту СРСР з туризму*, *бюро шкільних екскурсій*, *похід піонерів*), натомість разом із новими поняттями і явищами утворилися і їх найменування *воєнний туризм* (відвідування місць бойових дій, полігонів, катання на військовій техніці тощо), *волонтерський туризм* (фокусується на добровільних альтруїстських актах під час відпустки), *інтернет-туризм* (мандрівка віртуальним світом), *онлайн-путівник* (надає інформацію про цікаві райони, регіони і допомагає знайти комфортне місце перш ніж вирушати у подорож), *безвізовий режим* (*безвіз*) (українці мають змогу здійснювати короткотривалі мандрівки державами-членами ЄС (за винятком Великої Британії та Ірландії), а також державами-учасницями Шенгенської угоди поза межами ЄС до 90 днів протягом кожного періоду в 180 днів), *біометричний паспорт* (документ, що дає право на виїзд за межі країни і в'їзд до іноземних держав та має додаткову інформацію про власника в цифровому вигляді і відрізняється підвищеними рівнями захисту інформації) тощо. Це найпродуктивніший щодо насичення туристичної терміносистеми новими лексичними одиницями період.

Оскільки туризм характеризується динамізмом та має інтернаціональний характер, то, відповідно, нові терміни з'являються настільки часто, що більша їх частина не зафіксована у словниках, як от: *ґлемпінг* ("гламурний кемпінг" – новий туристичний напрям, який користується попитом у мандрівників, які бажають відпочити на природі, не відмовляючись від благ цивілізації), *маунтбайкінг* (велотури, які ґрунтуються на швидкій їзді трасою з трамплінами та іншими перешкодами), *флешпекінг* і *пошпекінг* (це трендові форми самостійного пригодницького туризму, де *бекпекінг* комбінується зі стильним і дорогим форматом мандрівки), *джайлоо-туризм* (тури в населені корінними народами важкодоступні місця, віддалені від сучасних цивілізаційних благ), *Х-туризм* (екстремальний туризм) тощо.

Вагомий внесок у створення і розвиток науки про туризм належить російським ученим. Так, І. В. Зорін і В. О. Квартальнов уважають цілісну систему сучасних фундаментальних і прикладних наук про туризм, туристичну діяльність, туристичну економіку, менеджмент туризму і туристичне законодавство – туристикою (ЗЭТС, с. 299). М. Б. Біржаков присвятив спеціальне дослідження вибору назви системи наук про туризм, пропонуючи називати її “туристикою”, “турологією” або “турографією” [12, с. 210].

Першою в Україні спробою узагальнити і систематизувати матеріал з історії вітчизняного туризму відповідно до періодизації історичного розвитку суспільства став навчальний посібник для студентів вишів “Історія туризму в Україні”, автори якого розглянули основні етапи й періоди розвитку вітчизняного туризму. Своєрідним продовженням таких наукових пошуків є дисертаційна праця О. М. Костюкової, де закцентована увага на розвиткові екскурсійної справи в Україні в перше десятиліття радянської влади [58].

Аналізові лексичного матеріалу туристичної галузі присвячені дисертації М. А. Кузіної “Особливості лексико-семантичної асиміляції англійських запозичень в сучасній німецькій мові: на матеріалі текстів з туризму” (2006 р.) [92]; О. О. Кузіної “Семантичні та асоціативні поля туризму як відображення фрагментів мовної свідомості і картин світу росіян, німців і американців” (2006 р.) [93]; Н. О. Тюленевої “Лінгвокогнітивні стратегії позиціонування просування туристичних послуг в російській та англо-американської рекламі” (2008 р.) [189]; Е. Т. Бєлан “Особливості формування нових терміносистем: на матеріалі англійської та російської термінологій міжнародного туризму” (2009 р.) [12]; О. В. Даниленко “Становлення і розвиток англійської туристської термінології та їх екстралінгвістичної обумовленості” (2011 р.) [55]; Л. В. Виноградова “Термінологія туризму англійської та російської мов у синхронному та діахронному аспектах” (2011 р.) [28]; Н. В. Філатової “Дискурс сфери туризму в прагматичному і лінгвістичному аспектах” (2014 р.) [194].

Багато уваги приділяють розвитку науки про туризм українські вчені В. С. Пазенок і В. К. Федорченко, які переконані, що найбільш прийнятною

назвою для науки про туризм є термін “туризмологія”, бо саме така назва найбільш вдало в концептуальному плані відбиває сутність такого явища як туризм [129, с. 37].

Вагомим внеском у становлення української туризмологічної школи став “Енциклопедичний словник-довідник з туризму” (2006) (ЕСДТ) за загальною редакцією доктора педагогічних наук, професора В. К. Федорченка. Силами науковців КУТЕП підготовлено ґрунтовне науково-навчальне видання “Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму” (керівники проекту В. Пазенок, В. Федорченко) [129].

Туристичну лексику цього періоду фіксують й інші лексикографічні джерела: “Географічна енциклопедія України” (1993) (ГЕУ) : *туризм*, *туризм самодіяльний*, *туризм плановий*, *туристсько-екскурсійні виробничі об’єднання*, *туристські клуби* тощо; “Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові” (2000) (СТСЧС) : *тур, туризм, турне*; “Екологічна енциклопедія” (2008) (ЕЕ): *туризм*, *туризм екологічний*, *біосферні заповідники*, *національні природні парки*, *регіональні ландшафтні парки*, *рекреаційні ресурси*, *туризм сільський*, *туризм зелений*, *види туризму* та ін.

Важливого значення набувають питання музеєзнавства, краєзнавства, курортології, рекреалогії. Стрімко збільшується кількість видів туризму та їхніх різноманітних класифікацій, наприклад: *класифікація туризму за спрямованістю туристичних потоків, за охопленням території, за сезонністю та інтенсивністю турпотоку, за принципом оплати та організацією продаж*, *за ступенем організованості* тощо.

Отже, аналіз розвитку термінології туризму уможливив виділити 5 етапів її еволюції та формування, кожен із яких під упливом суспільно-політичних перетворень вносив свої корективи у становлення лексичного складу того чи того періоду, таким чином сприявши розвиткові досліджуваної терміносистеми.

2.2. Ядерні терміни як основа термінополя туризму в українській мові

Ядро термінополя туризму утворюють терміни, що віддзеркалюють специфіку аналізованої галузі. Такі лексичні одиниці мають значну комунікативну цінність і високу частотність уживання та входять до складу лексичного мінімуму як фахівців сфери туризму, так і туристів.

Зробимо спробу простежити розвиток найголовніших ядерних лексичних одиниць термінополя туризму в українській мові.

Туризм, тур – найяскравіші приклади ядерних лексем у досліджуваній терміносистемі. Маючи тривалу історію, поняття *туризм* до теперішнього часу не отримало однозначного потрактування. Досі відсутня єдність думок про суть туризму і його поняттєвого апарату. Тим часом питання дефініцій, тобто узгоджених і прийнятих за основу визначень понять термінології туризму, є необхідною умовою розуміння явищ і процесів, характерних для цієї сфери людської діяльності. Спробуємо проаналізувати лексеми з історичного погляду.

Л. Л. Кутіна вважає, що “в історичному потрактуванні стають більш виразними й опуклими багато лексико-семантичних особливостей терміна як специфічної семасіологічної одиниці і термінологій як особливих лексичних систем. Історичний ракурс у цій царині, як і в будь-якій іншій, уносить надзвичайно суттєвий момент у дослідження явища: він дозволяє угледіти тенденцію у його розвитку” [94, с. 181].

Саме слово “туризм”, запозичене із французької мови, з’явилося в англійській на початку XIX ст. Корінь tour (tourism) скоріше асоціювався зі словом “турне” театральної трупи, ніж з “індивідуальними поїздками” у сучасному розумінні цього слова. Як уважають дослідники, термін *туризм* походить від латинського tornus, що означає “рух по колу” [46, с. 81]. Із другої половини XIX ст. це слово увійшло до мов багатьох народів світу.

Ще на початку XX ст. термін *туризм* не мав широкого вжитку. Так, у “Словнику староукраїнської мови XIV–XV ст.” за редакцією Д. Г. Гринчишина не засвідчено лексеми *туризм*, а *Туръ* подано лише на позначення назви села у Польщі (ССМ 1977, с. 451).

У праці І. І. Срезневського знаходимо словникові статті *путошьстви ѥ – странствіе*; *путьшьствовани ѥ – путешествіе*; *путьшьствовати*, *путьшьствую – странствовать* (ССДЯ, с. 1739), а лексема *тур* потрактована як 1) *буйволъ*; 2) *зубр*; 3) *осадное передвижное укрѣпленіе* (ССДЯ, с. 1038).

У “Словарі української мови” за редакцією Б. Д. Грінченка (ГСУМ) відсутні вищезгадані слова, а зафіксовані близькі за значенням: *мандри*, *мандрівка*, *мандрівочка*, *мандрування*, *мандрівець*, *мандрівний*, а лексема *туръ* має кілька значень: 1) *бык*; 2) *жук-олень*; 3) *тура дати* (*з розгону вдаритись в берег*); 4) *туръ-царь* (ГСУМ, с. 295).

“Толковый словарь живого великорусского языка” В. І. Даля також не засвідчує аналізованих номінацій. На позначення понять туризму подано лексеми *странствовать* – ходить и ѣздить по чужимъ землям, путничать, путешествовать, посѣщать иныя страны, чужину (ТСЖВЯ, с. 335). Слово *туръ* засвідчене автором як багатозначне, проте жодне зі значень не стосується туристичної діяльності: 1) дикій быкъ, зубръ; 2) дикій, каменный или горный баранъ; 3) жук-олень, рогачъ; 4) зад у человѣка, ягодина; 5) межевая насипь, бугоръ; 6) печной столбъ, котрого основане (нога) расписывается пестро красками; 7) хворостяная корзина, набиваемая землей для защиты отъ пуль; 8) в картах: одна очередь кругомъ; 9) полупарикъ, накладка на лысину (ТСЖВЯ, с. 335).

Тлумачний словник російської мови в 4-х т. за редакцією Д. М. Ушакова подає лексему *туризм* – [фр. tourisme от tour – прогулка] як вид спорту – подорожі, у яких розвага і відпочинок поєднуються із освітньою метою; *турне* – кільцева подорож; поїздка артистів на гастрольні виступи (ТСРЯ, с. 831). Слово *тур* засвідчене з кількома значеннями, які не стосуються туризму: 1) одне коло танцю по залі, кімнаті; 2) частина змагання (у грі в шахи, карти, футбол та ін.), протягом якої черга обходить усіх учасників один раз; 3) закінчений окремий епізод відносно інших таких самих подій; 4) високий кошик циліндричної форми без дна, що наповнюється землею і застосовується як прикриття у тимчасових

укріпленнях; 5) дикий бик з величезними рогами, який існував до 17 ст. у лісах Європи; 6) гірський кавказький козел (ТСРЯ, с. 829).

У “Словнику української мови в 11-ти томах” слово *тур* ужито теж із кількома значеннями, що не належать до терміносистеми туризму: 1) Один оберт по колу в танці; 2) етап якої-небудь гри, якогось змагання, конкурсу, що становить окрему їх частину; 3) етап виборів за багатоступеневої виборчої системи; 4) один із запланованих і заздалегідь забезпечених строків опоросу свиней; 5) вимерлий дикий бик; 6) у народній поезії – символ, втілення велетенської сили й хоробрості; 7) гірський кавказький козел (БСУМ, с. 323). Поняття “*туризм*” потрактоване як *подорож, яка здійснюється за певним маршрутом по своїй країні або за кордоном*; *поєднуючи відпочинок з пізнавальною метою, у ряді випадків мають елементи спорту* (БСУМ, с. 326).

Отже, перші спроби виокремити в українській мові термінологічне значення у лексемі *туризм* припадають лише на середину XX ст.

В Україні першим фундаментальним виданням, у якому системно розкрито зміст понад 1300 понять туризму, став “Енциклопедичний словник-довідник з туризму” (ЕСДТ). Автори, намагаючися систематизувати підходи до визначення самого поняття “*туризм*” виділили такі типи дефініцій: 1) тимчасові виїзди (подорожі) громадян України, іноземних громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування; 2) тимчасовий виїзд людей з постійного місця проживання з метою оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування; 3) діяльність осіб, що подорожують і перебувають в місцях, що знаходяться за межами їх постійного середовища, впродовж періоду, що не перевищує одного повного року, з метою відпочинку, діловою та ін.; 4) туризм як економічне явище охоплює попит (турист), пропозицію (туристська індустрія) і туристський продукт, на який спрямовано зацікавленість туриста; 5) людина подорожує з доісторичних часів, тоді як туризм (соціально-економічний феномен) більшою

мірою асоціюється з індустріальним періодом життя людства і відрізняється від подорожей і якісно, й кількісно. Подорож є лише елементом туризму, і часто не найважливішим; 6) особлива форма пересування людей по маршруту з метою відвідування конкретних об'єктів чи задоволення спеціалізованого попиту; 7) вид подорожі, що здійснюється для відпочинку, освітніх, ділових, аматорських чи спеціалізованих цілей; 8) рух (переміщення), перебування поза постійним місцем проживання й аспект тимчасовості перебування в об'єкті зацікавленості (поїздки); 9) форма розумового і фізичного виховання, що реалізується через соціально-гуманітарні функції туризму; 10) популярна форма організації відпочинку, проведення дозвілля; 11) галузь господарства з обслуговування людей, що перебувають тимчасово поза місцем постійного проживання; 12) сегмент ринку, на якому сходяться підприємства традиційних галузей господарства (транспорт, громадське харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо) з метою запропонувати свою продукцію і послуги туроператорам; 13) сукупність усіх видів науково-практичної діяльності щодо організації і здійснення: туристсько-екскурсійної справи; практичної діяльності туристських організацій з розроблення і просування туристського продукту і комплексного обслуговування туристів і екскурсантів; готельної справи; курортної справи (ЕСДТ, с. 315–316). Укладачі словника зазначають, що туризм виявляється в багатьох формах і аспектах, тому дати йому єдине точне визначення практично неможливо.

У світовій навчально-методичній та галузевій науковій літературі дефініцію терміна *туризм* розглядають під кутом економічних відносин, системності й багатовимірності: *туризм є соціально-економічним феноменом, котрий діє як двигун економічних процесів і як соціальна сила* [46, с. 83]. А, отже, туризм потрібно розуміти як сферу, що впливає на значну кількість галузей економіки, має чимало соціальних і суспільних компонентів.

Одне з найперших визначень запропонували В. Хунцікер і К. Крапф: "*Туризм* – це низка явищ і взаємин, які виникають у результаті подорожі і не передбачають постійного проживання та отримання прибутку в результаті такого

сполучення” [145, с. 76]. За Н. Ф. Реймерсом, *туризм* – це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами і об’єктами (РПС, с. 397).

В українській галузевій літературі існує кілька визначень туризму. Зокрема, О. О. Бейдик так трактує цей термін: *туризм* – це форма масового подорожування та відпочинку для ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями (БСДГТ, с. 83); М. П. Мальська переконана, що *туризм* – це вид рекреації, пов’язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується із оздоровчою, пізнавальною, спортивною і культурно-розважальною метою [70, с. 21]; на думку Ж. А. Богданової *туризм* – з одного боку, це діяльність людини (споживача турпослуг), спрямована на задоволення потреб у відпочинку, лікуванні … передбачає її тимчасове переміщення з основного місця проживання, що призводить до ряду соціально-економічних відносин. З іншого боку, туризм – форма ведення бізнесу, яка ставить за мету отримання прибутків шляхом організації і забезпечення чужого відпочинку [14, с. 197]; О. О. Любіцева розглядає *туризм* як діяльність особи, яка подорожує на території поза звичайним середовищем проживання на термін від одного дня до одного року і не пов’язана з оплачуваною діяльністю [67, с. 13].

Усі наведені дефініції охоплюють предмет туризму в цілому, розкривають його внутрішній зміст і відображають різні аспекти складної системи туризму.

Поняття “туризм” по-різному трактують не лише науковці, а й туристичні організації. На етапі становлення галузі під “туризмом” розуміли пересування і тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання. Проте у процесі історичного розвитку його зміст постійно зазнавав змін і доповнень. Так, за визначенням, прийнятим у 1954 р. ООН, *туризм* – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров’я, фізичний розвиток людини, пов’язаний із пересуванням за межами постійного місця проживання [44, с. 10]. Ширшу характеристику представила Академія туризму в Монте-Карло: *туризм* – спільне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з

оздоровчою метою, для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або професійно-ділових цілей без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування [46, с. 85].

У Манільській декларації зі світового туризму (1980 р.) підкреслено, що *туризм* один із видів активного відпочинку, подорожі, які здійснюють для пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднують у деяких країнах з елементами спорту [73].

У документах Гаазької декларації (1989 р.) поняття "*туризм*" потрактоване як "будь-яке вільне пересування осіб, не враховуючи пересувань між місцем роботи і проживання, а також весь комплекс послуг, створений для задоволення потреб людей під час нього" [22].

У 1993 році Статистична комісія ООН прийняла ширше визначення, що розглядає *туризм* як діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, розташованих за межами їх звичайного місця проживання і впродовж періоду, що не перевищує одного календарного року, для відпочинку, ділових та інших цілей [46, с. 84]. Міжнародна асоціація наукових експертів у сфері *туризму* (AIEST) визначає туризм як сукупність відносин і явищ, що виникають під час переміщення та перебування людей у місцях відмінних від їхнього постійного місця проживання і роботи [149, с. 149–150].

Отже, зважаючи на багатоаспектність потрактувань терміна *туризм*, можемо констатувати його багатовимірність, тобто *туризм* є одночасно і видом діяльності, і формою рекреації, і галуззю національної економіки, і способом проведення дозвілля, і, крім того, мистецтвом, наукою та бізнесом. Усі наведені визначення, у тій чи тій мірі, відображають важливі риси туризму, але не можуть окремо окреслити повну картину цього унікального явища [130, с. 151].

2.3. Розвиток прототермінів *гість* і *гостинність*

На етапі зародження професійного знання і подальшого його становлення як науково-професійної галузі відбувається і формування самостійної термінології. Як уважає Л. О. Симоненко, вивчення природи терміна, закономірностей творення термінологічної лексики, її структури, семантики стає можливим за умови наукового дослідження становлення та розвитку галузевих терміносистем [164, с. 19].

При цьому спостерігається процес відбору лексичних одиниць, здатних функціонувати як терміни. У галузевих терміносистемах науковці виокремлюють кілька прошарків номінативних одиниць, одним із яких є прототерміни [102], [49]. С. В. Гриньов-Гриневич уважає, що різниця між терміном і прототерміном полягає у відсутності в останнього наукової дефініції, оскільки на початковому етапі “ще не існують відповідна наука і наукова класифікація, на основі якої будується дефініція” [50, с. 76]. Прототерміни – спеціальні лексеми, які з’явилися і функціонували перед виникненням наук і тому називають не поняття, а спеціальне уявлення, оскільки саме поняття виникає з появою науки. Прототерміни можуть існувати або як лексичні одиниці предметних галузей, у яких ще не сформовані науково-теоретичні основи, або у формі так званих “народних” термінів. Головна їх відмінність полягає в тому, що вони сприймаються на рівні уявлень, а не понять [113, с. 278]. Основні характеристики прототермінів можуть частково збігатися з подібними характеристиками термінів: специфічність вживання (належність до спеціальної галузі знання), стилістична нейтральність (відсутність конотацій), езотеричність (точне значення прототерміна також відоме тільки фахівцям), контекстуальна стійкість (незалежність від контексту внаслідок точності значення), номінативний характер (як прототерміни використовують іменники і номінативні словосполучення). Водночас, існують деякі відмінності: прототермін так само, як і термін, виконує номінативну функцію, однак, слугує найменуванням не поняття, а спеціального уявлення, яке є, у порівнянні із загальновживаним словом, більш конкретним і тому забезпечує точність значення, але роль дефініцій відіграють описи [50, с. 76–

77]. Особливість прототерміна як одиниці спеціальної лексики полягає в тому, що, уживаючись у спеціальній сфері і позначаючи спеціальні уявлення, прототермін не є однозначним, не має абстрагованості, часто має просторічне забарвлення [30, с. 89]. Але у процесі становлення, прототерміни підпадають під низку змін, що стосуються семантики, форми, синтаксичних відносин лексичної одиниці, що змінюється. Подібне перетворення кожної окремої лексичної одиниці, як уважає Л. А. Чернишова, вимагає самостійного аналізу та вивчення, оскільки процес створення терміна і закріплення його в поняттєвій системі як номінативного знака поняття – явище завжди творче й індивідуальне [202, с. 72].

Розглянемо розвиток значення однієї із ядерних лексичних одиниць туризму. Індустрія гостинності як найважливіша соціальна, економічна і культурна категорія одна з фундаментальних складників туристичної сфери, що відіграє провідну роль в презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку. Гостинність – атрибутивна властивість туристичної сфери, секретний елемент будь-якого турботливого обслуговування; це політика надання послуг за принципом “усе для його величності гостя”. Але так було не завжди.

Виникнення поняття “*гостинність*” пов’язують із періодом Середньовіччя. Англійське слово “hospitality” (гостинність) походить від старофранцузского “hospice”, що означає “будинок для прийому подорожніх” [72, с. 16].

Ще з давніх-давен були продиктовані правила ставлення до гостя – у наш час вони залишаються актуальними та практично незмінними. У пам’ятці літератури XVI ст. “Домострой”, знаходимо такі рекомендації господареві будинку, щодо зустрічі гостей: “*якщо трапиться привітати приїжджих людей, торгових чи, або іноземців, інших гостей, запрошених чи Богом даних*: *багатих чи бідних, священиків чи ченців, – то господареві та господині слід бути привітним і належну честь віддавати по чину і по гідності кожної людини. З любов’ю і вдячністю, ласкавим словом кожного з них ушанувати, з усяким поговорити і добрим словом привітати, та їсти й пити або на стіл виставити, або подати з рук своїх з добрим привітом, а іншим і послати чого-небудь, але кожного чимось виділити і всякого порадувати …*” [34, с. 130]. Практично в усіх літописах

віддається належне гостинності слов'ян. Стійкі традиції культурної спадщини закріпилися в побуті стародавньої Русі. Однією з найважливіших пам'яток цього часу є "*Поучение*" Володимира Мономаха, адресоване дітям князя. Київський князь рекомендував синам добре приймати іноземних купців, чи як їх тоді називали "гостей" [21, с. 112]. За словами історика М. М. Карамзіна, "*усякий мандрівник був для них немов священним*: *зустрічали його з ласкою, пригощали з радістю, проводжали з благословенням і здавали один одному в руки. Господар відповідав за безпеку чужоземця, і хто не вмів зберегти гостя від біди або неприємності, тому мстилися сусіди за цю образу, як за власну. Слов'янин, виходячи з дому, залишав двері відчинені і їжу, готову для подорожнього. Купці, ремісники охоче відвідували слов'ян, між якими не було для них ні злодіїв, ні розбійників*; *але бідній людині, що не мала можливості добре пригостити іноземця, дозволялося вкрасти все потрібне для того у багатого сусіда*: *важливий обов'язок гостинності виправдовував і сам злочин*" [53, с. 48–49].

Б. О. Рибаков описує гостя X початку XI ст. як прекрасно озброєного і дуже добре одягненого дружинника, у якого обов'язково збоку був сталевий меч, а в руках спис [51, с. 36]. Такі характеристики стосувалися багатьох гостей того часу, адже їм доводилося не лише багато подорожувати, але й змогти постояти за себе та за свій товар.

У звичаях різних народів гостинність забезпечувала заступництво мандрівникам та була своєрідною формою захисту гостя і його майна. Так, наприклад, на чужій території людина ризикувала бути пограбованою, проданою в рабство або закатованою, вчасно не отримавши статус гостя. В іншому випадку незнайомець уважався чужинцем, позбавленим будь-яких прав, ворогом, відносно якого все дозволено. Тому прототермін *гостинність* треба розглядати в тісному зв'язку з прототерміном *гість,* засвідченим у пам'ятках історії Київської Русі нарівні з лексемою купець, оскільки гостем називали *купця-торговця* [24].

У Словнику староукраїнської мови XIV – XV ст., слово "*гість*" подано зі значенням "купець, найчастіше іноземний" (ССМ, с. 257).

У Словнику української мови XVI – першої половини XVII ст. лексема *гість* має кілька значень: *гость* – 1. Купець, торговець; прибулий купець; 2. Мандрівник (особа, яка прибула кудись із певною метою); 3. Гість (той хто приходить, приїжджає відвідати кого-небудь вдома; запрошений на гостину); 4. Відвідувач (найчастіше випадковий). Зафіксовані також похідні: *гостинець* – 1. "битий шлях"; 2. заїжджий двір, притулок для мандрівників; 3. подарунок; *гостинний:* "прикм. Який стосується заїжджого двору або належить до нього" (ССМ, с. 56–57). Однак у словнику відсутня лексема "гостинність".

В Етимологічно-семантичному словнику української мови Митрополита Іларіона подано таке потрактування лексеми *гість* – ст. сл. гость; лат. hostis – чужак, купець, гість; гр. гість – це xenos – чужак, чужий, чужинець (ЕССУМ, Т. 1, с. 277). Більш того, автор пояснює: "старі слов'янські звичаї наказували приймати гостя якнайкраще й оберігати його від усього злого. Цей звичай поводитися з чужими гістьми скоро перейшов і на своїх. Пригадаймо собі Заповіт Володимира Мономаха: "А найбільше шануйте гостя, звідки б він не прийшов". З давнього часу *гість* – то подорожній або купець" (ЕССУМ, Т. 1, с. 277). У цьому словнику зафіксовані похідні лексеми: *гостинець* – широка дорога; слово гостинець відоме з найдавніших часів; так в "Руській Правді" Володимира Мономаха читаємо: Погубять слѣдъ на гостинци на велицѣ, а села не будетъ". Походить воно від слова *гость* (гість), що в давнину визначало чужинця (hostis) або купця; таким чином *гостинець* – це шлях для купців, а *гостиниця* – будинок, де зупинялися гості-купці. *Гостинником* також називали господаря *гостиниці.* Звідси "пригощаю – частую, гостя честую" (ЕССУМ, Т. 1, с. 296–297). Прототермін *гість* мав багато синонімічних відповідників: *іноземець, приходень, вандровний, чужоземець, чужий, іноплеменник* та ін.

В Історичному словнику української мови за ред. проф. Є. Тимченка лексема "*гость*" подана зі своїм тлумаченням: людина, що прибула на короткий час або в справі (торговій), або з приязні, або з яких інших причин (ІСУЯ, с. 591), а лексема *гостинный* – прикм. 1. Той, хто гостює, знаходиться тимчасово,

купецький; 2. прикм. від “гостина” (ІСУЯ , с. 590). Автор фіксує також кілька похідних лексем: *гостина* – 1. Тимчасове перебування не вдома: гостювання; 2. Гостинниця; 3. Вітання (ІСУЯ, с. 589). Цікавий той факт, що *гостець* вжито для позначення не особи, яка гостює, а ломоти, костолома (хвороби) і казкової істоти, яка уособлює цю хворобу (ІСУЯ, с. 589). Це саме значення дають автори “Етимологічного словника української мови”: *гостець* – “ревматизм суглобів” (ЕСУМ, Т.1., с. 575).

У Словнику української мови Д. І. Яворницького, слово *гостинний* зафіксовано як 1) хлѣбосольный, хлѣбосолъ, хлѣбосолка; 2) остистый (ЯСУМ, с. 157). Таке тлумачення, напевно, пов’язане із звичаєм зустрічати гостей хлібом-сіллю як проявом привітності.

Інше потрактування простежуємо у Словнику української мови в 11-ти т.: *гість* 1. Той, хто приходить, приїжджає відвідати кого-небудь вдома; 2. Особа, запрошена і допущена на збори, засідання, з’їзд і т.ін; 3. Купець, найчастіше іноземний (БСУМ, Т. 2., с. 77). Зафіксовані і похідні від нього: *гостелюбний*, *гостелюбно*, *гостенько*, *гостина*, *гостинець*, *гостини*, *гоститися*, *гостинний*, *гостинність*. *Гостинність* витлумачена авторами як “готовність, бажання приймати гостей і пригощати їх; гостинне приймання” (БСУМ, Т. 2. с. 143).

Сучасне значення термінів *гість* і *гостинність* дещо відрізняється від розглянутих в історичних лексикографічних джерелах. Наприклад, автори “Туристського термінологічного словника” І. В. Зорін і В. А. Квартальнов подають такі дефініції: “*гість* – клієнт індустрії гостинності” (ЗКТТС, с. 90), а “*гостинність* – гармонійне поєднання виробництва туристських послуг, комфортності середовища відпочинку і люб’язної поведінки обслуги для задоволення потреб гостей при гарантії їх безпеки, фізичного і психологічного комфорту” (ЗКТТС, с. 88).

В “Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму” під загальною редакцією В. К. Федорченко лексема *гість* зафіксована з кількома значеннями, одне з яких: “гість – особа, запрошена для туристської поїздки” (ЕСДТ, с. 92), а термін *гостинність* потрактовано як “найважливіша споживча властивість

продукту туристського: вміння дати відчути клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати свою повагу, зробити люб'язність" (ЕСДТ, с. 94).

Отже, можна констатувати, що прототерміни *гість* і *гостинність* пройшли тривалий еволюційний шлях і зазнали істотних якісних змін, перетворившись у сучасному суспільстві в найважливіші складники соціокультурного лексикону, мало того, вони увійшли до складу базової лексики підмови туризму, отримали закріплення в спеціальних словниках, здобули змістову точність і чітке визначення [135, с.103].

2.4. Еволюція терміна *мандрівник* в українському лексиконі

Потреба у перетинанні тієї чи тієї місцевості виникла у наших пращурів дуже давно. Ще в епоху античності греки і римляни здійснювали морські й суходільні подорожі, беручи участь у війнах та займаючися торгівлею. У той же час історичні факти свідчать, що вже в давнину паломники масово відвідували місця, де проводилися ті або ті релігійні заходи (свята й богослужіння). Поза сумнівом до найбільш ранніх мандрівників слід віднести перш за все *паломників*, або *пілігримів* (*pilgrims*). Цю лексему вживали на позначення узагальненого найменування мандрівників, які подорожують заради паломництва. У "Тлумачному словнику української мови" за редакцією В. С. Калашника, лексема *паломник* має кілька значень: 1. Той, хто відвідує святі місця; 2. Мандрівний богомолець (ТСУМ, с. 610). За свідченням учених, у російському епосі пілігрим – постать могутнього мандрівника, який лише частково нагадує каліку перехожого [12, с. 232]. У словнику В. Доманицького знаходимо таке тлумачення дефініції *пилигрим* – прочанин, богомолець (ДС, с. 90).

Уже в VI ст. до н. е. Афіни стають центром тяжіння для подорожніх, які прибували з надією побачити місцеві культурні надбання, пам'ятки, зокрема Пантеон [140, с. 40]. У грецьких полісах створювалися "Союзи гостинності", кожен член якого – *ксен* – брав на себе захист інтересів жителів іншого поліса в своїй державі. З часом в Стародавній Греції навіть встановився інститут *проксенів*, за якого іноземець укладав договір про гостинність вже не з окремою

людиною, а з містом-державою. Проксенія (Greek: προξενία), або право публічної гостинності, була найдавнішою формою відносин міжнародного права у Стародавній Греції. Проксен зобов'язаний був захищати в своєму місті інтереси прибулих сюди громадян держави. Зазвичай, звання проксенів були спадковими. Треба відзначити, що жителі Афін та Спарти не їздили за кордон без особливих на те потреб. Однією з причин такого ставлення до подорожей було те, що для подібної мандрівки необхідний був закордонний паспорт – *сфрагіс* (з грец. печатка або з латинської sigillum – печатка) [118, с. 52].

Історики вважають, що вже у XII ст. на Русі з'являються "*каліки перехожі*" – люди, для яких паломництво стало способом життя. Інколи каліки об'єднувалися в братії, споряджені монастирями для мандрів на Святу Землю. Власне, це були мандрівники, які проводили життя в дорозі, а назва на їх позначення походить від латинського слова *caligae*, що означало особливий рід взуття мандрівників (*калиги* – глибокі й товсті черевики для монахів та для подорожі) (ЕССУМ, Т. 2., с. 176). *Каліками* також іменували мандрівних сліпців, які співали вірші духовного змісту. Лише згодом лексему *каліка* почали вживати на позначення інваліда, людини з розумовими або фізичними вадами [12, с. 234]. У сучасній українській мові воно має кілька значень: 1) той, що позбувся якої-небудь частини тіла або втратив здатність рухати нею; 2) жебрак, що випрошує милостиню; 3) прочанин; 4) про незграбну, невмілу людину (ВТССУМ, с. 516).

В античні часи тих, хто здійснював подорожі і тимчасово перебував поза місцем постійного проживання, називали "*путники*", "*странники*", "*прочанин*", "*путешественники*". Лексикографічними джерелами XIX – XX ст. засвідчено кілька назв на позначення подорожнього: *туристъ –путешественникъ* (144, с. 505); *путешественникú – вандрівець, подорожній, странній, мандрівний* (ОРУС, с. 135); *путники – странній* (ОРУС, с. 135); *путница – страння* (ОРУС, с. 135); *странники – вандрівець, вандрівний* (ОРУС, с. 157); *туристъ* -ка (отъ туръ – кругъ, путешествіе) – путешественникъ, -ца (91, с. 660); *подорожній*: 1) *дорожній, путешествующій, странствующій*; 2) *путешественникъ* (ГСУМ, Т. 3., с. 245); та *странній: сторонній, чужой, странствующій*

(ГСУМ, Т. 3., с. 319); *путешественники – мандрівник, мандрівець* (МУС, с. 159); 1) *странствователь* – путникъ, путешественникъ, путешествователь, вояжеръ (ТСЖВЯ, с. 335); 2) *страннолюбный человѣкъ* – любивый, кто охотно принимает и покоти странныхъ, прохожихъ, пришельцевъ, скитальцевъ или бродягъ-богомоловъ (ТСЖВЯ, с. 335); 3) *странникъ* – странній, захожій человѣкъ съ чужбины, проѣзжій, прохожій; гость, ищущій гдѣ временного пріюта; или обрекшійся на тунеядное странничество подъ предлогомъ богомолья, скиталецъ, бездомный, проходимецъ, землепроходъ (ТСЖВЯ, с. 335); *путьтекъ, путьникъ*, засвідчені з кількома значеннями: 1) *идущій по пути, путешественникъ, странникъ*; 2) *находящійся въ пути, в походѣ*; 3) *завѣдующій княжими походами*; 4) *книга изъ числа ложныхъ* (ССДЯ). Мандрівником називали людину, яка йде в дорогу не заради задоволення, а з певною метою, досягнення якої пов'язане зі значними труднощами. На думку В. Г. Герасименка, у староанглійській мові дієслово "*травелл*" (подорожувати) було синонімом дієслова "*трабл*", утвореного від латинського "*трепалим*", що означало тригранний інструмент для тортур. Отже, здійснювати подорож мандрівникові означало трудитися, переносити труднощі [26, с. 6]. В українській мові лексема *мандри, мандрівник* належить до запозичень із німецької мови (wandern – бродити, блукати; англ. wander; дат. vandre) – вандри (вандрівець), вандрівник, вандровкаш, мандрьоха, мандрівець (ЕСУМ, Т. 3., с. 380).

У "Словнику староукраїнської мови XIV – XV ст." за редакцією Д. Г. Гринчишина прототипом сучасному терміну *турист* є лексема *тутєнии – чужинець* (ССМ, с. 451).

Прикметно, що у старослов'янській мові для чужинців існувала окрема назва – *варі́варі́* (БСУС с. 26). Очевидно, це було пов'язано з тим, що готельна індустрія довго не належала до привабливих справ, оскільки утримування готелів і питущих закладів уважалося за нечесний і негідний промисел. Нечисленні готелі і заїжджі двори розташовували лише в місцях масового скупчення людей. Це могли бути спортивні змагання, курорти або місця релігійного паломництва. У

готелях селилися тільки іноземці. Перші туристи мали деяку схильність до варварства і намагалися залишити сліди свого перебування на тому чи іншому місці, наприклад, розмальовуючи приміщення [140, с. 40].

Почасти мандрівник тих часів мав назву *фланер* від французького слова flâneur, що означає “ледащо” чи “бродячий”. Фланування означало гуляння, з усіма можливими конотаціями. Поява терміна *фланер* датується XVI–XVII століттями й означає трату часу за допомогою гуляння і безцільного ходіння [139].

У праці М. Левченка лексеми *жилець*, *постоялец́ь* – *пожилець*, (жін.) – *пожиличка* вжито на позначення людини, яка тимчасово зупинилися на проживання, а слово *тогобочанин* означало жителя протилежної сторони (ОРУС, с. 40–117).

Сучасний термін *турист* пройшов тривалу еволюцію, яка до теперішнього часу ще не закінчена. У літературний ужиток ця лексема увійшла приблизно у 1800 р., коли англієць Пейдж на сторінках своєї книги написав, що “*мандрівника у наші дні називають туристом*” [118, с. 203]. Словник французької мови, виданий приблизно у той же час, позначає туриста як людину, яка подорожує з цікавості або з метою “убити час”. Термін *турист* уперше ввів у французьку мову Стендаль, надрукувавши в 1838 р. книгу “Memories d'un touriste” (“Спогади одного туриста”).

Першим туристом прийнято вважати Геродота, який 2500 років тому мандрував Грецією для задоволення своєї цікавості [69, с. 30]. Згідно з іншою версією, слово “турист” з’явилося набагато раніше в Англії. У кінці XVII ст. представників заможних класів з європейських країн, які відвідували зарубіжні країни заради цікавості, почали називати “туристами” [26, с. 6]. Із часом значення слова уточнюється.

У 1901 р. “Словарь иностранных слов” (СИС), уперше вводить тлумачення слова *турист*: “Туристи – особи, які подорожують для розваги або з навчальною метою”, але лексема *туризм* в ньому не зазначена.

Тлумачний словник російської мови в 4-х т. за редакцією Д. М. Ушакова подає лексему *турист* зі значенням “людина, яка займається туризмом, мандрує з метою відпочинку, розваги та задоволення своєї допитливості” (ТСРЯ, с. 831).

Ще на початку XX ст. термін *турист* не мав широкого розповсюдження. Його вживання пов’язане з рекомендаціями Комітету експертів Ліги Націй у 1937 р., за якими прийнято “вважати за туриста будь-кого, хто знаходиться не менше 24 годин в країні, в якій він не живе” [32, с. 8]. Таке дефініювання поняття “турист” було досить розмитим, і його можна застосовувати до будь-яких іноземців, які знаходяться в іншій країні більше 24 годин (мандрівник, емігрант, транзитний пасажир, злочинець, найманець, біженець).

Попри все, відсутність чітких дефініцій туризму та інших ключових номінацій гальмували розвиток досліджень. Потребували уточнення й інші терміни. Точилися суперечки щодо визначення поняття “іноземний турист”. Організація Об’єднаних Націй (ООН) неодноразово розглядала цю дефініцію. У статті I Міжнародної конвенції про митні пільги для туристів, прийнятої ООН в 1954 р., подано таке визначення: “... “*турист*” означає будь-яку особу незалежно від її раси, статі, мови і релігії, яка ступає на територію якого-небудь держави, крім тієї держави, в якій ця особа зазвичай проживає, і залишається там не менше 24 годин і не більше 6 місяців з дозволеною метою (крім мети емігрувати), як-от: з метою туризму, розваги, спорту або лікування, або за сімейними обставинами, або для навчання, паломництва, або з діловою метою [100, с. 259]. Згідно з визначенням, туристом є будь-який іноземець, що перетнув кордон іншої держави, за винятком громадянина, який приїхав у країну на постійне проживання (емігранта). Така дефініція також дещо розмита, оскільки її можна було застосовувати до іноземців, які приїжджають у країну з нетуристичною метою (наприклад, мігранти).

Побіжно зазначимо, що *мігрант* – громадянин, який працює або планує знайти роботу на будь-який період часу, що буде оплачуватися в країні перебування, або особа, яка планує супроводжувати такого громадянина або приєднатися до нього як домашній працівник або утриманець [4, с. 6]. У

Туристичному термінологічному словнику І. В. Зоріна й В. А. Квартальнова поняття *мігрант* потрактовано як: “учасник поїздки, переїзду” (ЗКТТС, с. 266).

Значну роль у подальшому формуванні поняття “турист” відіграла Римська конференція з міжнародного туризму, організована ООН в 1963 році. На ній було сформульоване визначення міжнародного туризму і пов’язаних із ним понять “тимчасовий відвідувач”, “турист”, “екскурсант”, а саме: *міжнародний* (*іноземний*) *турист* – це міжнародний відвідувач, що здійснює щонайменше одну ночівлю в колективному чи індивідуальному засобі розміщення у відвідуваній країні [94]. На сьогодні до іноземних туристів зараховують всіх тимчасових відвідувачів, які прибули в іншу країну не менше, ніж на 24 години на відпочинок, лікування, з навчальною, релігійною або спортивною метою, а також у відрядження, для участі в конференціях або за сімейними обставинами. Тимчасовий відвідувач, який знаходиться в країні відвідин менше 24 годин, вважається *екскурсантом.* Круїзні мандрівники є екскурсантами, якщо вони ночують на борту теплохода під час стоянок у портах, і туристами, які подорожують задля відпочинку, якщо вони ночують в готелях, тоді як судно стоїть в порту (не менше 24 годин) [26, с. 8].

Римська конференція рекомендувала не зараховувати в статистичне визначення туристів, які здійснюють поїздки у межах державної служби (візити державних діячів, парламентські, урядові делегації, дипломатичні, торговельні місії тощо) або наукової експедиції (географічні, геологічні, археологічні і т. п.); мандрівників, які в юридичному сенсі не в’їхали в країну (наприклад, громадяни, які подорожують літаком і не покидають транзитну зону аеропорту тощо) [4, с. 7].

За визначенням, сформульованим Римською конференцією, туристами вважають також студентів та учнів, які перебувають за кордоном.

У чинному законі України “Про туризм” подано визначення аналізованого поняття, яке відповідає міжнародній практиці, що склалася, і рекомендаціям Міжнародного союзу офіційних туристських організацій (МСОТО): “*Турист* – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без

здійснення якої-небудь оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін" [92].

Прагнення світової спільноти випрацювати єдине визначення поняття "турист" має великий практичний сенс, оскільки для того, щоб оцінити обсяги міжнародного і національного туризму, треба керуватися єдиними принципами.

Туристська лексика у своєму складі на позначення осіб, які мандрують, має низку термінів, наприклад: *аплікант* (від англ. applicant – заявник) – особа, яка подає заявку, візову або іншу анкету, звертається за отриманням візи та інших дозволів імміграційних органів; *апатрид* (від грец. apatris, apatridos – не має, позбавлений батьківщини, вітчизни) або *аполід* (від грец. a... не, без + polis (polidos) місто; країна, держава) – особа, яка не має громадянства (підданства) якої-небудь держави; *біпатрид* (від лат. bis – двічі і грец. Patridos – батьківщина, вітчизна) або *біполід* – особа, яка має одночасно громадянство двох (а іноді й більше) держав [57].

Сьогодні, поряд з уніфікованими дефініціями, маємо ряд синонімів-новотворів. Найпримітивнішим способом пересування людини в просторі у всі часи було, є і залишиться – ходіння суходолом на "своїх двох", тобто пішки. Є з цього приводу і давньоримський вислів – per pedes apostolorum – апостольськими стопами. Тому давні мандрівники мали чітку асоціацію людини з торбою і палицею, а сучасні туристи – людини із заплічником. Сьогодні особу, яка подорожує з рюкзаком і не лише пішки охрестили *бекпекером* (англ. Backpacking, від англ. backpack – "рюкзак"), що позначає мандрівника, який подорожує за невеликі гроші, найчастіше принципово відмовляючися від послуг туроператорів. Уважається, що початок цьому рухові поклали в 1960-х рр. хіпі, які рушали з Європи в Азію [63, с. 19]. На позначення бекпекера, який подорожує в комфортних умовах та активно користується під час мандрівки різноманітною відео- та фототехнікою вживають лексему *флешпекер* (англ. "flash" – "спалах") [63, с. 19]; людина, яка багато подорожує світом, схильна до поневірянь, отримала назву *ґлобтротер* (англ. globe-trotter – globe – куля і trot – бігти) (КСИС, с. 49); особа, яка їздить автостопом – *хічхайкер* (КСИС, с. 587), категорія спортивних

екстремальних туристів, які подорожують за допомогою автостопу – *фридрайвери.*

Отже, аналіз лексикографічних, наукових та навчально-методичних праць дає змогу констатувати, що прототермін *мандрівник* у сучасній українській мові належить до багатозначних слів, одне з яких має суто термінологічний характер. В українській терміносистемі туризму лексема мандрівник стала основною для низки спеціальних термінів [132, с. 80].

2.5. Терміни на позначення туристичних формальностей

Індустрія туризму невпинно перетворюється на одну з найпрогресивніших галузей світової економіки. Про стрімкий розвиток туризму свідчить підвищення попиту на турпродукт. У зв'язку з цим актуалізуються питання проведення ефективної політики, спрямованої на стимулювання розвитку міжнародного туризму. У багатьох країнах активно вдосконалюють візову систему, спрощення митних процедур починають успішно вирішувати на двосторонньому рівні. Це дає змогу пришвидшити оформлення в'їзних (і виїзних для іноземних громадян) документів, тому реалізація закордонної подорожі сьогодні залежить значною мірою саме від швидкості оформлення туристичних формальностей.

Необхідність у перетинанні тієї чи тієї території виникла у наших предків задовго до становлення основ туристичної галузі, але вже тоді люди стикалися з рядом своєрідних умов і правил проходження територій, які сьогодні отримали збірну назву "туристичні формальності".

Поняття "*формальності*" в міжнародному туризмі – це дії і процедури, пов'язані з обов'язковим виконанням туристами, які перетинають державний кордон, установлених правил, що регулюють порядок виїзду, в'їзду і перебування в іншій країні [71, с. 271].

Держава запроваджує туристичні формальності для власної безпеки, боротьби з незаконною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією тощо, а також для гарантування безпеки мандрівників і захисту навколишнього середовища. Туристичні формальності безпосередньо

стосуються і самих туристів: оформлення закордонних паспортів і віз, проходження митних процедур, валютний, медичний і санітарний контроль. Недотримання хоча б однієї з формальностей може перешкодити виїзду туриста за кордон [71, с. 271]. У зв'язку з вивченням поняття "туристичні формальності" закономірно постають такі питання: яким же чином такі процедури були організовані в далекому минулому і на підставі яких документів перші туристи перетинали кордон; яку лексику використовували на позначення аналізованого поняття?

Тематичне поле "Назви на позначення туристичних формальностей" охоплює лексику на позначення проїзних документів (*паспорт, проїзна грамота*), перепусткових документів (*віза, квиток*), окремих ланок митної системи (*мито, тамга)* та ін. Зупинимося на розгляді основних термінів цих груп [136, с.156–159].

Загальновідомо, що поява документів, на кшталт сучасних паспортів та інших проїзних аналогів сягає сивої давнини. Звісно, говорити про налагоджену систему візових і митних формальностей, які сьогодні є ключовою ланкою організованого туризму, у часи Середньовіччя ще не доводилося. Багатьох мандрівників лякали труднощі: антисанітарія, яка була тоді звичайним явищем, загрожувала різними хворобами, особливо тим, хто вирушав за кордон; обміняти гроші в чужій країні було досить складно – обмінні курси постійно змінювалися, туристів обдурювали, тому подорожні намагалися брати з собою побільше грошей, що, своєю чергою, слугувало спокусою для розбійників. В атмосфері всезагальної підозри сподіватися на швидке оформлення дозволу на поїздку не доводилося [140, с. 53].

Прототипами сучасних перепускних документів були *рекомендаційні листи* (про які йдеться в Книзі Неємії, завершеній близько 443 р. до н. е.), що виконували функції сучасного паспорта; *проїзні грамоти* (XVII ст.), які видавали купцям; *абшиди*, що отримували звільнені зі служби ("абшид" (від нім. – *abschied* – прощання, відставка). Уже у XVIII ст. документом, що засвідчує особистість іноземців, стає "*пашпорт*".

Не менш актуальним елементом туристичних формальностей була процедура потрапляння особи до іншої держави та отримання візи. Лексема має кілька значень: *віза* (франц. visa, від лат. visas – побачений, переглянутий) – 1) позначка, зроблена службовою особою на документі, що свідчить про його вірогідність або надає йому юридичної сили. 2) позначка на закордонному паспорті, яка є дозволом на в'їзд, виїзд, проживання або проїзд через територію відповідної держави (СІМ, с. 127).

Сучасна лексика відбиває складні зв'язки всередині самого поняття. Так, за радянських часів термін *віза* – урядова помітка на документі (звичайно пашпорті); дозвіл на в'їзд, виїзд або переїзд через певну країну (РЕСУМ, с. 418).

Віза також може бути окремим документом, виданим іноземцю, який в'їзджає в країну. В'їзну частину відривали на контрольно-прикордонному пункті під час прибуття туриста, а виїзну – за його вибуття. Потім їх передавали до відповідного підрозділу спецслужб, де звіряли фотографії. Поступово візи отримали формат чорнильних відбитків печаток, в які заносили дати передбачуваного в'їзду та виїзду, відповідні часовим межам придбаного туристом туру. Згодом більшість країн перейшла на наклейку бланка зі складним механізмом захисту на одну зі сторінок паспорта.

Але віза – це тільки частина питання, пов'язаного з в'їздом в іншу країну і наявними туристичними формальностями. Усе більше держав вимагають від іноземних туристів, які в'їжджають на їхню територію, окрім паспорта і візи, зворотного *квитка* [74, с. 49].

Так, у XIX ст. квитки для проїзду потягом виготовляли з латуні і називали "*жестянками*". Вони були багаторазового використання, що не потребувало від адміністрації витрат на їхнє виготовлення. "Жестянки" мали прямокутну форму із заокругленими кутами розміром 43 на 72 мм. Із квітня 1860 року залізниця встановила паперові квитки різних кольорів: для вагонів 1-го класу – білі, 2-го – рожеві і 3-го – зелені.

Е. Т. Бєлан, досліджуючи появу та функціонування лексеми "*ticket*" (*квиток*), зазначає, що запозичене з французької мови слово "*ticket*" мало

значення “коротко написане повідомлення або документ” (1528 р.). Унаслідок термінологізації воно набуло значення “листок, зазвичай паперу або картону, що свідчить про право пред’явника на будь-які послуги або привілеї, які він передбачає” (1673р.) [12, с. 61].

Лексема “*ticket*” в українській мові має два відповідники: *квиток і білет*, проте їхнє семантичне наповнення дещо різне. Слово “*білет*” через російську і польську мови запозичене з французької; фр. billet є формою ч. р. до давнішого billette, що виникло з bullette “записка з печаткою” (ЕСУМ, Т. 1., с. 195). Лексему *білет* уживають тоді, коли йдеться про цінні папери (*лотерейний білет, кредитний білет, банківський білет*) та про картку з питаннями для тих, хто складає іспити чи заліки (*екзаменаційний білет*). Слово “*квиток*” запозичене з нім. Quittung: посвідка про сплачення грошей за щось (ЕССУМ, Т 2., с. 207). В українській мові цей термін використовують на позначення документа, який засвідчує належність до організації (*партійний квиток*), купленої картки, що дає право проїзду у транспорті, відвідування музею, театру тощо (*квиток на проїзд, трамвайний квиток, проїзний квиток* тощо).

Окрім політичної перешкоди для туристів проблематичним було збирання *мита*, яке впливало на пересування людей, починаючи з ранніх періодів зародження та становлення туризму. Ще з часів Середньовіччя використовували будь-який зручний випадок, щоб за рахунок іноземного гостя поповнити державну скарбницю; наприклад, у 1413 р. в Бед-Пірмонте (Саксонія) уперше уведена плата за користування джерелами мінеральних вод, унаслідок чого відбулася переорієнтація туристів на інші, доступніші курорти [140, с. 48].

Із давніх часів влада приділяла особливу увагу гостинним дворам, оскільки вони безпосередньо були пов’язані з фіскальними інтересами країни. Кожен іноземний купець зобов’язаний був зупинятися в гостинному дворі, де розміщував свої товари і торгував ними. Для торгових людей тут будували хати, в яких купці проживали і забезпечувалися харчуванням за певну плату. У Новоторговому статуті 1667 р. сказано: “*Від міста Архангельського та із Великого Новгорода і Пскова пропускати до Москви і в інші міста тих іноземців,*

у яких будуть великого государя жалувані грамоти про торги за червоною печаткою” [81].

На Русі за право торгівлі з купців стягували “*замит*”; за наймання комори – “*амбарне*”, за найм торгового місця на гостинному дворі – “*гостинне*”, грошова плата за право проїзду – “*проєздъ*” та інші митні збори (ССМ, Т. 2., с. 258). У період завоювання Давньої Русі Золотою Ордою в російській мові з’явилося тюркське слово *тамга* (“клеймо, тавро, печатка”), від якого утворилося дієслово “*таможить*”, тобто ставити печатку і стягувати мито – *тамгу.* Відповідно, *таможня* – “те місце на границі держави, де оглядають усе, що привозять і вивозять з-за границі і де беруть у казну таможенну пошлину, або мито” (ДС, с. 115).

Із літописних і законодавчих джерел відомо, що на Русі стягували *мито* – торгове і провізне, за провезення товару через зовнішні або внутрішні митні застави. Збирачів мита, як правило, членів князівської дружини, називали “*мытниками*”, “*мытоимцами*”, “*мытарями*” [121]. *Митник* – (староукр.) “мытникъ”, що походить від старослов’янського “*мыто*”, яке колись в усіх слов’янських мовах означало податок; тому й слово “*мытникъ*” у давнину вживали на позначення стягувача податків.

В Етимологічно-семантичному словнику української мови Митрополита Іларіона поєднано декілька поглядів дослідників на походження лексеми *мито*: 1) це слово слов’яни запозичили із західноєвропейського світу; 2) “*мыто*” походить із старогерманської мовної сфери – найімовірніше з готського “*mõta*” (‘податок’; порівн. гот. “*mõtareis*” – ‘митар’); 3) це слово походить із романської мовної сфери, найімовірніше із середньолатинського “*mыta*” (‘податок’) (ЕССУМ, Т 3., с. 51–52) .

Про негативне ставлення до збирачів податків (тобто митників) нарівні з поганами свідчить Катехізис 1645 р.: “*Нехай ти будетъ яко поганинъ и мытникъ*”. За часів козаччини лексема *мито* втратила своє початкове значення “податок узагалі” і почала вживатися на позначення плати за право торгувати, включно з правом що-небудь одноразово продати на торговиці (тобто на ринку,

базарі), а також для позначення визначеної урядом держави плати за імпортування товарів з інших країн. Саме з таким значенням терміни *мито і митник* закріпилися в сучасній українській мові: *мито* – грошовий збір, який стягують державні органи з громадян, установ і організацій за певні послуги (ТСУМ, с. 519); *мито* – податок, сплачуваний за перевезення товарів через кордон; *митник* – службовець, який збирає мито (ГСУМ,Т. 4.).

Старослов'янське (а згодом і староукраїнське) слово *митниця* означало місце, куди люди приносили податки всіх видів (ГСУМ, Т. 4.). На сучасному етапі розвитку української мови його використовують для позначення державної контори (на кордоні, летовищі, куди прибувають пасажирські літаки з інших країн, у портах), в якій службовці пильнують, щоб за ввезення товарів з інших країн їхні власники внесли визначену урядом плату, тобто *митниця* – установа, що здійснює контроль за провезенням товарів через кордон і за оподаткуванням їх.

Отже, коротко розглянувши історію формування тематичного поля "Назви на позначення туристичних формальностей", можемо стверджувати, що його витоки сягають сивої давнини і відбивають історичні етапи розвитку лексики на позначення основних проїзних документів.

2.6. Реалізація поняття '*паспорт*' в українській лексиці

Вільному переміщенню людей у просторі передує ряд стандартних процедур, які починаються, в основному, з оформлення паспорта. У зв'язку з цим закономірно постають такі питання: на підставі яких документів перші туристи перетинали кордон; яку лексику використовували у спілкуванні? Тому, вважаємо, доречно розглянути історію становлення лексеми *паспорт* як основного документа сучасної людини.

Насамперед хотілося б відзначити факт зародження туристичної бюрократії у давні часи. Хоча ще в VI ст. до н. е. Афіни приваблювали багатьох мандрівників, однак самі жителі Афін та Спарти не їздили за кордон без особливих на те потреб. Однією з причин такого ставлення до подорожей було те,

що для подібної мандрівки необхідний був закордонний паспорт – *сфрагіс* (з грец. печатка або з латинської sigillum – печатка) [118, с. 52]. В українській мові лексема *сфрагіс* належить до історизмів і в документознавчому обігові її вживали на позначення *відтиск, печатка.*

Поява документів на кшталт сучасних паспортів датується 1500 р. до н. е., а в Старому Завіті можна знайти згадку про "*листи*", що дозволяли мандрівникам проїзд тією чи тією територією. У Книзі Неємії, завершеній близько 443 р. до н. е., є така згадка про перепускні документи: "*Далі сказав я цареві:* "*Коли цареві до вподоби, нехай дадуть мені листи до начальників заріччя, щоб вони мене пропустили, доки не дійду до Юдеї, … От і прийшов я до начальників заріччя і передав їм царські листи…*" [120]. Біблія описує події в Персидській імперії за часів царя Артаксеркса I, коли Неємія просить дозволу пройти Персією до Юдеї та закріпити цей дозвіл у писемній формі за допомогою документа, що виконував функції сучасного паспорта.

В Ісламському Халіфаті паспортом служив чек про сплату спеціальних податків: *закят* – для мусульман або *джизья* – для немусульман. Подорожувати в інші райони Халіфату дозволялося тільки слухняним платникам податків.

Почасти паспортом називали дозвіл на відвідування порту, проте це не зовсім так, оскільки порти в той період були відкритими зонами, куди могли прибувати будь-які судна. А ось відвідати місто, тобто перетнути міські ворота, які в італійській мові мають назву якраз *porte*, можна було тільки за наявності певного документа. Відповідно, паспорт – це, скоріше, дозвіл на перетин воріт.

Щодо зародження паспортної системи як такої існують різні погляди. Побутує думка, що вона бере витоки ще в XV ст., а першість у її винаході належить Німеччині. Поштовхом для розгортання цього процесу стала проблема відокремлення чесних мандрівників, торговців і ремісників від величезної кількості волоцюг, розбійників і жебраків, які поневірялися Європою [50, с. 5]. З цією метою були введені особливі документи, що засвідчували особу, згодом їх стали називати *паспортами.* В українській мові лексема *паспорт* потрактована як похідне з франц. passeport, від passé – прохід, port – гавань, первісно – дозвіл на

відплиття – 1) документ, що посвідчує особу громадянина; 2) реєстраційне свідоцтво, що містить основні відомості про конкретне підприємство, устаткування, предмет господарського вжитку тощо (МСІС, с. 424).

У праці Дж. Кристофера Холловея і Нейла Тейлора знаходимо твердження, що вперше термін *паспорт* згадано в британському законодавстві вже в 1548 р. Походження подібних документів пов'язане із середньовічним папером *testimoniale* (щось на зразок характеристики), який настоятелі монастирів видавали прочанам, щоб останніх не заарештували за бродяжництво. З часом документи, що дають право на подорож, стали видавати органи влади, особливо якщо країна перебувала в стані війни з сусідніми європейськими державами [140, с. 46].

Крім того, у роки воєн або епідемій як додаток до паспортів мандрівникам видавали спеціальні сертифікати, що засвідчували їхню особу, особливі прикмети, здоров'я і поведінку. Зрозуміло, що в періоди політичної напруженості посилений прикордонний контроль не сприяв іноземним візитам: громадянам недружніх держав могли або взагалі заборонити в'їзд, або, в кращому випадку, ввести для них візовий режим. *Віза* в широкому значенні слова означає "напис відповідної посадової особи на будь-якому документі або акті, що засвідчує його автентичність або надає йому силу. А у вужчому – *віза* – відмітка в паспорті про дозвіл в'їзду до держави. Лат. *visum* – бачене, переглянуте" (ЕССУМ, Т. 1., с. 229).

Пізніше, коли виникла необхідність обмеження внутрішнього пересування значної частини населення, були введені нові документи ідентифікації особи: купцям, як і колись, видавали *проїзні грамоти*; військовослужбовцям, тимчасово відпущеним зі служби, – "*письмові відпустки*", а звільненим зі служби – "*абшиди*" (від нім. – *abschied* – прощання, відставка). Про суттєві відмінності в цих документах не йшлося, для їхньої назви вже в Артикулі військовому 1715 року як альтернативне вживали слово *«пас»* (від французького – *passe* – прохід). Документом, що засвідчує особу іноземців, стає "*пашпорт*", іноді званий також – "*пас*", що походить від іт. passo "тс. крок", яке разом з фр. pas "тс." зводиться до лат. passus "крок, хода, слід ноги"(ЕСУМ, Т.4., с. 303).

Зародження перших ланок обліку та документування населення на Русі, як свідчить Лаврентіївський літопис, належить до 945 року. Княжа адміністрація видавала купцям, які займалися закордонною торгівлею, грамоти, де були зазначені їхні кораблі. Згідно із “Соборним положенням 1649 року” аналогами закордонних паспортів були *проїзні грамоти*, про що свідчать дві глави цього документа: VI “Про проїжджі грамоти в інші держави ” та XVIII “ Про проїжджі грамоти для служивих людей в Сибіру та нижній Волзі і проїжджі грамоти для іноземців”.“*А буде кому можливість їхати з Московської держави для торгового промислу чи для іншого якогось свого діла в іншу державу, яка з Московською державою у мирі, і тому на Москві бити чолом государю, а в городех воєводам про проїзні грамоти, а без проїзної грамоти йому не їздити. А в городех воєводам давати їм проїзні грамоти без жодного затримання*” [116].

Згодом “*проїзна грамота*”, відповідно до указу Петра I від 30.10.1719 року, стала документом, що посвідчував особу, а відсутність такого документа автоматично надавала особі статусу “недоброї людини” або “злодія” [86, с. 8].

На початку XVIII ст. для контролю за пересуванням населення в інші міста були введені два види паспортів – “*покормежные и пропускные письма*”. Перші видавали тим, хто виїжджав із сіл на заробітки в межах своїх уїздів (до тридцяти верст), поміщикам або прикажчикам. Другі – особам, які відбували до інших уїздів, земським комісарам строком до трьох років [86, с. 12].

У середині XVIII ст. більшість європейських держав відмовилася від практики видавання паспортів у мирний час. Такої ж політики дотримувалися й Сполучені Штати Америки, де мандрівникові більше не потрібний був паспорт (якщо не зважати на період Війни за незалежність); у післявоєнний час як окремі штати, так і Департамент закордонних справ наділили правом видавати іноземні паспорти. У Великобританії у 1846 р. випрацювані норми, що регулювали порядок виїзду за кордон комерсантів і дипломатів, у той час як звичайним туристам не потрібно було оформляти жодних офіційних документів.

У другій половині XVIII ст. контроль над дотриманням паспортного режиму цілком переходить до поліції. У 1884 р. було прийнято “Положення про види на

проживання”, у якому паспорт визнавався як документ необов’язковий. Тому жителям Російської імперії він був потрібен тільки у разі поїздки за кордон, а також для виїзду людини далі, ніж за 50 верст і довше, ніж на 6 місяців. Паспорт для виїзду отримати було не так складно, а от дозвіл на від’їзд ставав цілою проблемою. Закордонні паспорти видавали виключно важливим персонам як своєрідні рекомендаційні листи однієї держави іншій [50, с. 6]. Оголошення про кожного, хто виїжджає тричі за межі країни, публікувалося в офіційних газетах [85].

Зауважимо, що до 1906 року, у зв’язку з браком фахівців, дві категорії іноземців – лікарі та ветеринари – мали право на в’їзд до Росії без будь-яких віз та інших паспортних формальностей – їм досить було і на кордоні, й на митниці пред’явити лише один єдиний документ – диплом про закінчення медичного або ветеринарного навчального закладу [52].

Після скасування паспортів знову запровадити їх було дуже складно. Коли в 1882 р. Бельгія спробувала зобов’язати іноземців пред’являти паспорти на перевірку, це викликало цілий шквал обурення в британській пресі. Після Першої світової війни ситуація змінилася. Практично усюди вводять паспорти з фотографіями власників, а в 1921 р. члени Ліги Націй погодили єдину форму цього документа. У Британію паспортна система повернулася в 1916 р., хоча в 1924 р. Бельгія знову дозволила британським туристам приїжджати на континент без паспортів. Відповідно до Закону “Про іноземців” 1905 р. в Британії була заснована офіційна міграційна служба, збережена і в XXI ст. [140, с. 47]. До 30-их рр. XX ст. закордонні паспорти стали мати звичний для нас вигляд – невелика книжечка в 30–40 сторінок [74, с. 36].

Лексема *паспорт* поширена у всіх слов’янських мовах: р. м. паспорт, п. paszport, ч. passport “супровідний лист, перепустка”, болг. паспо´рт, схв. паспо̄р і є запозиченням із німецької мови; походить від фр. passeport, букв. “дозвіл на прохід через порт”, пізніше “пропускне свідоцтво, паспорт”, утвореного від слів passé “проходить” та port “порт, гавань”; форма пашпорт прийшла через польське посередництво (ЕСУМ, Т.4., с. 307).

1922 р. у Женеві країни-члени Ліги Націй – попередниці ООН – запровадили “Нансенівські паспорти” для біженців. Офіційно документ для переміщених осіб без громадянства мав назву *сертифікат для біженців*. Його ініціював норвезький мандрівник та комісар у справах біженців Ліги Націй Фрітьоф Нансен. Вручали його колишнім підданим Російської та Османської імперій, що розпалися після Першої світової війни. Передбачалося, що сертифікат видаватимуть тимчасово, доки на батьківщині його власника не стабілізується політична ситуація. Та фактично “Нансенівський паспорт” діяв до кінця 1940-х рр. Замість нього 1951-го р. на конференції у Женеві, скликаній Генеральною Асамблеєю ООН, запроваджено *проїзний документ біженця*.

Функціонували й *військові паспорти*, які видавали для протидії дезертирству та *чумні* – для мандрівників із країн, де засвідчені випадки поширення чуми [86].

На початку XX ст. офіційний документ, що засвідчує особу громадян у СРСР, отримав назву *паспортна книжка*, у якій вказували прізвище власника, його ім’я та по батькові, сімейний стан, дітей, особливі прикмети та місце проживання. Лише в кінці 30-их років у паспорті вперше з’явилася фотокартка. Як документи, що засвідчують особу, використовували також *метрики* і різні “*мандати*” [85].

Із здобуттям Україною незалежності розвивалася і паспортна система держави. Так, відповідно до ст. 5 Закону України “Про громадянство України”, документами, які б підтверджували належність до інституту громадянства стали: *паспорт громадянина України, свідоцтво про належність до громадянства України, паспорт громадянина України для виїзду за кордон, тимчасове посвідчення громадян України, проїзний документ дитини, дипломатичний паспорт, службовий паспорт, посвідчення особи моряка, посвідчення члена екіпажу, посвідчення особи на повернення в Україну*.

На початку XXI ст. парламент України прийняв закон про введення *біометричних паспортів* – закордонний паспорт із вбудованим чипом, який дублює роздруковану на сторінці інформацію про власника. Як наголошують

розробники документа, він дуже зручний для проходження митного і паспортного контролю, оскільки може зчитуватися дистанційно.

Поряд із нормативними документами, що надають право легально перетинати кордон і визначають громадянство його власника, існують фальшиві паспорти, не визнані країнами – *паспорт громадянина світу* (в його основі лежить ідея космополітизму), *камуфляжний паспорт* (паспорт, виданий від імені країни, яка припинила своє існування (н-д, Південний В'єтнам). *Фантастичний паспорт* видають від імені вигаданих держав чи організацій, такий документ друкують на справжніх бланках, але вилучених із документообігу.

Отже, коротко простеживши історію становлення термінів на позначення основних документів паспортної системи, можемо констатувати, що зародження прототермінів аналізованої галузі сягає сивої давнини *(сфрагіс, абшид, проїзна грамота* тощо), а термін *паспорт*, переважно зберігши свою первісну лексико-семантичну структуру, продовжує функціонувати в українському термінопросторі, утворюючи розгалужену систему родо-видових назв [137, с. 212–218].

2.7. Становлення назв місць розташування туристів

Жодна подорож практично неможлива без організації розміщення туристів: чи це відпочинок у фешенебельному готелі, чи турпохід гірськими схилами. Сьогодні готельний бізнес можна назвати одним із порівняно нових та найперспективніших напрямів в Україні. В багатьох європейських мовах лексика готельної індустрії детально випрацювана і стала джерелом запозичень для української мови [134, с. 157–162].

Окремі лексеми на позначення засобів розміщення туристів були запозичені ще в давнину (*таверна, караван-сарай, корчма, постоялий двір, трактир, мансіонес, стабулярія, госпиталь, гостинниця, госпіція, катагогія, хостел, пндук, інн, ям, отель* тощо), кожна з них позначала специфічні національні поняття. Наприклад, на думку І. М. Писаревського, слово *караван-сарай* (перс. کاروانسرا — kārvānsarā, від перс. کاروان кар(е)ван + перс. سرا сарай, палац) вживали на

позначення заїжджого двору для караванів на торгових шляхах і в містах Близького Сходу, Середньої Азії, Закавказзя [87, с. 9]. Словник іншомовних слів засвідчує кілька значень цієї лексеми: *караван* (франц. caravane, з перс. кар(е)ван) – 1. Група в'ючних тварин, що перевозять вантажі та людей переважно в пустельних районах. 2. Кілька транспортних суден, що рухаються один за одним. Караван-сарай (від *караван* і перс. *сарай* – палац, будинок) – постоялий і торгівельний дім для караванів (СІМ, с. 311). На Русі заїжджі двори з'явилися в XII – XIII ст.; тоді їх називали *ямами* і розташовували один від одного на відстані одного кінного переходу. *Ям* – поштова станція, де подорожні міняли втомлених коней на свіжих, із місцем відпочинку, постоялими дворами і конюшнями [87, с. 15]. Немає єдиної думки щодо походження цього слова. Але варто зазначити, що термін *ямщик* схожий за звучанням із тюркським "*ямчі*" (поштовий доглядач), а ще більше з персидським "*ямджик*" – гонець [87, с. 15].

Лексема *хостел* була запозичена в 1250 році з французької мови зі значенням "місце тимчасового проживання", а вже з 1384 року формується нове значення лексеми – "готель, який включає розміщення і розваги для гостей і подорожніх; постоялий двір" [12, с. 60].

До ранніх туристичних термінів англійського походження належить лексема "*інн*", уперше зафіксована у 1000 році в значенні "місце проживання, житло, тимчасове житло" [12, с. 63]. У процесі термінологізації його значення конкретизувалося і сьогодні це – "готель, який пропонує тимчасове проживання і розважальні заходи; постоялий двір" [12, с. 63].

У давнину придорожній готель або заїжджий двір із рестораном мав назву *трактир* (лат. *tracto* – пригощаю), що походить із польської мови – "*traktjer*" (шинкар) від італійського – "*trattoria*", й увійшов до лексичного складу з часів Петра І. Пізніше трактиром почали називати ресторан нижчого розряду [87, с. 18]. Українські лексикографічні джерела засвідчують таке значення цієї лексеми: "*трактир* – "у дореволюційній Росії – будинок для зупинки та ночівлі приїжджих, із шинком, де можна поїсти; закусочна" (БЕСУМ, с. 616). На думку В. А. Смолія, "трактирним промислом" у XIX ст. займалося багато закладів: до

трактирів належали готелі, двори постоялі, заїжджі будинки, корчми, мебльовані кімнати з харчуванням тощо. У другій половині XIX ст. трактирами називали також готелі нижчого розряду і “питейні дома” (шинки), де обслуговували малозабезпечені верстви населення (ЕСДТ, с. 313).

У кінці XVI ст. у Франції впроваджені перші приміщення готельного типу у спеціально побудованих приватних палацах і розкішних державних будинках, що отримали назву *отель* – “міський палац магната, місце перебування представника іноземної держави або міської влади” [135, с. 9]. В українській мові XX ст. *готель* (франц. hôtel, лат. hospitalis – гостинний) – це будинок із мебльованими кімнатами для приїжджих (СІМ, с. 181). Сьогодні ж *готель* – це основне підприємство індустрії гостинності, що здійснює прийом і обслуговування відвідувачів. У Словнику іншомовних слів ця лексема має таке тлумачення: “*готель* – це будинок із мебльованими кімнатами та комунально-побутовими послугами для короткочасного проживання приїжджих” (БСІС, с. 150).

Досить популярними засобами розміщення були свого часу і *гостинниці* – місце задля тимчасового перебування мандрівних людей, корчма, заїзд, готель (ІСУЯ, с. 590). В Етимологічно-семантичному словнику української мови митрополита Іларіона подано таку дефініцію цього терміна: “*гостинниця*” (лат. hostis – гість) – це дім, де спинялися гості, цебто подорожні, купці. Слово “*гостинниця*” відоме в словянських пам’ятках із XI віку, напр., у Супральськім рукописі. У Словнику П. Беринди 1627 року “*гостинниця*” перекладено на наші українські обставини: “корчма” (але “корчма” тоді ще не мала сучасного значення) (ЕССУМ, Т. 1., с. 297). Щодо походження й першого значення лексеми *корчма* (заїзний дім із готелем), що є в усіх слов’янських мовах, варто зазначити, що старослов’янське *кръчьмавляти* означало: “займатися дрібною торгівлею” (ЕССУМ, Т. 2., с. 272). В Україні слово “*корчма*” в давнину позначало міцний алкогольний напій, згодом – місце продажу й розпиття спиртних напоїв, а ще пізніше його вживали на позначення гостинниці з заїздом. Поруч із лексемою “*корчма*” існував синонім “*воспріятелище*” – гостинниця, корчма (ЕССУМ, Т. 2.,

с. 272); особу, яка надавала послуги у закладах такого типу називали *воспріятник* – гостинник, корчмар (ЕССУМ, Т. 2., с. 272).

Згодом роль засобу розміщення для подорожніх починає виконувати *госпіталь*. Так, у Словнику за ред. Є. Тимченка зазначено, що “госпіталь” (франц. hospital – лікарня) – це готель, місце, де стають приїжджі, подорожні (ІСУЯ, с. 583).

Із розвитком транспорту невпинно еволюціонує й індустрія гостинності, з’являються все нові й нові засоби розміщення для подорожніх. Подальша поява різних форм туризму спонукала до зростання потреб у нових засобах розміщення та в збільшенні кількості лексем на їхнє позначення. Так, наприклад, виникають перші придорожні готелі. *Мотель* як засіб розміщення автотуристів уперше з’явився у США в 50-х рр. XX ст., коли К. Уїлсон побудував готелів для автомобілістів – “Холідей Інн” (ЕСДТ, с. 213).

Сьогодні маємо асортимент засобів розміщення і різноманіття їхніх назв, наприклад: *ботель* – готель на воді; *лотель* – готель, призначений для перебування та обслуговування туристів, що займаються кінним спортом; *мотель* – готель для автотуристів; *ротель* – пересувний готель, представлений вагоном-трейлером; *флотель* – курорт на воді; *флайтель* – готель для власників особистих літаків та ін.

Отже, проаналізований матеріал показує, що назви засобів розміщення туристів сягають часів Київської Русі, а іншомовні лексеми, особливо інтернаціональні, є важливим засобом поповнення термінофонду туристичної галузі сьогодні.

Висновки до розділу 2

Формування поняттєвого апарату туризму відбувається паралельно з розвитком цього явища. Початок еволюції терміносфери українського туризму припадає на другу половину XIX ст. та проходить у несприятливих суспільно-політичних умовах: наприкінці XIX – на початку XX ст. українські землі залишалися розподіленими поміж двома імперськими державами – Австро-Угорською та Російською, відповідно, про видавництво українською мовою будь-якої літератури не йшлося. Однак подальший розвиток туризму пов'язаний із утворенням перших туристичних організацій в українських містах (Кримський гірський клуб (м. Одеса), Російський туринг-клуб у Петербурзі або Російське товариство туристів (РТТ), що мало свої відділення у Києві, Одесі, Харкові, Полтаві та інших містах України тощо), виходом у світ спеціалізованої періодики ("Записки Кримсько-Кавказького гірського клубу", "Екскурсійний вісник", "Шкільні екскурсії і шкільний музей", які можна було придбати в Києві, Одесі, Харкові та інших містах України).

Величезне значення для формування української туристичної термінології мали численні буклети, путівники, нариси, монографії з туристично-краєзнавчої проблематики українських авторів, у яких набували чіткого туристичного змісту українські лексеми. Найпопулярнішими серед них стали праці А. Т. Будзиновського "Туристика", Б. Є. Райкова "Методика і техніка проведення екскурсій" та ін.

Незначна кількість наукових спеціальних словників і наявність передтермінів у складі термінології туризму вказує на відносну "молодість" туризму як галузі наукового знання. Проаналізувавши лексикографічні джерела та навчально-методичну літературу туристичної сфери, можна констатувати, що зародження прототермінів аналізованої галузі сягає сивої давнини, а становлення ядерних понять туризму триває й до сьогодні, про що свідчать спроби вчених випрацювати вдаліші дефініції понять.

РОЗДІЛ 3
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ КІНЦЯ XX – ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

3.1. Специфіка функціонально-комунікативної парадигми туристичної лексики

Характерною рисою сучасного мовознавства є звернення науковців до діяльнісно-динамічного аспекту мови і питань її функціонування. Зародки функціональної парадигми простежуємо в положеннях німецького лінгвіста й філософа В. фон Гумбольдта, який головну мету науки про мову вбачав у переході її вивчення від системних явищ до їхнього функціонування в мовленні [160, с. 31]. Ф. де Сосюр також логічним вважав розмежувати лінгвістику мови й мовлення [176, с. 52], що було підхоплене його учнями й послідовниками Ш. Баллі, А. Сеше, А. Мартіне, яких можна вважати піонерами функціональної лінгвістики [99, с. 263].

“Функціональний аспект у вивченні термінології, – зауважує В. П. Даниленко, – має значне і самостійне дослідницьке значення, оскільки всі справжні властивості та якості терміна виявляються тільки під час функціонування його в спеціальних текстах або в усних формах професійного спілкування” [54, с. 21].

О. С. Кубрякова розглядає функціоналізм як “такий підхід у науці, коли її центральною проблемою стає дослідження функцій об’єкта вивчення, питання про його призначення, особливості природи в ракурсі виконуваних ним завдань, здатність до їхнього виконання. Загальним постулатом функціональної лінгвістики є положення про те, що мова – знаряддя, інструмент, засіб, урешті-решт, механізм для реалізації певних цілей і намірів – як у сфері пізнання дійсності і її описі, так і в актах спілкування, соціальної інтеракції, взаємодії за допомогою мови” [90, с. 217].

Спільним у працях функціонального спрямування незалежно від національності автора чи напряму його дослідження є пояснення мовної форми її

функціями, а саме дослідження мови як інструмента взаємодії людей один із одним для встановлення тих чи тих відношень мовця і його адресата для задоволення визначених прагматичних потреб [6, с. 45].

У функціональній лінгвістичній парадигмі зазвичай виокремлюють дві мети-функції висловлення в акті комунікації: “Задум мовця, який формує висловлення, пов’язаний із тим елементом значення, суть якого полягає у відображенні головних потенцій мовних одиниць. На цій підставі мовець здійснює вибір із сукупності наявних засобів мови, що можна трактувати як цільовий аспект із позицій мовця. Коли ж висловлення реалізоване, функція використаних одиниць виступає як досягнута мета, що дає змогу трактувати її як цільовий аспект із позицій слухача” [8, с. 15].

“За функціонального підходу, – відзначає Н. В. Шульжук, – кожна нова мовна одиниця чи форма розглядається крізь призму її ролі, функції у вираженні думки мовця. Зіставлення особливостей функціонального і комунікативного підходів дало змогу вченим стверджувати логічність і доцільність їх інтеграції. Ці напрями генетично взаємопов’язані і взаємозалежні. Якщо функціональний підхід до презентації мовного матеріалу передбачає з’ясування ступеня його комунікативної значущості, то процес реалізації комунікативного підходу вимагає встановлення особливостей функціонування певної мовної одиниці [212].

Спираючися на думку А. Е. Левицького [98, с. 39] та М. М. Полюжина [146, с. 237], Л. О. Гончаренко зазначає, що “функціональна лінгвістика трактує мову як основний засіб, інструмент, знаряддя для реалізації намірів і цілей мовця у процесі комунікації та у сфері пізнання дійсності. Саме розуміння мови як динамічної системи, що перебуває в постійному русі та розвитку, становить теоретичну основу функціоналізму” [44, с. 294].

“Загальною особливістю комунікативно-прагматичного підходу до мовних явищ, який значною мірою розширив підхід функціональний, є вивчення мови як засобу спілкування, тобто мови під час її дії, в реальних процесах комунікації. Прагматичний підхід до аналізу мовних явищ висуває на перший план вивчення мовленнєвої динаміки, вихідним моментом якої є її цілеспрямованість, яка

передбачає успішне використання суб'єктом комунікації мови як знаряддя для досягнення своєї мети", – наголошує І. П. Сусов [180, с. 4].

Основним принципом функціональної лінгвістики є розуміння мови як цілеспрямованої системи засобів вираження, що передбачає аналіз функціональної природи мовних одиниць і мови в цілому, за якого акцент робиться на призначенні мовної одиниці [62, с. 22]. Комунікативною лінгвістикою ж Н. О. Заніздра називає напрям сучасного мовознавства, що вивчає мовне спілкування, яке складається з таких компонентів, як мовець, адресат, повідомлення, контекст, специфіка контакту та засоби повідомлення. Авторка наголошує, що з комунікативною лінгвістикою тісно пов'язана прагматика, яка вивчає комплекс проблем, що стосуються мовця, адресата, їх взаємодії в комунікації, а також ситуації спілкування [62, с. 24].

Справді, функціонально-комунікативний напрям посідає чільне місце в сучасному мовознавстві, і прагмалінгвістика – наука, що вивчає правила та принципи спілкування для досягнення бажаного результату – стає усе більш важливою галуззю лінгвістики. Комунікативно-функціональний аспект сучасних лінгвістичних досліджень спрямований на вивчення прагматичних підвалин функціонування мови. Такий аналіз допомагає з'ясувати відношення між мовними одиницями та тими, хто їх використовує.

Вивчення мови як засобу спілкування, тобто мови в дії, у реальних процесах комунікації є особливістю комунікативно-прагматичного підходу до мовних явищ, що дає змогу досліджувати цю проблему у функціональному аспекті [144].

Функціональний напрям наукових пошуків тісно пов'язаний із комунікативним. Саме тому "комунікація (лат. communico – спілкуюсь із кимось) – це смисловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування" [10, с. 33]. Г. Г. Почепцов трактує комунікацію як процеси перекодування вербальної сфери в невербальну, а невербальної – у вербальну. Учений пояснює, що історично комунікація мала вигляд спонукання іншої людини виконати певну дію. Тобто для комунікації

важливий перехід від мовлення однієї особи до виконання дії другою особою [148, с. 14–15].

Основне завдання функціональної лінгвістики, на переконання І. О. Кухарчук, – вивчення функціонування мови в різних екстралінгвістичних ситуаціях – ділове спілкування, виробниче, навчальне тощо, розгляд особливостей виконання мовою її основних функцій – комунікативної, експресивної, апелятивної, естетичної, дослідження в галузі функціонально-семантичних категорій. Авторка стверджує, що функціональний напрямок виникає в межах найбільш перспективного комунікативного підходу до мови. З функціонального погляду мову варто розглядати як інструмент, який використовують люди для спілкування. Комунікативна лінгвістика, на відміну від функціональної, аналізує конкретні мовні одиниці в умовах мовленнєвого акту, досліджує відмінності в їх функціонуванні [95, с. 150–151].

Розгортаючи думку своїх попередників, З. М. Бакалова зауважує, що функція народжується в потоці усного чи писемного мовлення, відповідно до функціональних потенцій мовних одиниць. Мовлення – це спілкування адресанта і адресата. Отже, вивчення функцій в процесі мовної діяльності є не тільки функціональний, а й комунікативний аспекти аналізу мовних одиниць. Термін *функціональний*, – продовжує дослідниця, – підкреслює факт наявності функцій мовних одиниць, тобто їх призначення, а *комунікативний* – уточнює їхню залежність від процесу комунікації з усіма її властивостями і наслідками. Авторка наголошує, що будь-яка комунікація, будучи діалогом, передбачає інтенції мовця і реакцію слухача. Адресат може використати максимум механізмів структурування мовних одиниць для передавання інформації у потрібному ракурсі [6, с. 46]. У процесі мовлення, що важливо, відбувається взаємодія мовних одиниць різних рівнів, чого, природно, не може бути в мові. Усе це працює на передачу комунікативного задуму мовця.

Приєднуємося до думки лінгвіста та зробимо спробу дослідити лексику українського туризму з погляду ефективного функціонування у професійній мовленнєвій комунікації. Ефективність функціонування – це комунікативна мета

адресата та її втілення за допомогою системи безпосередніх чи опосередкованих зв'язків, визначених вербальних та невербальних засобів, кожен з яких відіграє свою роль у провадженні ефективної комунікації та отриманні бажаного результату.

3.2. Іншомовні слова як одне з основних джерел поповнення лексики туризму кінця XX – початку XXI століття

Практично жодна природна мова у творенні термінів не може обійтися своїми власними ресурсами, тому термінологія багатьох галузей знань різних мов свої лексичні засоби запозичує звідусіль, що робить її склад надто строкатим, поєднуючи в собі національні та інтернаціональні елементи [163, с. 226].

Курс на інтеграцію України в ЄС, широкомасштабні глобалізаційні процеси спричинили тісну політичну, соціально-економічну і культурну взаємодію українців з іншими народами. Зростання рівня відкритості ринку послуг і загострення конкуренції серед представників туристичної індустрії ставлять перед ними завдання постійного підвищення якості послуг і їх привабливості для споживачів. Із приростом туристської "досвідченості" збільшується попит на сучасні пропозиції, креативні європейські підходи до надання послуг, що подекуди вимагає появи модернізованих висококваліфікованих фахівців, що володіють декількома мовами. Міжнародний обмін інформацією неминуче зумовлює запозичання і вживання іншомовної лексики. Важко не погодитися із Л. П. Крисіним, що "чим більше та чи інша сфера діяльності задіяна в міжнародному співробітництві, тим більш відкритою є лексика і термінологія цієї сфери іншомовним словам" [88, с. 144–145]. Комунікація в індустрії туризму з давніх-давен є міжнародною і внаслідок цього популярність іншомовної лексики можна вважати, певною мірою, виправданою, тим паче вітчизняний туризм – молода галузь і через позамовні чинники потребує підживлення запозиченнями. Значні досягнення англомовних країн у туристичній індустрії та активізація зв'язків з іноземними партнерами, загальнопланетарна інтеграція, уніфікування та

інтернаціоналізація інформаційного простору, відкритість українського суспільства, зміни в ментальності українців та потреба в соціалізації в європейській спільноті, а також бажання фахівців туристичного бізнесу й українських туристів демонструвати вищий рівень знань в умовах новообраної стратегії свободи пересування у безвізовому форматі стали основними позамовними причинами активного використання іншомовної лексики в туристичній сфері.

І. І. Огієнко так коментував основну причину запозичення нових лексем: “чим культурніше й оригінальніше народ, тим сильніше він впливає на сусідів” [123, с. 15].

Про значущість використання іншомовних запозичень неодноразово говорили й українські термінологи. І. К. Білодід уважав, що необхідність засвоєння нових інтернаціональних елементів постає тоді, коли міжмовні тенденції до їх прояву збігаються з власними внутрішніми потребами та можливостями окремо взятої мови. Поповнення термінологічної лексики полегшує двомовне спілкування та економить зусилля в процесі засвоєння будь-якої мови [13, с. 40–61].

Як об’єктивний фактор еволюції терміносистем, розглядає запозичення Т. І. Панько, однак вказує на доцільність такого чужомовного засвоєння лише тоді, якщо воно відповідає життєвим потребам і не порушує національної специфіки [126, с. 14–21].

Т. Р. Кияк переконаний, що “тенденція до використання загальноприйнятої інтернаціональної термінології виявляється в період становлення науки, що зовсім не шкодить на першому етапі професійному спілкуванню” [76, с. 23]. Справді, краще ввести в обіг загальноприйнятий іноземний термін, ніж взагалі не дефініювати певне поняття науки.

Українську лексику чужомовного походження за ступенем освоєння поділяють на два різновиди: *іншомовні слова* – запозичення, 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*) та

запозичені слова – іншомовні слова, цілковито засвоєні мовою та придатні для творення похідних: *туризм – туристичний*, *турист – туристський*, *готель – готельний*, *екскурсія – екскурсійний* тощо. На відміну від іншомовних слів, запозичені слова не сприймаються мовцями як чужорідний елемент і не потребують пояснень щодо форми і значення [157, с. 129–135].

Зауважимо, що межа між *іншомовними словами* та *запозиченими словами* іноді розмита через різні функціонально-мовленнєві і семантичні причини, наприклад, часто уживане іншомовне вкраплення може стати повноцінним запозиченням.

Приєднуємося до думки Л. П. Крисіна про те, що для ефективного спілкування неважливо походження слова – важливо те, наскільки вдало виражає воно потрібний сенс і наскільки зрозуміла інформація співрозмовнику. Якщо іншомовне слово успішно виконує ці дві функції, то його вживання безумовно необхідне [87, с. 63].

Аналізуючи лексику туризму в українській мові, виокремлюємо внутрішньомовні причини, що спричинили таке інтенсивне функціонування іншомовних слів у цій сфері:

1. У туризмі одним із найголовніших факторів стає саме універсальність запозиченого найменування: інтернаціоналізм не потребує перекладу, бо його зрозуміють у будь-якому туристичному регіоні: *дьюті-фрі* – система безмитної торгівлі в міжнародних зонах аеропортів, морських портів і т.п.; *кейтеринг* – надання послуг харчування поза межами закладів такого типу; *рафтинг* – сплав гірською рікою на човнах, катамаранах чи плотах, не обладнаних моторними засобами; *рум сервіс* – спеціальна служба, яка вирішує усі проблеми з прийманням замовлень та подаванням страв упродовж дня у номери готелю; *трансфер* – зустріч і перевезення туристів; *чартер* – рейс за спеціальним замовленням для перевезення пасажирів за заданим маршрутом у визначений заздалегідь час*; шоп-тур* – туристична поїздка, метою якої є купівля певних видів товарів, характерних для країни перебування тощо. Ця лексика загальнозрозуміла не тільки для носіїв англійської мови, а й для тих, у кого інша рідна мова.

О. В. Зеленін переконаний, що англізація великої кількості мов – “це не просто “випадкове” явище, яке раптово виникло на світовій лінгвістичній карті XX ст.; вона відображає загальну тенденцію до універсалізації та стандартизації і є лише одним зі “струмочків” цього потоку” [65, с. 98].

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 у наш мегадинамічний час сприяють, насамперед, лаконізму мови.

3. Почасти запозичені лексичні замінники скорочують обсяг тексту, їх вживають із конспіративною метою та з естетичних міркувань, оскільки іншомовні номінації видаються менеджерам милозвучнішими за їхні українськомовні еквіваленти. Як зауважує С. П. Відлак, “іншомовні слова менше шокують і здаються більш шляхетними” [24, с. 275]. Це спричинено бажанням мовця засвідчити свою сучасність і поінформованість, розумову або ділову перевагу, а також створити видимість чогось нового чи незвичайного: *через <u>девальвацію</u> гривні українцям відверто бракує грошей на поїздки за кордон* (замість *зниження курсу національної валюти відносно іноземних валют*); *займаючися питаннями ділового туризму неможливо не торкнутися поняття <u>дестинації…</u>* (замість *географічна територія, яка є привабливою для туристів*); *<u>трансфер</u> здійснюється на комфортабельних автомобілях економ і бізнес класу…*(замість *спеціальна транспортна послуга з доставки пасажира та багажу на заздалегідь замовленому авто з водієм, включаючи зустріч або проводи в аеропорту, на вокзалі, в готелі*); *Ви обрали прекрасний готель із системою харчування <u>BB (Bed & Breakfast)</u>* (замість *разове харчування – сніданок – “шведський стіл” – безкоштовно*: *вода, кава, чай*); *Отже, ми бронюємо*

розміщення в обраному Вами готелі з системою харчування *RO (Room Only) (замість, у вашу туристичну путівку харчування не входить, а лише проживання)*(з усного мовлення менеджерів туристичних фірм).

4. Інтернаціональна особливість туризму та загострене відчуття престижності зумовили появу у лексиконі фахівців нових, евфемістичних за своїм змістом назв старих 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. Сьогодні стало престижно називати себе не просто *підприємцем* чи, тим паче, *ділком*, з ім'ям якого пов'язані не завжди позитивні асоціації, а представляти конкретний сегмент своєї діяльності. Так, власник готельного бізнесу отримав назву *готельєр*, а ресторанів – *ресторатор*. Лексеми запозичені з французької мови, про що свідчить однокореневе *готель* (фр. hôtel, лат. hospitalis – гостинний) – це будинок із мебльованими кімнатами для приїжджих (СІМ, с. 181); *ресторан* (фр. restaurant – ресторан) – підприємство харчування, в якому можна замовити страви і напої відповідно до пропонованого меню (ЕСДТ, с. 274). Відзначимо, що семантика слів *готель*, *ресторан* має позитивну конотацію. Не випадково фахівець ресторанного бізнесу, навіть якщо він володіє невеликими закладами харчування, намагається називати себе *ресторатором*. Власник, наприклад, закладу на зразок трактиру ніколи не назве себе *трактирником*, що сприймається як застаріле і стилістично знижене, а йменуватиметься *готельєром* [61, с. 51]. Подібна лексика спрямована на створення сучасного "західного колориту". У такий спосіб комунікант апелює до престижності іншомовного замінника на противагу автохтонному.

5. Поширеним явищем є запозичення нових лексем, синонімічних для вже наявних із причини їхньої моди: *фешенебельний готель* (англ. fashionable – модний), *бутик-готель* (фр. boutique – лавка), *ґест хауз* (англ. guest house – гостьовий будинок), *хостел* (англ. hostel – молодіжний готель), *прайс-лист* (від англ. price – ціна + list – список, цінник), *атракція* (англ. attraction – система розваг і заходів у туризмі), *дестинація* (англ. destination – це географічна

територія, що має певні межі та може залучати і задовольняти різні потреби груп туристів), *трекінг* (англ. trekking – різновид пішохідного туризму), *шопінг* (англ. shopping – похід по магазинах) паркінг (замість автостоянка), *бердвотчинг-тур* (англ. birding – “птахівництво” – орнітологічний тур), *вікенд* (англ. тиждень і кінець – час відпочинку й розваг від суботи до понеділка) і т. п. Туристична індустрія, як ніяка інша, апелює до емоцій, пропонує неймовірні враження туристам та презентує висоту сервісу, а іншомовна лексика стає дорогим пакуванням у цих процесах, що зацікавлює і вабить, ніби долучаючи споживача до закордонного фешенебельного рівня життя. Такі лексеми легко підхоплюються туристами і входять в активний лексикон. Мовознавці виділяють соціально-психологічні чинники і причини запозичень, зумовлені тим, що сприйняття іншомовного слова як престижнішого, “вченого”, “як такого, що гарно звучить”, характерне для більшості людей, які населяють сучасний соціум [89, с. 25].

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; *вітольє* (ісп. vitola, що означає паперове кільце на сигарі, на якому вказана її марка) – фахівець, який має професійні знання про сигари, їхні марки і формати; *торседор* (ісп. torsedor) – людина, яка займається скручуванням сигар; *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; *кавіст* (фр. caviste – доглядач льоху; від фр. cave – порожній простір, льох) – фахівець з елітного алкоголю; *кейтерьє* (англ. catering service – банкетне обслуговування) – фахівець, який організовує бенкети поза межами закладів ресторанного господарства; *титестер* (англ. tee – чай і test – пробувати) – дегустатор чаю, якого також називають чайним сомельє; *лайфґард* (англ. life – життя і guard – охорона) –

вільнонайманий працівник у курортних готелях, який слідкує за безпекою у басейні, на пляжі, на атракціонах; *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, пожвавленням 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 абревіатури або елементи, графічно оформлені засобами мови-джерела, напр., *MICE-менеджер* (від англ. MICE – Meeting – зустріч, Incentives – подія, Corporate (чи Conference) – корпоративний захід: конференції, тренінги, Events – заходи + англ. менеджер) – організатор ділових поїздок в індустрії туризму (утворена від заголовних букв англійських слів, що позначають елементи пакету послуг корпоративних клієнтів із ділових подорожей); *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); *готель SPA* (з лат.

sanus per aqua – здоров'я через воду) – готель із повним набором послуг гостинності, де пропонують комплекс спеціального лікувально-оздоровчого і медичного обслуговування, а також дієтичне харчування тощо. 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.

9. Серед термінів іншомовного походження, наприклад, на позначення засобів розміщення туристів можна виділити лексеми, які називають реалії інших країн: італійські *trulli* (*трулі*), іспанські *paradores* (*парадори*), французькі *château* (*шато*), португальські *pousadas* (*пушади*), мексиканські *haciendas* (*гасієнди*), японські *ryokans* (*рьокани*) тощо. Такі запозичення відображають автентичні традиції і культуру країни, внаслідок чого в терміносистемі залишаються нечисленними рідковживаними екзотизмами.

Кількість подібних запозичень дедалі зростає, хоча відомо, що "надмірне захоплення іншомовними термінами – це шлях до втрати національної самобутності української мови" [52, с. 13]. Однак суспільні зміни та державні потреби стимулюють як залучення власних мовних ресурсів, так і засвоєння чужомовних до розбудови лексикону та граматичного ладу мови. Запозичення є активними учасниками інноваційних процесів на різних рівнях мовної системи [80, с. 227].

Погоджуємося із думкою О. І. Чередниченка, який слушно зазначає, що "за нинішньої ситуації теза про повне усунення іншомовних слів та зворотів й орієнтація на суто питомі засоби номінації є неприйнятними, оскільки це спричинило б збідніння лексики української мови. Лише поєднання свого і чужого, власних та іншомовних ресурсів дає змогу забезпечити потреби комунікації в глобалізованому світі" [200, с. 157].

За таких умов надважливою є проблема освоєння нових запозичень українською мовою, пристосування їх до різних її підсистем, передусім фонетичної та словотвірної, до особливостей звукового ладу та традицій словотворення, до норм української орфографії та графіки [47, с. 5]. Типовими у

фаховій літературі з туризму є порушення орфографічних і граматичних норм сучасної української літературної мови.

1. Нехтування правила “дев’ятки” в загальних назвах призводить до неправильного написання *інсентів-туризм* (замість *інсентив-туризм*), *маунтінбайк* (замість *маунтинбайк*), *діджей* (замість *диджей*), *грін-кард* (замість *грин-кард*), *вайдбріджінг* (замість *вайдбриджинг*), *тінейджер* (замість *тинейджер*), *бебісітер* (замість *бебіситер*), *чек-ін* (замість *чек-ин*), *фрірайдер* (замість *фрирайдер)*. Правило “дев’ятки”, уведене ще в “Українському правописі” 1928 р., посприяло наведенню ладу із вживанням **і** – **и** в іншомовних апелятивах [120, с. 65].

2. Ігнорування правила чинного правопису, відповідно до якого в загальних назвах іншомовного походження подвоєння приголосних не зберігаємо [190, §89, п.1], спричинило порушення написання таких лексем: *globe-trotter – глобтроттер* (замість *ґлобтротер*), *immigrant – іммігрант* (замість *імігрант*), *hall – холл* (замість *хол*) тощо.

3. Як слушно зауважує К. Г. Городенська, деякі фахівці “нехтують потребу розмежовувати **[г]** і **[ґ]** у запозиченнях відповідно до вживання їх у мові-джерелі, незважаючи на те, що українська мова, подібно до германських, романських та інших мов, має окремі фонеми [**г**] і [**ґ**]” [47, с. 6]. Як наслідок на україномовному ґрунті в багатьох англіцизмах туристичної сфери, до складу яких входить [**g**], відбувається її субституція питомою фонемою [**г**], а не [**ґ**], наприклад: globe-trotter – *глобтроттер* (замість *ґлобтротер*), *dinghy – дингі* (замість *дингі*), glamping – *глемпінг* (замість *ґлемпінг*) та ін.

4. Під впливом російськомовної практики трапляються відхилення від норми під час передавання звука **[h]**. Його освоєння на фонетичному рівні української мови супроводжується почерговою заміною питомими [**г**] і **[x]**. Спостерігаємо перехід **[h]** → **[x]**: *holiday – холідей; hostel – хостел; housekeeping – хаузкіпінг* та **[h]** → **[г]**: *hotel – готель, hotelier – готельєр* та ін. Нормативним уважаємо вживання термінів: *голідей*, *гостел*, *гаузкіпінг.*

5. Англійську літеру [**w**] в українській мові почасти передаємо фонемою **[у]** (*weekend – уікенд/уїкенд* – короткотривалий відпочинок, *wake-up service – уейк-ап сервіс* – послуга побудки в готелі), а не через **[в]**, що органічно для української мови, бо початковий приголосний прикриває склад й усуває зіяння [47, с. 6]. Тому доречно вживати *вікенд, вейк-ап сервіс.*

6. Нерозв'язаною залишається проблема словотвірної адаптації запозичених складних іменників, що вказують на високий рівень професійності, інтенсивний чи крайній вияв ознаки: *бренд-менеджер*, *топ-менеджер*, *віп-тур*, *віп-зала*, *віп-клієнт* тощо. Такі варіанти написання слів порушують чинні правила правопису складних слів разом і через дефіс. Аналізовані лексеми потрібно писати разом: *брендменеджер*, *топменеджер*, *віптур*, *вінзала*, *віпклієнт.*

7. Активні дієприкметники, утворені від дієслівних основ за допомогою суфіксів **-уч-** (**-юч-**), **-ач-** (**-яч-**), становлять особливу проблему морфології сучасної української мови. Їх характеризують як суто книжні витвори, стимульовані старою традицією [209, с. 30]. Вони мають обмежене коло вживання в українській мові, проте у фаховому мовленні менеджерів із туризму трапляються такі терміни: *реєструюча процедура*, *випереджаюче управління*, *приймаюча сторона*, *мандруючі гості*, *захоплююча подорож* тощо. Таке потрактування свідчить про недостатній рівень унормування лексики туризму. Для вираження призначення чого-небудь виконувати певну активну дію, спрямовану на інший об'єкт, використовують віддієслівні прикметники із суфіксом **-льн-**, який приєднується до основ дієслів недоконаного виду; здатність чого-небудь виконувати активну дію, спрямовану на щось, передають прикметники із суфіксом **-івн-**, що приєднується до усічених дієслівних основ недоконаного виду [46, с. 12−13]. Відповідно нормативними лексемами пропонуємо усталити *реєструвальна процедура, випереджувальне управління*, *приймальна сторона, мандрівні гості, захоплива подорож.* Ненормативні формулювання можна замінити за допомогою іменників: *супроводжувач групи* (замість *супроводжуючий групи), відпочивальники* (замість *відпочиваючі*),

мандрівники-початківці (замість *починаючі мандрівники*), *туроператор-лідер* (замість *лідируючий туроператор*) тощо.

Отже, питання важливості і доречності функціонування іншомовної лексики (переважно англійської, яка має інтернаціональний характер) у професійній сфері українського туризму сумнівів не викликає – в умовах постійної міжнародної співпраці нашої країни з іноземними партнерами такі запозичення є необхідними. Процес взаємодії мов потрібно розглядати не як протистояння систем і впровадження їх одна в іншу, а як прагматично зумовлене явище, що базується на специфіці предметної галузі та постійних міжнародних комунікативних контактах фахівців туристичної сфери, туристів. Іншомовна лексика є зручним та незамінним засобом лаконічного й точного передавання інформації між фахівцями індустрії туризму чи для туристів, які володіють англійською мовою і багато подорожують, але, з іншого боку, поряд із престижністю така лексика може виявитися й непереборним бар'єром для розуміння непідготовленими вітчизняними туристами-новачками. Тому використання іншомовних вкраплень вимагає ретельного аналізу, глибокого критичного осмислення кожної лексеми та її функціонального призначення, що слугуватиме орієнтиром коректного використання такої лексики у щоденній практиці фахового спілкування.

3.3. Функціональний потенціал лексичних засобів у туристичній комунікації

Зміна акцентів лінгвістичних досліджень у сучасній науковій парадигмі в бік антропоцентризму спрямовує дослідників на розкриття креативних механізмів вербалізації фахових знань. Виражальні лексичні засоби посідають особливе місце у професійній комунікації і мають здатність своєрідно репрезентувати елементи професійного знання. Звернення до функціональних можливостей тропів і стилістичних фігур мотивовано, насамперед, їх широким застосуванням для реалізації прагматичної мети фахівця.

Професійна мовленнєва комунікація в туризмі має комерційне спрямування, рекламний характер та націлена на інформування й просування туристичних послуг за допомогою різних комунікативних стратегій.

Комунікативна культура персоналу в туризмі – сукупність знань і навичок у сфері обслуговування, що дає змогу встановлювати як психологічний, так і вербальний контакт із клієнтами, домогтися точного сприйняття і розуміння всього спектру інформаційних повідомлень. Гармонійно вибудована вербальна взаємодія повинна привертати увагу, інформувати, пробуджувати інтерес так, щоб у потенційного споживача послуги виникло бажання до здійснення певних дій, до яких закликає адресант. Усне безпосереднє спілкування з опертям на специфічні лінгвістичні засоби – це один із найефективніших способів надання повної інформації туристові в найзручнішій формі. Комунікація в туризмі повинна мати сильний психологічний вплив на реципієнтів інформації, бути доступною, схиляти до позитивних асоціацій у свідомості споживачів. Які емоції будуть викликані у адресата – залежить від того, якої якості словесний матеріал підібраний.

Мовні інтенції менеджерів часто містять цілий комплекс різноманітних обіцянок туристу – гарантії, запевнення тощо. Це демонструє наміри фахівця підштовхнути потенційного клієнта до придбання туристичного продукту. Такі висловлювання апелюють до почуттів адресата та мають яскраво виражений імперативний характер: *Якщо ви думаєте, що на морському узбережжі аквапарк зайвий, Ви просто ще не були в аквапарку* “*Атлантіс*” *в Мармарисі. Запевняємо, Ви проведете тут не одну незабутню годину! Скоріш обирайте своє місце під сонцем! Вичавлюйте максимум з літа! Тільки для Вас найкраща пропозиція зі знижкою! Не вагайтеся!Подаруйте відпочинок своїм дітям! Подорожуйте – це маса вражень і неповторних відчуттів!* (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм).

У кожній фразі простежується прагматична мета адресанта, вибудовується індивідуальна модель спілкування, базована на уподобаннях та бажаннях потенційного туриста, його знаннях та можливостях.

Фахівці туристичних підприємств, забезпечуючи комунікативний комфорт, повинні впливати не тільки на почуття потенційних туристів, а й на їхню уяву. Із цією метою менеджери оперують цілим арсеналом виражальних лексичних засобів – тропів і стилістичних фігур. Загальновідомо, що застосування їх завжди сприяло колоритному відтворенню в мові різноаспектних явищ. Прозора асоціативність тропів, їхня виразність та емоційність привертає увагу туристської аудиторії до певного об'єкта, події, думки, передає та підсилює важливу естетичну і прагматичну інформацію.

Експресивність мовлення працівників туристичної індустрії є однією з базових властивостей, що вирізняє її з-поміж інших. Під експресивністю розуміємо інтенсифіковану виразність, таку соціально і психологічно мотивовану властивість мовного знака (мовленнєвого елемента), яка деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення, викликає почуттєву напругу слухача, тобто резонанс, який виникає внаслідок накладання один на одного оцінної модальності, емотивності, а також стилістичного забарвлення [142, с. 268–274].

У професійній мовленнєвій комунікації туризму спостерігаємо використання тропів як важеля впливу на адресата для створення в його уяві потрібних яскравих образів, що володіють високим ступенем сугестивності. Л. Л. Ільницька наголошує, що вербальний сугестивний вплив – це використання мови з метою: встановлення і підтримки психологічного контакту; приєднання до реальності суб'єкта; утилізації свідомості та отримання доступу до несвідомого [67, с. 128].

За визначенням І. В. Качуровського, троп є не лише словом у переносному значенні, а "це і є той випадок, коли слово має розкриватися у контексті, бо ж автор – на свій ризик – уживає його в новому, одноразовому, індивідуальному значенні" [73, с. 125].

Порівняння є найпростішим прикладом тропа. Л. В. Кравець зазначала, що порівняння стоїть найближче до метафори, а його призначенням, як і епітета, є збагачення змісту певного слова чи вислову [85]. Фахівці туристичної сфери

послуговуються досить строкатим складом лексики, яка через “романтичну професію” перенасичена численними *порівняннями* – зіставлення двох чи більше явищ, предметів та понять за їхньою спільною ознакою з наголосом на провідній прикметі, притаманній порівнюваним об’єктам (СТСФ, с. 136). Досліджуючи особливості семантичної деривації, С. О. Снєгов зауважує: “…у мові мислять картинами, ознаками, рисами, а не абстракціями – вона апелює до почуття, і лише через нього – до розуму…” [170, с. 195]. Найчастіше в мовленні менеджерів спостерігаємо порівняльні конструкції зі сполучниками як, *наче/неначе*, *немов*, *ніби*: *Усе у Відні як легенда, як витвір мистецтва, відблиски будівель наповнять кожного аристократизмом і вишуканістю*; *наче едельвейс, у горах Монтсеррат, пишається своєю величчю одна із найзнаменитіших святинь іспанської культури – монастир Санта-Марія де Монсаррат*; *Болгарія, немов безкрає поле, засіяне барвистими квітковими й зеленими парками!*(Із рекламних проспектів).

Лексика туризму характеризується експресивністю та спирається на образне мислення реципієнта, що може базуватися на зовнішній схожості предметів. Найефективнішим виявляється порівняння з опертям на об’єкти, які можуть перебувати у полі зору, наприклад, каталоги туристичних фірм: *Величезні кокосові пальми Шрі-Ланки в променях вранішнього сонця і безкрайній синій океан, створюють враження, ніби перебуваєш всередині блискучого проспекту фірми.* Таким чином, головним компонентом моделі образної номінації є вибір сфери предметного ототожнення, зумовлений соціальним досвідом номінатора.

У фаховій комунікації використовують і порівняльні конструкції на основі протиставлення: *Не місто, а казка! Неможливо не побувати в одному із найвідоміших міст у світі – романтичній Венеції! Прекрасний Замок Шенонсо – не замок, а неперевершена декорація до фільму!* (Із рекламних проспектів).

Варто відзначити частоту імплікативних висловлювань фахівців індустрії туризму, що перебувають у відношенні підстави і наслідку, та пов’язані за допомогою сполучників “*якщо... то*”: *Якщо у вас одне єдине бажання – розслабитися і щоб ніхто не заважав отримувати золотисту засмагу, то Вам в Кемер*; *Якщо Вас вабить прозора водичка, незаймана природа, незабутній*

колорит, непідкупна гостинність та недороге харчування, то Вам в Албанію; *Якщо Ви шукаєте найбільшу клубну тусовку на узбережжі, то Вам сюди* (*про курорт Мармарис*); *Якщо гроші не головне і Ви звикли відпочивати з шиком, то єдине місце, яке варте Вашої уваги – це Белек* (Із рекламних проспектів).

У таких висловлюваннях одна ситуація зумовлює іншу, причому вони дещо дотичні одна до одної. За допомогою такої конструкції менеджер може вказати на взаємозалежність обставин чи подій, та на необхідність виконати конкретні дії для отримання обумовленого результату.

Іноді у мовленні фахівців туристичної сфери, під час перераховування усього асортименту послуг, які цікавлять туриста, спостерігаємо *полісиндетон*, або багатосполучниковість, – використання повторюваних однакових сполучників, які, сповільнюючи темп мовлення, акцентують на окремих словах, компонентах, увиразнюють їх (СТСФ, с. 136), як от: *На українському азовському узбережжі все як колись: і море, і сонце, і небо, і дешево, і пострілів нема…*; *Верона прекрасна завжди! І коли прокидається із першим промінням сонця, і в буденній метушні ... і особливо ввечері, коли запалюються перші нічні вогні...* (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм).

“Залучення метафори для розуміння досвіду, – на думку Дж. Лакоффа, – є одним із найвеличніших тріумфів людського мислення... Будь-який адекватний підхід до раціональності потребує використання уяви, а уява невіддільна від метафоричного розмірковування” [96, с. 182]. Ще Ш. Баллі зауважував, що “*метафора* – це не що інше, як порівняння, в якому розум під впливом тенденції зближувати абстрактне поняття і конкретний предмет поєднує їх в одному слові” [215, с. 187]. Метафора в професійному туристичному лексиконі найчастіше стає засобом емоційного впливу на реципієнта та залучає його в ірреальний простір, де можна *побачити намисто островів Індійського океану*, *зануритися в коловорот морських вражень, позасмагати на залитому сонцем пляжі, відвідати рай на землі* (*про острів Маврикій*), *насолодитися десертом* (*про Іспанію) запропонованої подорожі*; *споглядати захопливу зимову казку* (*про Різдво в*

Карпатах); *обсервувати півнеба захід*, *отримати море задоволень* тощо. Діапазон метафори у галузі туризму безмежний.

Якщо метафору розуміють як перенесення найменування за подібністю, то *метонімію* розглядають як пренесення, яке базується на суміжності предметів, явищ. За О. О. Селівановою, метонімія є найпродуктивнішим креативним засобом збагачення мови, виявом мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у перенесенні позначень одного компонента події на інший, імен: класу об'єктів на об'єкт цього класу, позначення частини на ціле й цілого на частин за суміжністю в межах однієї ситуації [160, с. 346].

У туристичній сфері метонімія сприяє акумуляції мовних засобів задля чіткішої і лаконічнішої структури подання інформації, як от: *Черкащина відкриває можливості для унікального*, *цікавого та пізнавального відпочинку*; *Україна увійшла до ТОП-10 країн за кількістю туристів у Туреччині*; *Бурж-Аль-Араб* (*розкішний готель у Дубаї*) *подарує феєрверк емоцій і вражень*; *Посольство проігнорувало запит*; *курорт живе своїм шаленим життям* тощо (Із рекламних проспектів).

Функція ж *епітетів* полягає у наданні позитивної оцінки туристичному об'єкту, підкресленні його значущості та низки інших властивостей. Епітети призначені змушувати "побачити", наприклад, морський курорт, відчути його запах, підкреслити унікальність, заповнити недолік відсутності візуальної складової під час діалогу. Підтримуємо думку Е. П. Слободянюка, що епітет "дає змогу моментально намалювати яскравий, виразний образ" [169, с.77]. Наприклад, *легкі хвилі, блакитно-прозоре море*, *смарагдові води океану*, *бездоганний сервіс*, *комфортний відпочинок*, *просторий номер*, *яскраві враження*, *первозданна природа*, *золоті пляжі*, *приголомшлива атмосфера*, *живописний півострів*, *шикарна екскурсійна програма*, *довершена готельна інфраструктура*, *багатюща історична спадщина*, *компактна країна*, *бурхливі водоспади*, *гостинні затишні міста*, *кольорові будинки*, *запальні пляжні вечірки*, *старовинні собори*, *вишукані страви*, *фешенебельні автомобілі*, *екзотичний край*, *найкращі коралові рифи* та ін. Епітети в туризмі часто поєднуються зі звертаннями ("*дорогі туристи*",

“*найвеселіша групо*”, “*шановні партнери*”), гіперболами (“*найкращі тури тут*”, “*туроператор* “*Від краю до краю*” *виконає усі найпотаємніші забаганки туриста*”).

Ефективність спілкування визначається наявністю спільних точок перетину у світогляді комунікантів. Тому менеджер повинен визначити їх, а за відсутності – фахівці все частіше вдаються до перенесень і зіставлень, тобто шукають аналогії для комфортного діалогу.

У маніпулятивних контекстах часто використовують гіперболу, яка безпосередньо апелює до уяви адресата, прямо і незавуальовано виражає емоції [23, с. 118].

Гіпербола – як стилістичний прийом, спрямований на навмисне перебільшення або інтенсифікацію ознаки предмета, явища чи дії, що базується на контрастному протиставленні реальної та нереальної кількісної або якісної характеристики, є контекстуально-зумовленим і може бути зрозумілим тільки, якщо автор та реципієнт поділяють спільні фонові або контекстуальні знання [217, с. 10].

У туризмі за допомогою гіперболи менеджер переконує потенційного туриста у тому, що він купує усе найкраще. Застосування гіпербол пожвавлює опис туристичних об’єктів та одночасно сприяє формуванню ставлення до виголошеної інформації. Наприклад, рейтинг *найулюбленіших* країн серед туристів очолила Іспанія; за пляжним відпочинком варто їхати в *прекрасний* Занзібар, *найкращі* ресторани розташовані в Кейптауні та Сан-Франциско; пропонуємо факультативно відвідати *найромантичніше* місто кохання – Верону та не оминути *найкрасивішу* вулицю світу – Гранд-Канал у Венеції… ; країною *надзвичайних* природних красот є Швейцарія; Іспанське село – це *неперевершений* архітектурний музей просто неба; *суперсучасний* готель Burj Al Arab у Дубаї справить *мегавраження* на Вас; *супер-пупер* дитячі аніматори чекатимуть на Вас у Blue Bay Resort & Spa 4 * – о. Крит-Іракліон (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм).

Опозиційним гіперболі традиційно вважають *мейозис*, що полягає “в означувальному применшенні означуваного у схожих із гіперболою функціях та виявах” [183, с. 262]. Ю. М. Скрєбнєв зазначав, що мейозис є логічною та психологічною протилежністю гіперболі, його сутність полягає у применшенні справжніх властивостей об’єкта, що підвищує експресивність висловлювання [167, с. 63]. Зазвичай применшується час, вартість послуги, відстань: “*Зайдіть на хвилинку* до туристичної фірми для обговорення деталей вильоту!”, “*Майже безкоштовний* тур містом пропонують екскурсоводи…”, “До Туреччини з Батумі – *рукою подати* – це те, що Вам підходить!” тощо (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм).

Одним із найяскравіших засобів створення привабливого образу туристичних послуг є *стійкі вирази.* Подібні слова і вирази сприймають як щось несподіване, що контрастує з рештою тексту. Вони сприяють підсиленню мовного впливу: відпочиньте із *королівським розмахом,* настав час *побачити світ*, у Вас буде чудова нагода відвідати *єдиний у своєму роді* Музей портвейну, із цим туроператором *усе буде в шоколаді* та ін.

Оскільки спілкування із клієнтами, як правило, проводиться в усній формі та є реальним важелем впливу, то воно насичене і *просторічними слівцями*, які скрізь звучать, швидко сприймаються та використовувані у певних виробничих ситуаціях для налагодження тіснішого контакту із клієнтом: *Аланія – це комфортні умови відпочинку для Вас і легкий доступ практично до всіх популярних екскурсій, якщо раптом набридне гріти спинку на пляжі*; *Курорт Сіде підійде, якщо Ви по натурі своїй “живчик” і плануєте обнишпорити всі історичні пам’ятки регіону…*; *Якщо Ви не знаєте, де відірватися з друзями цього літа, то ми Вам радимо Золоті піски – це болгарський епіцентр молодіжної тусовки*; *Єгипет “горить” – прекрасна ціна і все без тяганини і нервотрьопки* (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм). У такий спосіб відбувається зрівняння позицій адресата і адресанта та спрощується інтерпретація повідомлення за рахунок зрозумілих асоціацій.

Отже, виражальні лексичні засоби у професійній туристичній комунікації мають значний мовленнєвий вплив на адресата через свою неординарність, експресивність. Саме такі вербальні інструменти дають поштовх до прояву автором своєї творчої індивідуальності, сприяють забезпеченню високої інтенсивності впливу на споживача туристичного продукту через створення певного емоційного ефекту та надають можливості для маніпулювання свідомістю аудиторії. Усі ці фактори у своїй сукупності впливають у підсумку на споживчий вибір потенційного туриста.

3.4. Нові тенденції у використанні кольороназв у фаховій мові туризму

Для ефективної комунікації людство використовує найрізноманітніші знакові системи, які, поруч із мовною, кодують та передають інформацію. Позначення кольору також може бути передане різними семіотичними кодами, зокрема вербально (колірні лексеми) і невербально (колірні образи). Мова як знакова система, що має багаторівневу структуру, здатна до нескінченного розвитку і модифікацій, здебільшого є домінувальною під час реалізації комунікативної функції.

Сприймання кольору, а також пов’язані з ним асоціації ґрунтуються на віковічних традиціях певного етносу. Колір є психологічним, емоційним, культурним феноменом, його використання допомагає передавати емоційний стан людини, її позитивні чи негативні риси характеру, різні соціальні та культурні явища. Цей факт, зазначає Д. М. Полякова, зумовлений використанням колірних найменувань (кольорономенів) як універсальних знаків, що викликають певний набір асоціацій. Імовірно, саме через те кольорономени так часто входять до складу професійно маркованих одиниць: термінів, професіоналізмів, професійних жаргонізмів, номенів або ідіоматичних виразів [147, с. 158].

Розглянути “колірний термін” (“colour term”) як своєрідну лінгвістичну універсалію вперше спробували Б. Берлін і П. Кей у монографії “Основні колірні терміни: їх універсальність та еволюція” (“Basic colour terms: their universality and

evolution”) [216]. Ця праця стала зразком системного опису лексичної групи слів, єдиної для низки мов. Учені вивчали етимологію кольору, обґрунтували розподіл колірної лексики на основні та похідні терміни, а також описали закономірності розвитку візуально-мисленнєвого сприйняття кольорономенів свідомістю людини.

Найдоречнішим та аргументованим, на думку В. В. Горлачової, є термін кольоропозначення, під яким дослідниця розуміє лексему на позначення кольору, не обмежуючи її рамками одного лексико-граматичного класу, ба більше, враховує складні та складені лексичні утворення із семами кольору [45, с. 5]. Д. М. Борисова ж зазначає: “кольоропозначення – це процес позначення кольору в мові, тобто різні способи номінації колірних відтінків” [19, с. 34]. При цьому застосування названого поняття розуміє не як результат – конкретне слово або словосполучення, – а як процес.

Кольороназви визначають як лексеми, денотативним значенням яких є ознака кольору [81, с. 5]. Поділяючи думку Д. М. Борисової [19] та К. А. Осинцевої-Раєвської щодо вибору терміна для назви кольоропозначень у мові [124] уважаємо, що термін *кольорономен* є найвдалішим (на відміну, наприклад, від терміна оказіоналізм-хроматонім чи *хроматонім* (від грец. *chroma* “колір” + гр. *onima* “ім’я”), оскільки він може бути застосований для позначень назв будь-яких колірних відтінків (зокрема й ахроматичних (“безбарвних”) – білого, чорного і сірого).

Колір рідко сприймається ізольовано, людина, зазвичай, асоціює його з чимось, що частково надає інформацію про предмет. Мовна система сприйняття кольору відрізняється від наукової “в силу своєї антропоцентричності: на те, як ми описуємо колір об’єктів, впливають як фізичні і психологічні закони сприйняття, так і знання про світ, про функціональне використання об’єктів, які споглядаємо” [14, с.111].

Загалом колірне значення є складною багаторівневою системою, яка включає такі характеристики: 1) фізіологічна реакція на колір; 2) конотативне значення кольору; 3) символіка кольору; 4) емоційне значення кольору;

5) зовнішньо-асоціативне значення кольору. Ці рівні взаємопов'язані, але мають специфічну природу, організацію, ступінь сприйняття і семантичну константність [214, с. 14–15]. Взаємодія всіх рівнів забезпечує можливість ефективного мовного впливу.

Сприймаючи колір, кожен носій мови спирається не лише на сам факт існування такої реалії, але й на експресивне відчуття від сприйняття того чи того кольору, відзначаючи, часто на рівні підсвідомості, асоціативні ознаки, зв'язки, супутні слову в мові.

Спробуємо простежити роль кольорономенів у туристичній лексиці. Невимушена легка атмосфера та гостинність – це те, чого чекають туристи від організаторів відпочинку. За таких умов спілкування у межах спеціального середовища потребує відповідного доцільного використання і професійна мова. Специфічні комунікативні завдання зумовлюють уживання щоразу нових форм спеціальної лексики. Колірна візуальність значною мірою полегшує уявлення та чудово впливає на просування туристичного продукту. "Фарбуючи", наприклад, тип туризму в певний колір, туроператори апелюють до сформованих у суспільній свідомості стереотипів, крізь призму яких потенційні туристи зможуть сприймати необхідну інформацію. Як наслідок, маємо в активному вжитку лексико-семантичні варіанти колірних термінів зі вторинним значенням, наприклад:

– *сільський зелений туризм* (екотуризм) (зелений колір асоціюється з рослинним світом, із проведенням вільного часу на лоні природи, у сільському середовищі; він розслаблює та заспокоює: "*Зелений туризм – це прекрасна можливість відпочити вихідними, втекти від міської суєти, насолодитися тишею, спокоєм і повністю возз'єднатися з природою*" (ТБ, 15.05.2013). Зелений туризм виник як альтернатива класичному курортному відпочинку, оскільки у світі спостерігається перехід від так званої SSS-моделі відпочику (Sea – Sun – Sand: Море – Сонце – Пісок) до моделі LLL (Lore – Landscape – Leisure: Знання – Ландшафт – Дозвілля). Аналізоване поняття почасти ототожнюють з *агротуризмом*, але це не зовсім правильно. *Сільський зелений туризм* – відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у

сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму (45). *Агротуризм* – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання (ЕСДТ, с. 19). *Агрооселя* чи *агросадиба* – житлове приміщення, яке знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат, пристосованих для проживання туристів і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільсько-господарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села [128, с. 104–110].

– *червоний туризм* (червоний колір часто пов'язаний із комуністичною символікою; цей тип туризму широко поширений у Китаї, має стосунок до комуністичної партії чи соціалістичного ладу: "*Якщо раніше під* "*червоним туризмом*" *розуміли тільки відвідування будинків-музеїв відомих революціонерів старого покоління і старовинних будівель, то сьогодні зміст і форми цього виду туризму зазнають змін*" (ТБ, 27.03.2014);

– *білий туризм* (білий традиційно є символом чистоти, важливий для підкреслення простоти й природності навколишнього світу, асоціюється із легкістю і спокійним станом душі та, врешті-решт, із зимою: "*Дешево – і незабутньо. На Волині впроваджують альтернативу зеленому туризму. Його охрестили –* "*білим*", *саме під холодну пору року. Це коли під ногами рипить сніг і мороз за 10 градусів. Головна родзинка цієї моделі відпочинку - спартанська скромність: ніяких автівок, мінімум комфорту і проста селянська їжа без марципанів*" (УМ, 18.10.2014);

– *чорний туризм (*чорний, зазвичай, має негативний семантичний відтінок: "*Чорний туризм*" *передбачає відвідування кладовищ і поховань, поїздки в місця катастроф* (*екологічних або техногенних*), *стихійних лих і масової загибелі людей. Він має давні історичні корені"* (ТБ, 27.03.2014). Ще одна назва подорожей до місць трагедій – "dark tourism", або "темний туризм". Вираз поширився з 1996 року, після того, як його було вперше вжито в "International Journal of Heritage Studies". Термін став доступним широкому загалу після

публікації 2000 року книжки “Темний туризм” (“Dark Tourism”), авторами якої є професори Шотландського університету Глазго Малкольм Фоулі і Джон Леннон.

Система образів, асоціацій, здатних доносити спеціальні знання “доступною мовою”, доповнюючи план мовного змісту, сприяє, насамперед, полегшенню сприйняття інформації і в такий спосіб створює певний вербальний комфорт.

Кольорономени відіграють особливу роль у комунікації і їх активно вживають на позначення різних об’єктів, процесів і явищ, пов’язаних із професійною діяльністю. Вільні атрибутивні номінації з кольорономенами відбивають особливості названих предметів, об’єктів чи явищ, спираючись на суб’єктивне (авторське) бачення навколишнього світу та привертають увагу туристів до нестандартного подання змісту інформаційного повідомлення (напр., *частини світу:* “*жовтий*” *континент* (*Азія*), “*чорний*” *континент* (*Африка*), “*зелений*” *континент* (*Австралія*), “*смарагдовий*” *острів* (*Ірландія*), “*чорний список*” *туристів*, “*сірі списки*” *туристичних компаній).* У сталих словосполученнях із кольоронімами (зокрема *назви річок: Блакитний Ніл, Білий Ніл, Чорна Тиса, Біла Тиса)* назва кольору здебільшого втратила репрезентативне значення, тобто вже не має впливу на семантику означеного об’єкта, напр., *туристам пропонують незабутній відпочинок на Чорному, Білому, Червоному і навіть на Жовтому морях…* Зрозуміло, що прямого зв’язку з кольором у таких сполуках немає.

Комунікативно-прагматичний аспект використання кольоронімів у складі номенклатури полягає саме в актуалізації прямих колірних значень під час опису об’єктів чи їхніх значущих частин, а також природних процесів і явищ. У туризмі це яскраво ілюструють назви відомих і найпривабливіших для туристів місць, напр.: *Блакитна мечеть* (найбільша за розміром і одна з найкрасивіших мечетей Стамбула: назва походить від оздоблення інтер’єру – понад 200 000 блакитних плиток прикрашають її всередині); *Квартал червоних ліхтарів* “Де Валлен” в Амстердамі (один із найцікавіших для туристів районів нідерландської столиці, де процвітає секс-індустрія: назва походить від червоних ліхтарів, які стоять у

вікнах будинків розпусти); *Велика блакитна діра* (популярне місце, що входить до десятка найкращих місць для дайвінгу у світі, одне з геологічних див поблизу півострова Юкатан; належить до найбільших серед аналогічних карстових утворень і тому внесене ЮНЕСКО до списку всесвітньої спадщини); *Рожеве озеро або Хільєр* (*Hillier*) (дивовижне озеро рожевого кольору, справжня загадка австралійської природи, яка щороку приваблює до себе дедалі більше туристів) та ін. Як бачимо, назви кольорів мають основне семантичне навантаження і виступають складником цілісного поняття.

У спеціальній лексиці туризму чітко простежуємо опозицію, яку можуть утворювати не лише контрастні кольоропозначення чорний/білий ("*білий список*" туристичних компаній, які заслуговують на довіру, та "*чорний список*" туристичних фірм, з якими не варто пов'язувати надії на вдалу відпустку), а й інші кольорономени, що у звичайному мовному середовищі цього значення не мають, наприклад, *зелений / червоний коридор.* Проходження митного контролю "*зеленим коридором*" звільняє громадян від заповнення митної декларації, а проходження "*червоним коридором*" передбачає заповнення громадянами митної декларації, а в разі наявності товарів, що перевищують встановлені норми, – і сплату податків. Для підсилення або підтвердження вербальної інформації такі митні коридори мають додаткові позначення відповідного кольору та написи кількома мовами (*green channel/red channel)*; ці візуальні символи, тим паче з елементами кольору, допомагають швидше зорієнтуватися потокам туристів. Отже, можемо констатувати, що "текст обростає новими можливостями, і якщо раніше він був лише фіксацією на папері слова, яке звучить, то зараз це і слово, яке звучить, і зорове зображення, і, звичайно, графіка" [63, с. 3].

Формування і розвиток термінологічних одиниць із кольорономенами відбувається під впливом екстралінгвістичних чинників у кожній мові по-різному. Проте помітним є збіг у їхньому використанні у складі спеціальних назв у споріднених мовах, що пояснюється спільністю історичного досвіду, економічної, наукової та культурної діяльності, під час яких відбувається постійне запозичання термінологічних одиниць, засвоєння нових понять, термінів на рівні калькування

та необхідністю збереження універсальних термінів і номенів для підтримки можливості успішної міжкультурної комунікації фахівців різних країн. Яскравим прикладом цих процесів у туристичній термінології є лексеми з колірним компонентом на позначення гірськолижних трас для туристів. *Green run / зелена траса* – найлегша траса, призначена для новачків, відрізняється пологістю. *Blue run / синя траса* – наступна за рівнем складності траса (також підходить для новачків), полога, але складніша порівняно з зеленою. *Red run / червона траса* – складна траса, на якій пологих ділянок практично немає, зрідка трапляються круті, але недовгі спуски. *Black run / чорна траса* – найскладніша, призначена лише для професійних лижників або лижників із великим досвідом.

Цікавою є і колірна палітра *таймшеру* (англ. timeshare "розподіл часу") – різновид туризму, що передбачає придбання готельного номера, вілли, котеджу у власність на певний час. Таймшер поділяють на кілька категорій залежно від пори року: наприклад, якщо ви купуєте тиждень в розпал сезону, у вас "*red week*" / "*червоний*", у міжсезоння – "*white week*" / "*білий*" і в мертвий сезон (найменш популярна пора року для відпочинку) "*blue week*" / "*синій*" *таймшер* [141, с. 177]. Такі сполуки перекладають українською мовою дослівно, зберігаючи структуру і компонент кольоропозначення.

Туризм як інтернаціональна галузь потребує постійної міжмовної та міжкультурної взаємодії. Правильне використання кольорономенів є цінним засобом спілкування, дозволяє фахівцям розуміти одне одного й успішно співпрацювати.

Зазначимо, що деякі кольорономени туризму є багатозначними. Через транслітерацію було запозичене та активно побутує у лексиконі працівників туристичної сфери термін *зелена карта* (*грин-кард / Green card*) на позначення посвідчення іммігранта, який має дозвіл на постійне місце проживання та працевлаштування в США. Назва походить від кольору такого документа (зеленого), що видавала Служба імміграції і натуралізації США в 60-ті роки XX ст. Згодом колір посвідчення змінився на блакитний, далі на рожевий та на білий із широкою зеленою смугою на звороті. Аналізований кольорономен із часом

втратив первісне “позначення кольору”, але повністю зберіг свій поняттєвий зміст. В Україні терміносполучення *зелена карта* використовують також для позначення іншого поняття – поліс обов’язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів, прийнятий в усіх країнах Європи і декількох країн інших континентів, що забезпечує відшкодування збитків потерпілому в ДТП із вини іноземного транспортного засобу. Свою назву він дістав за кольором і формою страхового полісу.

Загальновідомо, що професійна лексика є частиною загальнонародної мови, і хоч сфера її використання соціально обмежена, прийнятно, що професіоналізми мають властивість розширювати межі свого вживання так, що можуть перетворитися на загальновживані слова. Є низка лексем, якими часто послуговуються громадяни в побуті, але почасти такі вислови застосовують і фахівці туристичної сфери у професійному мовленні, хоч вони не несуть кольорової ознаки у сполуках*: білий світ (*універсальне всеосяжне поняття, яке об’єднує природне і людське буття), *чорний ринок* (ринок нелегальних товарів), *зелений* (недосвідчений працівник чи турист-новачок), *блакитна кров* (про аристократичне походження, наприклад, клієнта) тощо. Крім того спостерігається функціонування ідентичних колірних термінів у різних сферах професійної діяльності, напр., кольорономени на позначення соціальних статусів: “*білі комірці*” – чиновницька каста, яка працює розумово, “*коричневі комірці*” – працівники сфери обслуговування, зокрема й туризм, “*сині комірці*” – робітники сфери фізичної праці, “*сірі комірці*” – працівники галузі соціальної інфраструктури, “*рожеві комірці*” – жінки, які працюють в офісі секретарями, друкарками тощо. Колір форменого одягу цих людей у буквальному сенсі і став основою для назви.

Останні десятиліття ознаменувалися бурхливим розвитком індустрії туризму, а разом із ним і реклами як одного з найефективніших способів просування турпродукту на ринку. Туризм і реклама в сучасному суспільстві тісно пов’язані: маємо велику кількість туристичних журналів, газет, поширеним є такий вид торгівлі, як продаж продукту з опертям на рекламні каталоги. За

допомогою функціонування в єдиному графічному просторі невербального і вербального компонента розв'язують головні прагматичні завдання туризму. Тексти, фактура яких складається із двох частин: вербальної та невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова) називаються креолізованими [174, с. 180]. Саме візуалізація робить зміст тексту, наприклад, туристичного каталогу більш наочним, зрозумілим, яскравим, що своєю чергою, не тільки якісно змінює підходи до туристичної пропозиції, але й формує впевненість та рішучість у потенційної туристичної аудиторії під час вибору туру. У туризмі дуже актуальним є вислів: "краще один раз побачити, куди відправляєшся, ніж сто разів почути про це". Зоровий, різнобарвний, емоційно насичений образ (картинка, фотографія), наприклад, готелів та пляжів Мальдівських чи Сейшельських островів схоплюється свідомістю відразу, цей процес не вимагає інтелектуальної напруги.

У туризмі принцип креолізованості є ключовим. Креолізація туристичних текстів виконує головну функцію: формування високої позитивної оцінки туристичного продукту. Фотографії, схеми, таблиці та ілюстрації доповнюють зміст тексту, демонструють усю красу і довершеність природних та антропогенних об'єктів, показують туристичний об'єкт у вигідному ракурсі за допомогою високоекономічного іконічного елемента, створюючи соціальну реальність. Поєднання ілюстрації з лінгвістичними засобами позбавляє слово нейтральності, внаслідок чого воно набуває прагматичного значення.

Ми переконані, часткова чи повна креолізація відіграє надзвичайно важливу роль у туристичній комунікації та сприяє спрощенню сприйняття дійсності і є поштовхом для виникнення нових форм передачі інформаційних потоків. "Мова візуалізації може стати інтернаціональною мовою спілкування, яка, по-перше, дозволяє оптимізувати суспільну взаємодію, по-друге, дає можливість подолати приховані стереотипи літературної мови і, по-третє, сприяє більш відкритому характеру людських взаємин" [32, с. 180].

Але поряд з яскравими різнобарвними картинками заморських курортів не зникає потреба не тільки візуально демонструвати колір, але й описувати його

вербально. Кольорономен при цьому не так передає значення кольору, як асоціюється з місцем відпочинку (напр., *готельний комплекс* "*Зелений мис*" *м. Ялти, готель-ресторан* "*Зелений гай*" *м. Луцька, приватна садиба* "*Синя гора*" *с. Поляниці Івано-Франківської обл.* тощо) чи нести певну інформацію про подорож (напр., *тур* "*Зелені Хутори Таврії*", *тур* "*Зелений Острів: Ірландія*", *тур* "*Зелена Іспанія: відкрий для себе Кантабрію!*", *тур* "*Квітково-фіолетова пригода у Провансі…*" тощо). Хоч варто зауважити, що у сфері туризму побутує чимало номенів із колірним компонентом, які, на нашу думку, не варто прив'язувати до місця перебування та спиратися на колірну семантику цих назв як на інформаційний елемент про об'єкт (напр., *турфірма* "*Зелений Слон*" (*м. Кривий Ріг*), *турфірма* "*Червона Валіза*" (*м. Івано-Франківськ*), *турфірма* "*Зелений папуга*" (*м. Київ*) та ін.). На туристичному ринку України побутують паралельно з питомими й інтернаціональні назви туристичних підприємств із колірним компонентом (напр., *турагентство Blue Sky м. Запоріжжя, турфірма Green Line м. Дніпра, турагентство Green Line Travel м. Києва* тощо). Такі номени не в усіх українських споживачів туристичного продукту зможуть викликати асоціативний зв'язок із кольором. Їхнє використання – це, насамперед, данина моді на іноземну лексику, по-друге, це прагнення підвищити ефективність реклами, надавши ваги і значущості фірмі, створивши ілюзію міжнародної площини.

За міжнародного спілкування часто виникають комунікативні бар'єри і зростає роль невербальних елементів (символів) як універсальних засобів комунікації, що сприяють своєрідному всезагальному взаєморозумінню. Л. Бенуас називає символ "елементом-містком", що дає змогу навести лад у мисленні [8, с. 5]. Колір – один із засобів осмислення світу, не варто недооцінювати його пізнавального значення. Уживання кольорів як символів сьогодні значно розширилося. І. М. Бабій переконана, що "кольори не повинні бути самоціллю, а повинні "приходити на допомогу слову" [5, с. 31].

У туристичній сфері їх застосовують для характеристики простору, що значно спрощує орієнтацію туристів на місцевості. Наприклад, в оформленні спортивних карт використовують шість фарб: *чорну* (на позначення доріг,

штучних споруд, скель і каменів); *коричневу* (позначає рельєф); *блакитну* (традиційно асоціюється з гідрографією); *білу* (що вказує на незарослий, добре прохідний ліс); *жовту* (означає поля і відкриті простори); *зелену* (символізує зарості, чагарники, буреломи, які утруднюють прохідність); *червону* (розшифровує спеціальні позначки дистанцій) [84].

Широке використання спортивних карт непопулярне через неможливість зобразити великі площі районів, однак їхнє застосування є корисним для туристів, оскільки кольори не тільки досить точно визначені, але й зрозумілі для всіх носіїв мови і в будь-яких контекстах. Зазначений колір може бути прочитаний як слово, розтлумачений як сигнал чи символ. А. Р. Усманова вважає, що "… зображення … є складнішим та більш багаторівневим феноменом, ніж знак лінгвістичний. Водночас не варто розглядати зображення і вербальний знак як антитетичні поняття: вони співіснують у семіотичному континуумі…" [133, с. 293]. Вербальні та невербальні одиниці, що формують комунікативну сферу туризму, орієнтовані на створення сприятливого, доступного та комфортного середовища для передачі та сприйняття інформації, при цьому вони демонструють структурну цілісність.

Організовані групи людей, які подорожують, зацікавлені у якнайшвидшому та вичерпному ознайомленні з туристичними атракціями. Виникає потреба в інформації про розміщення цікавих об'єктів для туристів та об'єктів сервісу, що зумовлює зростання актуальності інформаційних знаків (зазвичай, для них використовують коричневий фон і білі позначення). Уперше коричнево-білі знаки з'явилися у Франції в 70-ті роки XX ст., а у 80-ті вони набули поширення в Німеччині та інших країнах Європи. Саме через те в туристичній індустрії побутує думка, що *колір туризму – коричневий*. Це тло легко пізнаване як для жителів країни, так і для іноземців, оскільки стало міжнародним символом. Вибір коричневого фону не випадковий – з усіх кольорів він найменш яскравий і не забиває іншу, важливішу інформацію з організації руху. Решта користувачів доріг (не туристи) переважно ігнорують інформацію на коричневому тлі без шкоди для уважності.

Розуміння значення кольору допомагає налагодити міжкультурну комунікацію, зорієнтувати, спростити міжнародні контакти, швидше порозумітися. Виконуючи роль засобів адаптації до світу чи простору, символ залучає людей до певних способів сприйняття і пізнання світу. Засвоєння індивідом символів робить його свідомим суб'єктом власної активності та членом міжкультурної комунікації, яка набуває гостроти в епоху глобалізації [17, с. 13–22].

Ще одним цікавим кольорономеном у сфері туризму є зелений. В останні роки дедалі більшої популярності набирає зелений туризм. Система вибору закладу сільського (зеленого) туризму функціонує за пошуковим принципом. На офіційній web-сторінці сільського туризму певної країни користувач може ознайомитися зі значною кількістю пропозицій у цьому напрямку. Однак тематика проведення дозвілля за кордоном у сільській місцевості дещо відрізняється від популярної в Україні. У Європі прийнята спеціальна система кодованих символів-ключів, які можна побачити поряд із назвою садиби, за їхньою допомогою користувач може ознайомитися з основними послугами, рівнем цін, особливостями різновидів відпочинку: з*елене тло* позначень вказує на загальну інформацію, спеціальні теми, все те, що дозволено; *жовте тло* означає тип закладу з наданням послуг харчування "Bed&Breakfast" ("B&B") (проживання, харчування); *блакитне* – тип закладу із системою самообслуговування – self-catering [142]. Система кольорових умовних позначень, кодувань послуг зелених садиб дає можливість компактно і в повному обсязі презентувати той чи той заклад, з одного боку, а з іншого – швидше знайти та розібратися з пропозиціями туристичного ринку звичайному мандрівникові.

Сучасні комунікації зазнають серйозних змін. Старі "символічні набори" перестають виконувати комунікативні функції так ефективно, як раніше. П. Є. Родькин зазначає, що сьогодні "створення туристичних, територіальних, представницьких та державних знаків і стилів продиктовано якісними змінами комунікативних моделей" [97, с. 8]. Колір стає особливим знаком, який незалежно

від способу його подання (вербального чи візуального) орієнтований на адресата і є повноцінним елементом комунікативної системи.

Отже, візуальне зображення, колір багато в чому полегшує сприйняття і дозволяє на рівні чуттєвого феномена увійти в свідомість адресата, споживача туристичного продукту. Туристична терміносистема володіє “колірною” експресивністю, у ній кольорономен є концептуально і поняттєво значущим, а саме поняття є терміногенним [140, с. 110].

3.5. Прагматичні аспекти використання евфемізмів у туристичному менеджменті

Цікавитися туристичними мандрівками та подорожувати світом давно стало модно. Природний потяг до пошуку чогось нового, проста зміна оточення чи організоване проведення дозвілля десь в екзотичній країні все частіше приводять потенційних туристів до туристичних фірм, де внаслідок безпосередньої взаємодії та конструктивно вибудуваного діалогу зі спеціалістом відбувається просування та реалізація туристичного продукту.

Безумовно, величезну роль у веденні якісного ефективного діалогу відіграє невербальна (міміка, жести) та паравербальна комунікація (темп мовлення, гучність, артикуляція, паузи і т. д.), але все-таки в туризмі результат продажу турів значно залежить від мовленнєвої компетентності менеджерів туристичних фірм. Ключовою ознакою рівня комунікативної спроможності фахівця є майстерне володіння такими мовними засобами, що відображають у своїй семантиці не тільки мету і суб’єктивну спрямованість мовця, але й здатні схиляти співрозмовників – потенційних туристів до позитивної оцінки ними об’єктів та явищ в отриманих повідомленнях, а далі й до придбання туру [141, с. 128–132].

Якісна професійна комунікація є невід’ємним фактором туризму і домінантою туристичного бізнесу. Функціонально-прагматична модель спілкування передбачає вибір мовленнєвих засобів із наявного фонду для

вираження своєї думки чітко, красиво, вдало для досягнення найбільшого запланованого прагматичного результату [39, с. 191].

Функціонально-комунікативні й прагматичні аспекти значення висловлювання пов'язані із загальними принципами поліпшення інтерпретації, де важливою умовою успішності перебігу професійного акту спілкування є застосування принципу ввічливості з усіма різновидами його реалізації [38, с. 2].

У мові є значна кількість висловів, які не бажано застосовувати через певну грубість, безтактність, непристойність, вульгарність. Але бувають ситуації, коли уникнути їх неможливо, саме тоді на допомогу приходять евфемізми.

Сьогодні маємо багато дефініцій терміна евфемізм, що походить від грецького слова eufhemismos (eu – "добре" і phemi – "говорю"), тобто: "говорю добре", "говорю ввічливо". У лінгвістиці поняття евфемізм розуміють як благозвучне слово або вираз, ужиті для заміни непристойних, небажаних чи заборонених слів (ЛСД, с. 216–217). За визначенням Д. М. Шмельова, евфемізми – це "слова і вирази, які використовують у певних умовах для заміни тих позначень, що є небажаними, не цілком ввічливими, занадто різкими" [211, с. 199]. Традиційно евфемізм є наслідком лексичного табу, що у зв'язку з історичними обставинами та через усталений світогляд застосовують до назв певних предметів і явищ навколишнього світу, щоб передати їхнє значення більш завуальовано і згладити потенційно неприємні моменти [60, с. 50].

Саме із цією метою адресант часто уникає прямих висловлень, надаючи перевагу мовленнєвим актам з дещо завуальованим значенням: виражає свій комунікативний намір нечітко, залишаючи слухачеві право вибору, для "пом'якшення прохань, питань і зауважень або для того, щоб сказати адресату неприємне, уникнувши неприємних наслідків для себе" [4, с. 362].

Як зазначає Ю. О. Макеєвець, евфемізми мають неабияку здатність до маніпуляції реципієнтом. Адже, по-перше, вони приховують справжню сутність явища за рахунок створення нейтральної чи позитивної конотації; по-друге, щоб надати слову статус евфемізму, необхідно ідентифікувати прихований денотат, інакше евфемізм не буде розпізнано. Оскільки пересічний отримувач інформації

не помічає евфемістичних тактик мовця через оказіональний характер евфемізмів, то маніпулятивний вплив здійснити легко [112, с. 22–28].

“Невід’ємною умовою функціонування евфемізмів, підкреслює Ю. С. Полтавець, є їхнє розуміння, адекватне потрактування обома учасниками комунікації. Витлумачення одиниць вторинної номінації залежить від контексту спілкування і забезпечується здатністю людини асоціативно мислити. Щоб зрозуміти евфемістичний замінник, у мовця мають виникнути правильні асоціації, які дадуть йому змогу співвіднести субститут з денотатом” [145, с. 225–236].

Досліджуючи лексико-семантичні та функціональні особливості евфемізмів у сучасній англійській мові, О. І. Манютіна робить висновок, що евфемізм – це загалом меліоративна мовна одиниця, альтернативна небажаним висловлюванням, обрана для запобігання втрати або ушкодження соціального обличчя у процесі комунікації [114].

У туристичній професійній комунікації евфемізми визначаємо як одиниці вторинної номінації з відносно позитивною конотацією, що їх використовують як замінники прямих найменувань, уживання яких є небажаним через низку суспільних, соціальних чи психологічних причин. Однак сучасні евфемізми туристичної сфери необов’язково вживають для заміни грубого чи образливого вислову, завуальовування негативних аспектів чи для пом’якшення неприємних повідомлень, частіше це своєрідний вияв толерантності, варіант дотримання правил ввічливості, що створює належну атмосферу для досягнення бажаного перлокутивного ефекту, прийнятне тло для реалізації поставленої мети.

“Оскільки те, як ми називаємо речі, впливає на те, як ми їх сприймаємо” [220, с. 25], евфемізми в туризмі є оптимальними засобами для:

1) вираження вихованості, лояльності до партнерів та потенційних туристів: *пасажир з обмеженими можливостями* (замість *глухий, німий, каліка*); *туристи похилого віку* (замість *старі*); *туристи третього віку* (замість *туристи-пенсіонери*); *туристи, які зловживають спиртними напоями* (замість *п’яниці*), *недобросовісні туристи* (замість *туристи-скандалісти*). Такі евфемізми вживають для уникнення дискримінації та відображають прагнення комунікантів

до збереження мовленнєвого співробітництва. Утворення таких висловів зумовлене прагматичним принципом вихованості та толерантності;

2) пом'якшення повідомлення про подію, об'єкт, що може викликати негативну реакцію адресата: *Вам можуть відмовити у відкритті візи через відсутність підтвердження про наявність матеріального забезпечення* (замість *Вам відмовлять у відкритті візи, бо Ви бідні*); *...автомобільний рух в Непалі лівосторонній і досить хаотичний* (замість *шановні туристи, в Непалі Ви не зможете сісти за кермо, бо на дорогах повний безлад*) (З усного мовлення менеджерів туристичних фірм). Використання таких евфемізмів спрямоване на попередження негативних емоцій та дає змогу самостійно осмислити та оцінити ситуацію. Витлумачення одиниць вторинної номінації забезпечується здатністю людини асоціативно мислити. В адресата мають виникнути правильні асоціації, що дадуть йому змогу співвіднести субститут із денотатом;

3) прагнення поліпшити денотат: *під час переїздів автобусом кожні 3–3,5 години будуть санітарні зупинки* (замість *зупинка для відвідування туалету буде через 3–3,5 години*) (З усного мовлення супроводжувача туристської групи). У цьому випадку евфемізми використовують для заміни небажаного грубого просторічного висловлювання;

4) завуалювання потенційно неприємних моментів: подорожі, якими не цікавляться туристи та які ледь вдається продати за півціни, не називають *непотребом,* а переважно – "*не найоптимальнішим асортиментом*"; "*у низький сезон спостерігаємо ріст без розвитку туристичного ринку* ", що свідчить про застій та відсутність продажів тощо. Такий підхід виявляє прагнення фахівця приховати аспекти дійсності, про які він не бажає говорити відверто;

5) намагання фахівця з туризму певним чином впливати на ціннісні орієнтири туриста, змінити його ставлення до повідомлюваного, спонукати до певних дій (придбати туристичний продукт, обрати певний туристичний об'єкт чи країну для відвідування: *із нинішнім курсом іноземної валюти, дозволити собі поїздку закордон можуть не всі, тому Затока, Залізний Порт, Кирилівка та Грибівка – найкращі вітчизняні варіанти для туристів…*(Із рекламних

проспектів). Така побудова висловлення зводиться до пошуку причини, об’єкта, на який можна спертися, щоб пропозиція мала виграшний вигляд.

Дослідники опосередкованих іллокуцій справедливо вважають, що “непрямий мовленнєвий акт може бути комунікативно значно гнучкішим і дієвішим, аніж прямий. У певних ситуаціях буквальний мовленнєвий акт може виявлятися недостатньо сильним для досягнення комунікативних цілей, і внаслідок цього в намір мовця входить творення іншого – небуквального мовленнєвого акту” [9, с. 55]. Наприклад, замість прямої фрази “*Купуйте тури у нашому турагенстві!*”, доречнішим буде висловлення “*Ми подаруємо Вам незабутній відпочинок!*” – і цей варіант дієвіший та милозвучніший для клієнта, хоч остаточна мета від того не змінилася.

Отже, евфемізми мають потужний прагматичний потенціал, у туристичній сфері використовують насамперед для запобігання комунікативного дискомфорту. Евфемістичні одиниці допомагають адресантові висловити шанобливе ставлення, уникнути конфліктних ситуацій, порушення соціальних норм, забезпечують ведення успішного діалогу – без чого не може здійснюватися повноцінна комунікація.

Висновки до розділу 3

Вектор наукового зацікавлення лінгвістів сьогодні змістився в бік функціонально-комунікативних досліджень мовних явищ, де лексику вивчають як знаряддя для реалізації намірів мовця у процесі комунікації. Такий підхід дає можливість дослідити фахову мову туризму “зсередини”, ураховуючи у такий спосіб не тільки мовну площину, а й мовленнєву.

Функціональний аспект сучасних лінгвістичних розвідок спрямований на аналіз прагматичних підвалин функціонування мови, що дає змогу з’ясувати особливості спілкування та вплив вербальних і невербальних засобів на досягнення бажаного результату.

Туризм як інтернаціональна галузь потребує постійної міжмовної та міжкультурної взаємодії. Запозичення іншомовних лексем – важливий чинник поповнення лексики туризму в українській мові. Активне використання таких лексем у туристичній індустрії має низку причин, серед яких як професійно зумовлені, так і пов'язані з модою і певними соціально-психологічними факторами. Іншомовні лексеми активно функціонують у системі української термінології туризму та відзначаються високим ступенем лексико-семантичного освоєння.

Колір став особливим знаком, який незалежно від способу його подання орієнтований на адресата і є повноцінним елементом комунікативної системи та поряд з асоціативною складовою сприяє налагодженню міжкультурної комунікації, спрощенню міжнародних контактів, швидшому порозумінню.

Якісну професійну комунікацію почасти забезпечує застосування евфемізмів, що сприяють запобіганню комунікативного дискомфорту. Евфемізми дають змогу приховати, маскувати або ретушувати незручну чи некоректну інформацію, хоч у туризмі частіше вони є своєрідним виявом толерантності, ввічливості, зручним інструментом для досягнення поставленої мети.

Фахова туристична комунікація має комерційне спрямування, де особливо яскраво проявляється її сугестивний характер. З огляду на специфіку предметної галузі така комунікація зацікавлює, інтригує, дивує, вражає, підштовхуючи до прийняття рішення про придбання туристичного продукту. Із цією метою менеджери оперують цілим арсеналом виражальних лексичних засобів – тропів і стилістичних фігур. Прагматика їх виявляється в маніпулятивності та впливові на цільову аудиторію.

ВИСНОВКИ

Працівники різних галузей у своїй професійній діяльності оперують цілим арсеналом спеціальних лексичних одиниць, які представляють для лінгвістики наукову цінність. Така лексика постійно поповнює словниковий склад мови. Її зародження зумовлене виникненням самого феномену професії як спеціального виду діяльності і пов'язаного з ним професійного мислення. Лінгвістичне поняття *мова спеціального призначення* наразі є одним із домінантних під час функціонального дослідження мови, що побутує у фаховій діяльності. Мова спеціального призначення туризму – це сукупність усіх мовних засобів, використовуваних у професійній комунікації для забезпечення порозуміння між співробітниками та для передавання предметної інформації, що відображає рівень розвитку туристичної галузі.

Фаховій мові туризму притаманні різноманітні функції: *комунікативна*, що сприяє узгодженості потреб й умов перебігу невимушеного спілкування фахівців за безпосередньої взаємодії; *гносеологічна*, яка є своєрідним засобом пізнання навколишнього світу, нагромадження досвіду людства; *номінативна* – функція називання предметів; *експресивна*, пов'язана з метафоричним перенесенням найменування з одного предмета на інший на основі асоціації чи то зовнішньої схожості; *кумулятивна*, грунтуючися на міжкультурному спілкуванні, є єднальною ланкою між поколіннями і засобом накопичення, опрацювання та фіксації у мовних одиницях інформації про діяльність людини; *апелятивна*, що слугує для виконання заклику, звернення до адресата й спонукання до сприйняття мови адресанта; *компресивна* – реалізує закон економії мовних зусиль фахівця; *езотерична*, полягає у кодуванні змісту інформації, у таких умовах "чужий" комунікант усувається зі спілкування. Різноманіття функцій мови спеціального призначення зумовлене різноплановістю розв'язуваних завдань.

Серед прошарків мови спеціального призначення для об'єктивного розуміння всіх історичних процесів її формування і розвитку варто виділяти не лише терміни, номени, а й професіоналізми та жаргонізми, що дає змогу,

урахувавши мовні та позамовні чинники впливу, відтворити повну картину становлення тієї чи тієї системи понять.

Ядром мови спеціального призначення туризму є терміни, які формують, позначають професійні поняття і використовуються фахівцями у професійній діяльності. Термін є не просто номінацією на позначення якогось спеціального об'єкта чи предмета, а перш за все засобом логічного осмислення й узагальнення предметної галузі, що сприяє її теоретичному вивченню й практичному освоєнню. Другим за значущістю різновидом спеціальних лексичних одиниць є номени, безпосередньо пов'язані з термінами. Їх уживання зумовлене специфічними потребами виробничого спілкування, коли необхідно коротко й чітко позначити конкретні об'єкти, речі чи предмети. У туризмі – це переважно умовні іншомовні назви словесно-буквеної чи цифрової структури, що забезпечують зручність міжнародного ділового спілкування фахівців. Важливою ланкою мови спеціального призначення є професіоналізми, механізм утворення й функціонування яких зумовлений дією прагматичних принципів, що сприяють точнішому й лаконічнішому висловленню думки. Вони слугують влучним еквівалентом для термінів туристичної індустрії та мають емоційно-експресивне забарвлення.

На основі предметно-поняттєвого співвідношення слів у складі терміносистеми туризму виокремлюємо 11 тематичних груп: назви видів туризму, туристичних маршрутів, туристів, туристичних підприємств, працівників туристичної індустрії, процесів у туризмі, позначення туристичних формальностей, найменування у транспортному сегменті, в організації проживання та харчування, організації дозвілля, найменування в географічному сегменті.

Зважаючи на особливості становлення лексики туризму в українській мові та розвиток самої галузі як новітньої підсистеми економіки й виду господарської діяльності, пов'язаної з організацією подорожей і дозвілля українців, умовно виокремлюємо 5 етапів формування такої лексики. Перший етап – прототермінологічний – охоплює часовий проміжок до початку XIX ст. і свідчить

про стихійність використання спеціальних лексичних одиниць. Другий етап – початок розвитку терміносфери туризму – припадає на період із середини XIX ст. до початку XX ст. і відзначається інтенсифікацією творення нових назв. Найголовнішим екстралінгвальним чинником, який вплинув на формування аналізованої термінолексики, є становлення у XIX ст. індустріального суспільства, що посприяло перетворенню стихійного мандрівництва на організований туризм. Третій етап – розвиток терміносфери туризму (1918–1950 рр.) – характеризувався суперечливими процесами в усіх ланках життя суспільства і туристичної сфери зокрема. Суттєвий вплив на формування туристичної лексики мали тогочасні періодичні видання та наукові праці, які певною мірою відбивали сам процес творення галузевих термінів. Четвертий етап – активне формування термінолексики туризму (50-ті – 80-ті рр. XX ст.) – відзначений набуттям туризмом у світі масового, індустріального характеру. Відбувається осмислення й виокремлення туризму в самостійний інститут правового регулювання з розвиненою системою родо-видових зв'язків лексичних одиниць для його обслуговування. П'ятий етап – інтеграційний поступ терміносфери туризму та інноваційні процеси (90-ті роки XX ст. − початок XXI ст.) – найпродуктивніший, позначений докорінними змінами, пов'язаними з соціальною переорієнтацією самої галузі, що спричинило лавиноподібну хвилю запозичень в український лексикон. Процес формування лексики туризму в українській мові ще триває, вона є відкритою й потребує подальшого впорядкування.

Запозичання є продуктивним способом номінації понять туризму. Сучасний розвиток лексики туризму в українській мові характеризується виваженим, толерантним ставленням фахівців як до питомих, так і до запозичених мовних одиниць, однак помітне надання переваги іншомовним лексемам, що спричинено як внутрішньомовними, так і позамовними чинниками. Запозичення активно заповнюють лакуни в мові-реципієнті, сприяють мовній економії, слугують засобом створення стилістичного ефекту тощо. Зростання їх кількості в українській мові зумовлене активізацією зв'язків з іноземними партнерами,

формуванням глобального інтернаціонального інформаційного простору, розширенням мовних контактів, а також загальною тенденцією всіх сучасних мов – тяжінням до уніфікування, універсалізації та стандартизування, за якого англійській мові відводять провідну роль.

За таких умов надважливою є проблема освоєння нових запозичень українською мовою, пристосування їх до різних її підсистем. Типовими у фаховій літературі з туризму є порушення орфографічних і граматичних норм сучасної української літературної мови: нехтування правила “дев’ятки” в загальних назвах зумовлює їх неправильне написання; ігнорування чинного правопису, відповідно до якого в загальних назвах іншомовного походження подвоєння приголосних не зберігаємо, спричинило порушення у написанні окремих запозичень; орієнтація фахівців із туризму на російську мову призводить до вживання так званих фонетичних варіантів; не усталений правопис запозичених слів, утворених додаванням іншомовного компонента *бренд-*, *топ-*, *віп-*, який вказує на інтенсивний чи крайній вияв ознаки, високий рівень професійності. Такі варіанти написання слів порушують чинні правила правопису складних слів разом і через дефіс. У фаховому мовленні менеджери з туризму не завжди послідовні у вживанні активних дієприкметників тощо.

Для ефективної комунікації людство використовує найрізноманітніші знакові системи, які паралельно із мовною кодують та передають інформацію. Кольорономени як лексичні одиниці, денотативним значенням яких є ознака кольору, набули широкого вжитку в професійному туристичному лексиконі, що дає змогу фахівцям розуміти одне одного й успішно співпрацювати. Синтезуючи перцептивні відчуття й соціально зумовлене суб’єктивне сприйняття кольорів, кольорономени є зручним засобом не лише передавання інформації, а й здійснення впливу на потенційних туристів. Поєднання візуального компонента з лінгвістичними засобами позбавляє слово нейтральності, унаслідок чого воно набуває прагматичного значення і стає цінним засобом спілкування.

Виражальні засоби привертають увагу туристської аудиторії до певного об’єкта, події, думки, передають та підсилюють важливу естетичну і прагматичну

інформацію. Застосування тропів і стилістичних фігур сприяє колоритному відтворенню в мові різноаспектних явищ. Вони є елементами культурного прояву, способом аргументації та переконання.

Евфемізація як багатоаспектне мовне явище, що апелює до почуттів потенційних споживачів туристичного продукту та спосіб непрямого позначення реалії в туризмі, є оптимальним засобом для: вираження вихованості, лояльності до партнерів та туристів; пом'якшення повідомлення про подію, об'єкт, що може викликати негативну реакцію адресата; завуалювання потенційно неприємних моментів; прагнення поліпшити денотат; намагання фахівця з туризму певним чином впливати на ціннісні настанови туриста. Евфемізми забезпечують ведення успішного діалогу, допомагають адресантові уникнути конфліктних ситуацій та висловити шанобливе ставлення – без чого не може здійснюватися повноцінна комунікація.

Подальше вивчення лексики українського туризму вважаємо доцільним, оскільки воно має значну теоретичну і практичну значущість як для розвитку термінології загалом, так і термінології туристичної сфери зокрема. Запропонований у роботі алгоритм вивчення мови спеціального призначення може бути застосований у подальших наукових дослідженнях на матеріалі мовних одиниць інших професійних сфер. Результати дослідження послугують для впорядкування й унормування лексики туризму в українській мові та укладання термінологічних словників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авербух К. Я. Общая теория термина: комплексно-вариологический подход: комплексно-вариологический подход: дис. ... доктора филол. наук : 10.02.19. Ивановский государственный ун-т. – Иваново, 2005. – 324 с.

2. Авербух К. Я. Современный полилингвизм и проблема преподавания языков для специальных целей // Международная научная конференция. – Чернигов, Украина, 2011. – С. 8–11.

3. Андреев Н. Д. Статистико-комбинаторные методы в теоретическом и прикладном языковедении. – Ленинград: Наука, 1967. – 404 с.

4. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата [Текст] // Изв. АН СССР. СЛЯ. – 1981. – № 4. – С. 356–367.

5. Бабій І. М. Фарби повинні приходити на допомогу слову // Культура слова. – Київ, 1997. – Вип. 50. – С. 26 – 31.

6. Бакалова З. Н. Функционально-коммуникативный аспект языковых единиц художественного текста // Вестн. Новг. гос. ун-та. Сер.: История. Филология. 2008. – № 49. – С. 44–48.

7. Баранникова Л. И., Массина С. И. Виды специальной лексики и их экстралингвистическая особенность // Язык и общество: меж- вуз. сб. научн. тр. – Саратов, 1993. – Выпуск 9. – С. 3–15.

8. Бацевич Ф. С. Функционально-ономасиологическое изучение лексики: теоретический и практический аспекты (на материале русского глагола): текст лекций. – Львов : Ред.- изд. отдел Львовского ун-та, 1993. – 171 с.

9. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – Київ : Академія, 2004. – 344 с.

10. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. – 2-ге вид., доп. – Київ : ВЦ “Академія”, 2009. – 376 с.

11. Безгодова Н. Співвідношення понять термінологія – професіоналізм – номенклатура: (Теоретичний аспект) // Вісник Львів. ун-ту : Серія “Філологія”. – 2004. – Випуск 34. – Ч.1. – С. 458 – 463.

12. Белан Э. Т. Особенности формирования новых терминосистем :на материале английской и русской терминологий международного туризма: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Москва, 2009. – 194 с.

13. Белодед И. К. Интернациональные элементы в лексике и терминологии. – Харьков : Вища школа, 1980. – 208 с.

14. Белявская Е. Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова). – Москва, 1992. – 423 с.

15. Бєляєв Р. С. Поняття терміноелемента з погляду теорії номінації // Мовознавство. – 1990. – №3. – С. 64–65.

16. Бєляєва О. М. Інтегративність як системоформівний принцип професійної лінгводидактики // Вісник Черкаського університету. Серія. Педагогічні науки. – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького. – 2009. – Випуск. 149. – С. 106–109.

17. Бойко О. П. Символ у міжкультурній комунікації // Світогляд – Філософія – Релігія : зб. наук. пр. / ДВНЗ “УАБС НБУ”. – Суми, 2011. – Випуск. 1. – С. 13–22.

18. Борисова Л. Т., Донской Я. Л. Профессионализмы и профессиональные жаргонизмы в отраслевом терминологическом словаре // Термины и их функционирование: Межвуз. сб. – Горький : Изд-во Горьковск. нац. ун-та, 1987. – С. 34–40.

19. Борисова Д. Н. К проблеме выбора термина для названия форм цветообозначения в языке // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2008. – Выпуск. 23. – С. 32–37.

20. Буженинов А. Э. LSP как объект обучения в неязыковом вузе : (на примере LSP гомеопатии) // Педагогическое образование в России. –2014. – № 6. – С. 87–89.

21. Бурсина О. А. Терминология социальной работы: структура, семантика и функционирование: на материале англоязычной литературы для социальных работников: автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Санкт-Петербург, 2014. – 23 с.

22. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. – Москва : Высшая школа, 1990. – 176 с.

23. Веретенкина Л. Ю. Языковое выражение межличностных манипуляций в драматургии А. Н. Островского: дисс. … кандидата. филол. наук : 10.02.01. – Пенза, 2004. – 216 с.

24. Видлак С. П. Проблема эвфемизма на фоне теории языкового поля // Этимология.– Москва, 1965. – С. 267–285.

25. Виноградов В. В. Русский язык: (Граммат. учение о слове): учеб. пособ. для высш. учеб. завед. – Москва; Ленинград: Учпедгиз, 1947. – 784 с.

26. Виноградов В. В. Вступительное слово // Вопросы терминологии. – Москва, 1961. – С. 3–10.

27. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. – Москва : Наука, 1977. – 312 с.

28. Виноградова Л. В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.19. – Великий Новгород, 2011. – 213 с.

29. Винокур Г. О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии // Труды Московского института истории, философии и литературы. – Москва, 1939. – Т. 5. – С. 5–55.

30. Воробьева И. О. История наименований некоторых денежных единиц русского государства в XV – XVI вв. // Вестник МГОУ. Серия “Русская филология”. – Москва : Изд-во МГОУ, 2008 – № 4. – С. 88 – 92.

31. Воробьева М. Е. Юридическая терминология: системоцентрический и антропоцентрический подходы // Вестник КемГУ. – Кемерово, 2013. – № 2 (54). – Т. 1. – С. 183 – 186.

32. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 20. – С. 180 – 189.

33. Галимова Х. Н. Асимметрия профессионально маркированной лексики (на материале русского и английского вариантов профессионального подъязыка

железнодорожного транспорта) : дис. ... кандидата. филол. наук. – Казань, 2008. – 165 с.

34. Гвишиани Н. Б. Язык научного общения: Вопросы методологи: изд. 2-е, испр. – Москва : Издательство ЛКИ, 2008. – 280 с.

35. Герд А. С. Значение термина и научное знание // Научно-техническая информация. Сер. 2. – 1991. – № 10. – С. 1–4.

36. Гешко Н. Лексико-семантичне поле як системно структурне утворення та методи його дослідження // Актуальні питання суспільних наук та історії медицини / Буков. держ. мед. ун-т, Сучас. ун-т ім. Штефана Великого. – Чернівці : БДМУ, 2014. – № 2 (2). – С. 73–78.

37. Гимер Н. О. Терміни як основа фахової мови // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. – 2013. – Т. 21. – Випуск 19 (1). – С. 89–93.

38. Гнатюк Л. Прагматичні й функціонально-комунікативні аспекти ввічливості (на матеріалі сучасної української мови): автореф. дис... кандидата філол. наук: 10.02.01 / Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника. – Івано-Франківськ, 2007. – 18 с.

39. Гнатюк Л. Прагматичні й функціонально-комунікативні особливості іронії як засобу міжособистісного спілкування // Лінгвістичні студії. – Донецьк, 2010. – Випуск 21. – С. 191–197.

40. Голованова Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2004. – 330 с.

41. Головин Б. Н. О некоторых проблемах изучения терминов // Вестник МГУ. Филология. – Москва, 1972. – № 5. – С. 49–59.

42. Головин Б. Н., Березин Ф. М. Терминология // Общее языкознание. – Москва : Просвещение, 1979. – С. 264 – 268.

43. Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю. Лингвистические основы учения о терминах. – Москва : Высш. шк., 1987. – 104 с.

44. Гончаренко Л. О. Функціональний аспект запозичень // Актуальні проблеми слов’янської філології. – 2010. – Випуск XXIII. – Частина 4. – С. 294–301.

45. Горлачова В. В. Структура семантичного поля кольоропозначень у сучасному російськомовному рекламному дискурсі: автореф. дис. ... кандидата філол. наук: 10.02.02; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. – Дніпропетровськ, 2011. – 19 с.

46. Городенська К. Г. Проблема словотвірної ідентичності в українській термінології // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. – Київ, 1998. – С. 10−13.

47. Городенська К. Г. Нові запозичення і новотвори на тлі фонетичної та словотвірної підсистем української літературної мови // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць вип. VIII [відп. ред. проф. Л. О. Симоненко]. – Київ : КНЕУ, 2009. –316 с.

48. Гринда Ю. Утворення та характерні риси термінологічних одиниць фахової мови геодезії, кадастру та картографії // Наукові записки. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Випуск 89 (3). – С. 393 – 397.

49. Гринев С. В. Введение в терминоведение. – Москва : Москов. лицей, 1993. – 309 с.

50. Гринев-Гриневич С. В., Сорокина Э. А., Скопюк Т. Г. Основы антрополингвистики (к лексическим основаниям эволюции мышления человека): учеб. пос. – Москва : Компания Спутник, 2005. – 114 с.

51. Гринев-Гриневич С. В. Терминоведение: учеб. пос. для студ. высш. учеб. завед. – Москва: Издат. центр “Академия”, 2008. – 304 с.

52. Гриценко П. Ю. Симоненко Л. О. Українська термінологія і термінографія на етапі розбудови // Зб. наук. праць наук. конф. “Українська наукова термінологія: стан та перспективи”. – Київ : Наук. думка. – 2008. – С. 5−16.

53. Даниленко В. П. Как создаются термины? // Русская речь. – 1967. – №2. – С. 57 – 64.

54. Даниленко В. П. Актуальные проблемы лингвистического исследования русской терминологии // Современные проблемы русской терминологии / Под ред. В. П. Даниленко. – Москва, 1986. – С. 5–23.

55. Даниленко О. В. Становление и развитие английской туристской терминологии и их экстралингвистической обусловленности: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.04. – Омск, 2011. – 261с.

56. Денисова С. П. Типологія категорій лексичної семантики. – Київ : Вид-во Київського держ. Лінгвістичного ун-ту, 1996. – 294 с.

57. Долгих Н. Г. Теория семантического поля на современном этапе развития семасиологии // Филологические науки. – 1973. – № 1. – С. 89 – 98.

58. Долженко Г. П., Савенкова Л. Б. Термины “туризм” и “турист” в русской лексике: хронологический аспект // Географический вестник: туризм и краеведение. – Пермь, 2012. – № 4. – С. 74 – 76.

59. Єж М. Особливості професійного мовлення: термін у сфері туризму (на матеріалі української та польської мов) // Мова і суспільство. – Львів, 2013. – Випуск 4. – С. 206 – 212.

60. Єфімов Л. П., Ясінецька О. А. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: уч.-метод. посіб. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2004. – С. 46 – 80.

61. Епимахова А. Ю. Новейшие заимствования наименований лиц по профессии в современном русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 39. – С. 49 – 52.

62. Заніздра Н. О., Заніздра В. В. Напрями сучасного мовознавства // Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського. – Випуск 2/2008 (49). – Ч 1. – С. 21 – 24.

63. Засурский Я. Н. Медиатекст в современных СМИ // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – Москва : МГУ. – 2005. – №2. – С. 3–15.

64. Захарчук О. Е. Функционально-семантические особенности понятийно-терминологического поля стилистики: автореф. дис. …кандидата филол. наук: 10.02.01. – Ростов-на-Дону, 2008. – 24 с.

65. Зеленин А. В. Англоамериканизмы в русском и некоторых европейских языках: Вопроссы культуры течи // Русский язык в школе. – 2003. – № 5. – С. 94 – 98.

66. Зоря Г. С. Термінологія та професійно-сленгова лексика медіа індустрії // Наукові записки Інституту журналістики, 2009. – Том 36. – Липень–вересень. – С. 35–39.

67. Ільницька Л. Мовленнєві засоби підвищення ефективності сугестивного впливу // Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи. – Київ : Логос, 2007. – С. 127–135.

68. Иванов А. В. Системно-функциональный подход в терминологии // Res philological: ученые записки. / отв. ред., сост. Э. Я. Фесенко. – Архангельск : Поморский университет, 2004. – Выпуск 4. – С. 90 – 100.

69. Ивановская И. П. Терминологизация как функция языка и культуры: системно-языковые, социально-культурные и функционально-коммуникативные характеристики русско- и англоязычных терминов налогового права : дис. ... кандидата фил. наук. – Пятигорск – 2008. – 171с.

70. Калєтнік А. А. Фахова мова та мова спеціального призначення: до історії формування понять // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – 2013. – Випуск 26. – С. 80 – 90

71. Канделаки Т. Л. К вопросу о номенклатурных наименованиях // Вопросы разработки научно-технической терминологии. – Рига : Зинатне, 1973. – 236 с.

72. Канделаки Т. Л. Семантика и мотивированность терминов. – Москва : Наука, 1977. – 167 с.

73. Качуровський І. Строфіка. – Мюнхен: Інститут літератури ім. Михайла Ореста, 1967. – 359 с.

74. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения : учеб. пособие. – Київ : УМК ВО, 1989. – 103 с.

75. Кияк Т. Р. Прагматичні аспекти стандартизації української термінології // Мовознавство. – 1993. – № 1. – С. 35–38.

76. Кияк Т. Р. До питання про “своє” та “чуже” в українській термінології // Мовознавство. – 1994. – № 1. – С. 22–25.

77. Кияк Т. Р. Компресія інформації у науково-технічному перекладі як об'єкт лінгвістики фахових мов // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2007. – № 27. – С. 203–208.

78. Кияк Т. Вузькогалузеві терміни як основа формування та квазіреферування фахових текстів // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології". – 2008. – № 620. – С. 3–5.

79. Кияк Т. Р., Каменська О. І. Семантичні аспекти нормалізації термінологічних одиниць // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2008. – № 38. – С. 77–80.

80. Клименко Н., Карпіловська Є., Кислюк Л. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. – Київ : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. – 336 с.

81. Ковальська І. В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англомовних художніх текстів: автореф. дис. … кандидата філол. наук: 10. 02. 16 "Перекладознавство". – Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – 19 с.

82. Комарова А. И. Язык для специальных целей (LSP): теория и метод. – Москва : МААП, 1996. – 193 с.

83. Коровушкин В. П. Контрастивная социолектология как автономная лингвистическая дисциплина // Язык в современных общественных структурах: сб. науч. тр. – Н. Новгород, 2005. – С. 7 – 13.

84. Косов А. В. Некоторые различия системной организации терминологии по сравнению с организацией общей лексики // Термин и слово. Межвузовский сборник. – Горький: изд. ГГУ им. Н. И. Лобачевского, 1980. – С. 13 – 22.

85. Кравець Л. В. Метафора та метонімія – два центри тропеїчної системи [Електронний ресурс]. – URL: http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine55-56-6.pdf (дата звернення 12.12.2016)

86. Крижанівська А. Як відрізнити термін від нетерміна // Культура слова. – 1984. – Випуск 27. – С. 63 – 69.

87. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // РЯШ. – Москва, 1994. – № 6. – С. 56 – 63.

88. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия. – Москва : “Языки русской культуры”, 1996. – С. 147–154.

89. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. – 1996. – № 7. – С. 23–28.

90. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века // Язык и наука конца 20 века. – Москва : Институт языкознания РАН, 1995. – С. 144–238.

91. Кудашев И. С. Проектирование переводческих словарей специальной лексики. – Хельсинки, 2007. – 445 с.

92. Кузина М. А. Особенности лексико-семантической ассимиляции английских заимствований в современном немецком языке: на материале текстов по туризму: дис. … кандидата филол. наук: 10.02.04. – Москва, 2006. – 255 с.

93. Кузина О. А. Семантические и ассоциативные поля туризма как отражение фрагментов языкового сознания и картин мира русских, немцев и американцев: дис. … кандидата филол. наук: 10.02.19. – Барнаул, 2006. – 455 с.

94. Кутина Л. Л. Формирование терминологии физики в России. – Москва : Наука, 1966. – 288 с.

95. Кухарчук І. О. Функціонально-комунікативний напрям дослідження синтаксичної будови мови // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови. – 2013. – Випуск 10. – С. 150–155.

96. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры: сборник. – Москва : Прогресс, 1990. – С. 387−415.

97. Лащук О. М. Антропоцентричний підхід у дослідженні бінарних концептів “Nähe” та “Distanz” // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Випуск 29. – 2012. – С. 110–113.

98. Левицький А. Е. Функціональні зміни в системі номінативних одиниць сучасної англійської мови : автореф. дис. … доктора філол. наук : 10.02.04. – Київ, 1999. – 39 с.

99. Левицкий Ю. А., Бронникова Н. В. История лингвистических учений. – Москва : Высш. шк., 2005. – 301 с.

100. Лейчик В. М. Номенклатура – промежуточное звено между терминами и собственными именами // Вопросы терминологии и лингвистической статистики. – Воронеж : Изд-во Воронежского Ун-та, 1974. – С. 13–24.

101. Лейчик В. М. О языковом субстрате термина // Вопросы языкознания, 1986. – № 5. – С. 87 – 97.

102. Лейчик В. М. Предмет, методы и структура терминоведения: автореф. дис. … доктора филол. наук. – Москва, 1989. – 46 с.

103. Лейчик В. М. Проблема системности в отечественном терминоведении // Научно-техническая терминология (научно-реф. сборник). – Москва, 2001. – Выпуск 2. – С. 54–55.

104. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2009. – 256 с.

105. Лемов А. В. Система, структура и функционирование научного термина. – Саранск, 2000. – 191 с.

106. Линчак І. М. Фахова мова працівників туріндустрії: некодифікована складова // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. – 2014. – № 1–2. – С. 38–42

107. Литвинко О. А. Проблема терміна і професіоналізма (на матеріалі англійської термінологічної підсистеми машинобудування) // Вісник СумДУ. Серія Філологія. – 2007. – № 2. – С. 143–147.

108. Ліпінська В. В. Особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму // Вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”. Серія : Філологія. Педагогіка. – 2014. – Випуск 3. – С. 37–43.

109. Лобожева Л. Н. Роль профессиональной лексики в обогащении словарного состава общеупотребительного язика (на материале экономической терминологии

английского и русского языков) : дис. ... кандидата фил. наук. – Челябинск, 2006. – 204 с.

110. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики. – Москва, 1961. – 159 с.

111. Ляховин О. Б. Нові туристичні поняття та терміни в російській, українській та німецькій лінгвокультурах // Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія : Філологічна. – 2014. – Вип. 45. – С. 33–36.

112. Макеєвець Ю. Семантика та функціонування евфемізмів у німецькому політичному дискурсі (на матеріалі сучасної преси) // Іноземна філологія. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – Випуск 125. – С. 22–28.

113. Малюко Т. В. Общая характеристика термина как основной единицы финансово-экономической терминологии // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 82. – Т. 1. – С. 277–279.

114. Манютіна О. І. Лексико-семантичні та функціональні особливості евфемізмів у сучасній англійській мові (на матеріалі бульварної жіночої прози XX – XXI ст.): автореф. дис... кандидата філол. наук: 10.02.04; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці, 2009. – 20 с.

115. Массина С. А. Профессионализация терминов в подъязыках разных типов: автореф. дис. ... кандидата филол. наук. – Саратов, 1991. – 14 с.

116. Михайлова Т. В. Семантичні відношення в українській науково-технічній термінології: дис... кандидата філол. наук: 10.02.01 “Українська мова” . – Харків, 2002. – 218 с.

117. Морозов Г. И. Роль науки о терминах // Научно-техническая терминология: науч.-реферат. сб. – Москва, 2000. – Выпуск 1. – С. 34–36.

118. Морозова Л. А. Терминознание: основы и методы. – Москва : Прометей, 2004. – 144 с.

119. Нікуліна Н. Дискусії щодо терміна “номен” в українському та зарубіжному мовознавстві // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми української термінології”. – 2010. – № 676. – С. 56 – 61.

120. Німчук В. В. Проблеми українського правопису XX – початку XXI ст. – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський держ. пед. ун-т, 2002. – 116 с.

121. Новодранова В. Ф. Новые подходы к определению основных понятий терминоведения // Новая Россия: новые явления в языке и науке о языке: всеросс. науч. конф.: материалы / Урал. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2005. – С. 218–323.

122. Овчаренко В. М. Структура и семантика термина – Харьков : Изд-во Харьковского ун-та, 1968. – 72 с.

123. Огиенко И. Иноземные элементы в русском языке: История проникновения заимствованных слов в русский язык. – Киев : Тип. Бондаренко и Гнездовского, 1915. – 136 с.

124. Осинцева-Раевская Е. А. Проблема выбора термина для номинации цветообозначений в языке // Мир науки и инноваций. – Выпуск 1. – Том 2. – Иваново : Научный мир, 2015 – С. 17–20.

125. Павлова О. І. Терміни, професіоналізми і номенклатурні знаки (до проблеми класифікації спеціальної лексики) // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : Серія "Проблеми української термінології". – 2008. – № 620. – С. 49–54.

126. Панько Т. І., Кочан І. М. , Мацюк Г. П. Українське термінознавство: підручник для студ-ів гуманітарних спец-ей вищ. навч. закладів. – Львів : Світ, 1994. – 217 с.

127. Панько Т. Концептосфера термінологічної розбудови української мови // Мовознавство. – 1994. – № 1. – С. 14–21.

128. Петрашова Т. Г. Язык для специальных целей в контексте содержания понятий "национальный язык" и "литературный язык" // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2008. –№ 1 (1): Ч. II. – С. 90–93.

129. Письмиченко А. М. Номен і номенклатура (на матеріалі терміносистеми будівельної індустрії) // Культура слова. – Київ, 1983. – № 29. – 1987. – С. 14–16.

130. Півньова Л. В. Ядерні терміни термінополя туризму в українській мові: проблеми дефініції // Наукові записки. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – Випуск 100. – С. 149 – 152.

131. Півньова Л. В. Професійно-сленговий лексикон як джерело поповнення термінологічної лексики (на матеріалі лексики туризму) // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – Випуск 28. – С. 357 – 360.

132. Півньова Л. В. Еволюція поняття "мандрівник" в українському лексиконі // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. – Випуск 29. – Частина 1. – С. 77 – 81.

133. Півньова Л. В. Автохтонна та запозичена лексика на позначення номенів туристичної сфери // Вісник Національного ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – № 733. – С. 212 – 216.

134. Півньова Л. В. Адаптація в українській термінології іншомовних лексем на позначення засобів розміщення туристів // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. В. Л. Іващенко. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2013. – Випуск 2(2). – С. 157 – 162.

135. Пивнёва Л. В. Отображение эволюции прототерминов *гість* и *гостинність* в лексикографических источниках // Материалы международной научно-практической конф. "Проблемы языка в современной научной парадигме: X Седельниковские чтения". – Павлодар : ПГПИ, 2013. – С. 98 – 103.

136. Півньова Л. В. Поняття "туристичні формальності": історико-лінгвістичний аспект вивчення // Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту: зб. наук. праць. – Чернівці : Видавничий дім "РОДОВІД", 2014. – Випуск 692 – 693. – С.156 – 159.

137. Півньова Л. В. Історія становлення лексеми *паспорт* на позначення основного документа сучасної людини // Термінологія документознавства та суміжних галузей знань: зб. наук. пр. / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т держ. упр.; за заг. ред. В. В. Бездрабко. – Київ : Четверта хвиля, 2014. – Випуск 8. – С. 212 – 218.

138. Півньова Л. В. Мова спеціального призначення як об'єкт лінгвістичних студій // Українська мова. – 2014. – № 4 (52). – С. 117 – 126.

139. Пивнёва Л. В. Функции LSP туризма // Языковые категории и еденицы: синтагматический аспект. Материалы XI Международной научной конференции (Владимир, 29 сентября – 1 октября 2015). – Владимир, 2015. – С. 398 – 406.

140. Півньова Л. В. Колороніми в українській лексиці туризму // Українська мова. – 2016. – № 1 (57). – С. 100 – 111.

141. Півньова Л. В. Функціонально-прагматичний аспект використання евфемізмів у лексиконі українського туризму // Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри: зб. наук. праць / [відп. ред. Л. Д. Малевич]. – Рівне: НУВГП, 2016. – С. 128 – 132.

142. Півньова Л. В. Функціональні можливості виражальних лексичних засобів у професійній туристичній комунікації // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. Л. В. Туровська. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2017. – Випуск 4. – С. 268 – 274.

143. Покровська О. Дослідження нових аспектів формування складників кулінарної термінології (на матеріалі номенклатури кулінарної лексики) / О. Покровська, С. Руденко // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр. / Відп.ред. Л. О. Симоненко. – К. : КНЕУ, 2003. – Випуск V. – С. 69 – 74.

144. Поліщук Н. П. Функціональні особливості мовних одиниць у процесі комунікації [Електронний ресурс]. – URL: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/027.pdf (дата звернення: 27. 09. 2016)

145. Полтавець Ю. Основні підходи до вивчення евфемізмів і дисфемізмів // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: зб. наук. праць. – Київ, 2012. – Випуск 24. – 319 с.

146. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород : Закарпаття, 1999. – 240 с.

147. Полякова Д. Н. Деривационные модели профессионально маркированных единиц с колоронимами в русском, английском и немецком языках // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 24 (239). Филология. Искусствоведение. – Выпуск 57. – С. 158–160.

148. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – Москва : Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. – 656 с.

149. Прима В. В. Функціонування англомовної туристичної термінології у путівниках по Україні // Записки з романо-германської філології. – Випуск 1 (32). – 2014. – С. 150–154.

150. Пристайко Т. С. Номенклатурный знак в описании языков программирования (на материале ОС WindowsVista) // Вестн. Челябин. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. – 2011. – Выпуск 57. – № 24. – С. 104–106.

151. Прохорова В. Н. Об эмоциональности термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – Москва : Наука, 1970. – С. 153–159.

152. Родзевич Н. С. Поняття термін, термінологія і номенклатура в працях радянських і зарубіжних учених // Лексикографічний бюлетень. – Київ, 1963. – Випуск 9. – С.6–12.

153. Реформатський А. А. Что такое термин и термінологія // Вопросы терминологии: (Матер. Всесоюз. Терминологического совещания). – Москва : Изд-во АН СССР, 1961. – С. 46–54.

154. Реформатський А. А. Введение в языковедение / Под. ред. В. В. Виноградова. – Москва : Аспект Пресс, 1996. – 536 с.

155. Романова О. О. Українська термінологія швацької промисловості: дис... кандидата філол. наук: 10.02.01 “Українська мова”. – Харків, 2009. – 201 с.

156. Романова О. О. Спеціальна лексика української мови як об’єкт лінгвістичного дослідження : термін і професіоналізм // Термінологічний вісник, 2013. – Випуск 2(2). – С. 42–47.

157. Рудакова Т. М. Принципи засвоєння неозапозичень в українській літературній мові: орфографічна адаптація // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія : Філологічні науки. – 2013. – Кн. 1. – С. 129–135.

158. Руденко С. М. Теоретичне обґрунтування необхідності введення в науковий обіг терміна “номенклатурно-термінологічне сполучення” // Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. – Харків : ОВС, 2004. – Випуск 13. – С. 37–42.

159. Рябова Е. А. Номенклатура и термин [Електронний ресурс]. – URL: www.vestnik-mgou.ru. (дата звернення: 07.03.2012)

160. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.

161. Сербиновская Н. В. Терминологическое поле “Маркетинг” в русском языке Юж. федеральный ун-т. – Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2009. – 234 с.

162. Симоненко Л. О. Формування української біологічної термінології. – Київ : Наук. думка, 1991. – 152 с.

163. Симоненко Л. О., Соколова С. О., Годована М. П. Національні та інтернаціональні компоненти в сучасних терміносистемах. – Київ : Наук. думка, 1993. – 237 с.

164. Симоненко Л. О. Українська термінологічна лексикографія за роки незалежності: здобутки і прорахунки // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. – Київ, 2003. – Випуск V. – С. 18–22.

165. Симоненко Л. О. Нові підходи до розбудови української наукової термінології другої половини XX – початок XXI ст. // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. – Київ, 2005. – Випуск VI. – С. 22–23.

166. Скворцов О. Г. Методы исследования лексических систем. – Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2001. – 142 с.

167. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка: учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. – Москва : ООО “Издательство АСТ”, 2003. – 221 с.

168. Славгородская Л. В. Взаимодействие устной и письменной речи в сфере научного знания // Научная литература: язык, стиль, жанры. – Москва : [б. и.], 1985. – С. 15–21.

169. Слободянюк Э. П. Настольная книга копирайтера. – Москва : Изд-во “Манн, Иванов и Фербер”, 2011. – 216 с.

170. Снегов С. А. Язык, который ненавидит. – Москва: Просвет, 1991. – 253 с.

171. Соколовская Ж. П. Система в лексической семантике (анализ семантической структуры слова). – Киев : Вища школа, 1979. – 192 с.

172. Соколовкая Ж. П. Проблемы системного описания лексической семантики. – Киев : Наукова думка, 1990. – 183 с.

173. Солнышкина М. И. Тезаурус профессионального подъязыка и его пополнение // Проблемы прикладной лингвистики: сб. науч. тр. – Пенза, 1999. – №2. – С.77–79.

174. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: сб. научн. трудов. – Москва : Наука, 1990.– С. 180–186.

175. Сорокина Э. А. Когнитивные аспекты лексического проектирования (к основам когнитивного терминоведения) : монография. – Москва : МГОУ, 2007. – 235 с.

176. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию. – Москва : Прогресс, 1977. – 695 с.

177. Стаховська Н. Термін як елемент системи мовного вираження спеціальних понять // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Випуск IV. – Київ : КНЕУ, 2001. – С.277–280.

178. Суперанская А. В. Терминология и номенклатура // Проблематика определений терминов в словарях разных типов: сб. – Ленинград: Изд-во “Наука”, 1976. – С. 76 – 80.

179. Суперанская А. В., Подольская Н. В. , Васильева Н. В. Общая терминология. Вопросы теории. – Москва : Книжный дом “Либроком”, 2009. – 247 с.

180. Сусов И. П. Семантика и прагматика предложения. – Калинин, 1980. – 51 с.

181. Татаринов В. А. Общее терминоведение : Энциклопедический словарь. – Москва : Московский лицей, 2006. – 528 с.

182. Ткачева Л. Б. Основные закономерности английской терминологии. – Томск: Томский государственный университет, 1987. – 200 с.

183. Ткаченко А. Мистецтво слова: підруч. для студентів гуманітарних спеціальностей вищих навч. закладів. – 2-е вид., випр. і доповн. – Київ : Київський університет, 2003. – 448 с.

184. Троянова И. М. Когнитивная функция как одна из важнейших функций языка // Вестник ТГПУ. – 2008. – №2. – С.56–58.

185. Туркевич О. В. Фахова мова методики викладання української мови як іноземної: специфіка функціонування // Вісник Львівського університету: Сер. Філологічна. – 06/2012. – Випуск 57. – С. 230 – 235.

186. Туровська Л. В. Терміни та номени в науково-технічній сфері // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. пр. / Відп. ред. Л. О. Симоненко. – Київ : КНЕУ, 2005. – Випуск VI. – С. 225–229.

187. Туровська Л. В. Стратифікаційна структура спеціальної лексики // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. – 2009. – Випуск 20. – С. 670–673.

188. Туровська Л. В. Термінологія і мова спеціального призначення: зони перетину // Термінологія документознавства та суміжних галузей знань. – Київ : ТОВ "Четверта хвиля", 2011. – № 5. – С. 33–38.

189. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.20. – Омск, 2008. – 269 с.

190. Український правопис / Ін-т мов-ва ім. О. О. Потебні НАН України, Ін-т укр. мови НАН України. – Київ : Наук. думка, 2008. – 288 с.

191. Фельде (Борхвальдт) О. В. Лексика золотопромышленности в аспекте исторического терминоведения русского язика. – Томск, 2000. – 56 с.

192. Фельде О. В. Языки для специальных целей в историко-лингвистическом аспекте // Вестник БГУ. – 2013. – №10. – С.50–55.

193. Фигон Э. Б. Системная организация терминологии как лексического пласта (на материале терминов самолетостроения современного немецкого языка): дис. кандидата пед. наук: 10.00.02. – Москва, 1974. – 226 с.

194. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.01. – Москва, 2014. – 179 с.

195. Филин Ф. П. О лексико-семантических группах слов // Езиковедски изследования в чест на акад. Ст. Младенов. – София,1957. – С. 524 – 536.

196. Харитонова И. В. Системное исследование язика: философско-методологический аспект: автореф. дис. на соиск. учен. степ. доктора филос. наук: 09.00.08 “Философия науки и техники”. – Москва, 2004. – 32 с.

197. Хаютин А. Д. Термин, терминология, номенклатура: учеб. пособ. – Самарканд, 1972. – 129 с.

198. Хомутова Т. Н. Язык для специальных целей (LSP): лингвистический аспект // Известия РГПУ им. Герцена. – 2008. – №71. – С. 96–106.

199. Циткіна Ф. А. Термінознавство на Україні й аспекти зіставних досліджень // Мовознавство. – 1993. – №2. – С.67–68.

200. Чередниченко О. І. Мова і культура у контексті глобалізації // Українознавство. – 2006. – № 3. – С. 154–157.

201. Черненко І. М. Антономічні відношення в українській термінології туризму / // Вісн. Нац. ун-ту “Львів. Політехніка”. – 2010. – № 675. – С. 183–186.

202. Чернышова Л. А. Отраслевая терминология в свете антропоцетрической парадигмы: монография. – Москва : Изд-во МГОУ, 2010. – 206 с.

203. Чикалова М. Лексико-семантичні відповідності перекладу понятійного апарату у сфері туристичної діяльності // Філологічні науки. – 2015. – Випуск 20. – С. 92–96.

204. Чипан И. М. Специальная и терминологическая лексика подъязыка морских специальностей (подводный флот): Дис. … кандидата филол. наук: 10.02.01. – Санкт-Петербург, 2000. – 267 с.

205. Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка: учеб. пособие для пед. ин-тов. – Изд. 2-е, испр. – Москва : Просвещение, 1972. – 327 с.

206. Шевлякова А. В. Субъязык как экзистенциальная форма язика // Университетские чтения – 2010 : Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Ч. II – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 84–94.

207. Шелов С. Д. Терминология, профессиональная лексика и профессионализмы (к проблеме классификации специальной лексики) // Вопросы языкознания. – 1984. – № 5. – С. 76–87.

208. Шелов С. Д. Еще раз об определении понятия “термин” // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского, 2010. –№4 (2). – С. 795–799.

209. Шило Н. І. Структурні типи українських технічних термінів (на матеріалі лісової та деревообробної термінології // Питання словотвору. – Київ, 1979. – С. 28−42.

210. Шипулина Г. И. Формирование туристской лексики в современном русском языке: автореф. дис. кандидата филол. наук: 10.02.01. – Москва, 1981. – 17 с.

211. Шмелёв Д. Н. Современный русский язык. Лексика. – Москва : Просвещение, 1977. – 335 с.

212. Шульжук Н. Функціонально-комунікативний підхід до вивчення мовних одиниць у процесі формування мовної особистості студента-філолога // Нова пед. думка. – 2011. – № 3. – С. 31–34.

213. Щур С. Г. О соотношении системы и поля в языке // Проблемы языкознания. – Москва : Наука, 1967. – С. 66–70.

214. Ягодкина М. В. Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности : автореф. дис. … кандидата филол. наук: 10.02.01. – Санкт-Петербург, 2009. – 31 с.

215. Bally Ch. Le langage figuré // Traité de stylistique française / 1er vol., 2nde édition, Paris Librairie c. Klincksieck, 11, Rue De Lille, 1909. – Pp.184 – 202.

216. Berlin B., Kay P. Basic colour terms: their universality and evolution / B. Berlin,– Berkley and Los Angeles, California: University of California Press, 1969. – 210 p.

217. Claridge C. Hyperbole in English: A corpus-based study of exaggeration. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 302 p.

218. Greenough J. B., Kittredge G. L. Words and their ways in English speech [Text]. – New York: Macmillan, 1961. – 431 p.

219. Hoffman L. A. A Cumulative Analysis of Scientific Texts // AILA 81: Proceedings. – Lund, 1981.

220. Postman N. Conscientious Objections: Stirring Uptrouble about Language, Technology and Education. – N. Y.: Alfred BCnopf Inc., 1988. – 201 p.

221. Sager J. C. English Special Languages. – Wiesbaden, 1980. – 368 p.

222. Sager J. C. Criteria for Measuring the Functional Efficacy of Term // Infoterm. Sep. 6. – Munich, 1981. – Pp. 194–217.

223. Teun A. van Dijk . Ideology: A Multidisciplinary Approach. – L.: Sage, 1998. – 366 p.

224. Trim J. L. M. Linguistic Considerations in Planning Courses and in the Preparation of Teaching materials // Languages for Special Purposes, CILT. – 1969. – Pp.18–24.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонов-Саратовский В. П. Беседы о туризме. – Москва : ГИЗ, 1930. – 160 с.

2. Анциферов Н. П. Теория и практика экскурсий по обществоведению. Ленинград, 1926. – С. 7 – 9.

3. Ахманова О. Словарь лингвистических терминов. – Москва : Сов. энциклопедия, 1969. – 607 с.

4. Балабанов И.Т., Балабанов А. И. Экономика туризма : учеб. пособие. – Москва : Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

5. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. – Київ : Інститут туризму федерації профспілок України, 1998. – 130 с.

6. Беккер К. Ф. Мифы Древнего мира. Всемирная история [Обраб. и науч. ред. Л. М. Лукьянова]. – Саратов: Надежда, 1995. – 714 с.

7. Белей Л., Белей О. Старослов'янсько-український словник. – Львів : Монастир Монахів Студит. Уставу. Вид. від. "Свічадо", 2001. – 332 с.

8. Бенуас Л. Знаки, символы и мифы. – Москва : АТС, 2006. – 158 с.

9. Березина В. Экскурсии и туризм: дискуссия конца 1920-х – начала 1930-х годов // Конструируя "советское"? Политическое сознание, повседневные практики, новые идентичности: материалы восьмой международной конференции студентов и аспирантов (18–19 апреля 2014 года, Санкт-Петербург). – Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2014. – С. 28–37.

10. Бибик С. П., Сюта Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків: Фоліо, 2006. – 623 с.

11. Биржаков М. Б., Никифоров В. И. Индустрия туризма: перевозки. – Санкт-Петербург : Издательский дом Герда, 2001. – 400 с.

12. Биржаков М. Б. Введение в туризм. – Санкт-Петербург : Издательский дом

Герда, 2007. – 576 с.

13. Благовещенский В. А. Туризм и альпинизм в системе военной и физической подготовки учащихся / В. А. Благовещенский. – Ч. 2: Техника альпинизма. – Москва : Учпедгиз, 1945. – 26 с.

14. Богданова Ж. А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні // Вісник ЖДТУ. – Сер.: Економічні науки. – 2009. – № 4 (50). – С. 194–197.

15. Божко Л. Д. Історія наукових досліджень туризму за часів СРСР (1920 – 1950 рр.) // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. “Історія та географія”. – 2013. – Вип. 47. – С. 130 – 137.

16. Божко Л. Д. Трансформаційні зміни наукової проблематики з досліджень туризму в СРСР у період 60–80–х рр. ХХ ст. // Вісник Харківської державної академії культури. – 2013. – Вип. 41. – С. 16 – 23.

17. Большая советская энциклопедия: В 30-ти томах: Том 26. Тихоходки-Ульяново / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва : Сов. энциклопедия, 1977. – 624 с.

18. Будзиновський А. Т. Туристика. – Львів, 1909.

19. Бузуль С. Столиця України. Короткий провідник для екскурсанта. – Харків : Держ.вид-во України, 1929. – 90 с.

20. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і доп.) / Уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – Київ; Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.

21. Воронкова Л. П. История туризма: учеб. пособие / Л. П. Воронкова. – Москва : Московский психолого-социальный институт; Воронеж : Издательство НПО “МОДЭК”, 2001. – 304 с.

22. Гаагская декларация по туризму, Гаага, 14 апреля 1989 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні : зб. нормат.-прав. актів / під заг. ред. В. К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – Київ, 2002.

23. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. – Київ : Вища школа, 1985. – 360 с.

24. Гарбар Г. А. Гостинність в соціокультурній сфері туризму як головний

предмет філософського аналізу [Текст] // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : Наук. вісник : зб. наук. праць / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Українська АН. – Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 27. – С. 273–278

25. Географічна енциклопедія України: У 3 т. – Київ, 1989–1993. – Т. 3. – С. 313.

26. Герасименко В. Г. Основи туристського бзнесу: навч. посіб. – Одеса: Чорномор'я, 1997. – 160 с.

27. Герд В. А. Экскурсионное дело. – Москва – Ленинград: Гос. изд-во, 1928 . – 121 с.

28. Година М. Екскурсії та туризм у шкільній та піонерській роботі. – Київ : Радянська школа, 1932. – 62 с.

29. Гурвич Л. Социалистическое строительство и пролетарский туризм. – Москва – Ленинград: ОГИЗ, 1931. – 45 с.

30. Даль В. И. Толковый словар живого великоруського язика: [В 4 т]. / [Предисл. А. М. Бабкина] / В. И. Даль. – Москва : Рус. яз., 1980. – Т. 1–4.

31. Деркачёв К. Арго-феня [Електронний ресурс]. – URL: https://www.proza.ru/2014/02/14/1491 (дата звернення: 22.12.2010)

32. Доклад Лиги Наций. Экономический комитет "Исследование туристской поездки как международного фактора". – Женева, 1937. – С. 8.

33. Долженко Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР. – Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 1988. – 192 с.

34. Домострой: Сост., вст. ст., пер. и комм. В. В. Колесова. – Москва : Сов. Россия, 1990. – 304 с.

35. Дубровський В. Словник московсько-український.– Київ : Рідна мова, 1918. – Т. 1: Словник московсько-український. – 546 с.

36. Духно П. І. Школа на селі та її громадська роль. – Харків : Держ. вид-во України, 1926. – 60 с.

37. Екологічна енциклопедія. – Київ, 2007. – Т. 1. – 432 с.; Київ, 2007. – Т. 2. – 416 с.; Київ, 2008. – Т. 3. – 472 с.

38. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Авт.-уклад.: В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – Київ : Видавничий Дім “Слово”, 2006. – 372 с.

39. Етимологічний словник української мови Я. Б. Рудницький. – Вінніпеґ, УВАН. – 1962–1972. – Т.1. – 968 с.

40. Етимологічний словник української мови: В 7 т. / АН УРСР Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні; Редкол. О. С. Мельничук (гол. редактор) та ін. – Київ : Наук. думка, 1982. – Т. 1. – 631 с.

41. Етимологічний словник української мови: В 7 т. / АН УРСР Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні; Редкол. О. С. Мельничук (гол.редактор) та ін. – Київ : Наук. думка, 1989. – Т. 3. – 552 с.

42. Етимологічний словник української мови: В 7 т. / АН УРСР Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні; Редкол. О. С. Мельничук (гол. редактор) та ін. – Київ : Наук. думка, 2003. – Т. 4. – 656 с.

43. Етимологічний словник української мови: В 7 т. / Уклад.: Р. В. Болдирєв та ін. – Київ : Наук. думка, 2006. – Т 5: Р–Т. – 704 с.

44. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебн. пособ. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – Москва : Изд-во “Кнорус”, 2006. – 192 с.

45. Закон України “Про сільський зелений туризм” Проект [Електронний ресурс]. – URL: http://icp.org.ua/ukr/zakon/akts/2005/08/18/zakon_ukraini_pro_si_206.html (дата звернення 12.10.2016)

46. Заячковська Г. Міжнародний туризм як економічна категорія // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє: зб. наук. праць. – Київ, 2010. – Вип. 14 –15. – С. 80–85.

47. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. – Москва : Финансы и статистика, 2000. – 368 с.

48. Ізюмов О. Українсько-російський словник: за новим правописом. – Харків ; Київ: Державне видавництво України, 1930. – 980 с.

49. Історичний словник українського язика: Т. 1: А–Ж. / Під ред. проф. Є. Тимченка. – Зошит ІІ: Г–Ж. – Харків–Київ: Українська радянська

енциклопедія, 1932. – 947 с.

50. Игнатьев А. А. Туристические формальности в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособ. – Москва: ГОУ ВПО “РЭА им. В. Г. Плеханова”, 2009. – 123 с.

51. История культуры Древней Руси. – Москва–Ленинград, 1948.

52. Как появился паспорт [Електронний ресурс]. – URL: http://qiq.ru/11/10/2009/news/199413/kak_pojavilsja_pasport.html (дата звернення: 30.11.2013)

53. Карамзин Н. М. Предания веков. Сказания, легенды, рассказы из “Истории государства Российского”. – Москва: Правда, 1988. – С. 48 – 49.

54. Карасева Т. Создать полноценный путеводитель по Крыму // НСиНМ. – 1941. – №3. – С. 30.

55. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. – Москва : Эксмо, 2006. – 671 с.

56. Комсомольская правда. – 1926. – 17 декабря.

57. Конституційне право [Електронний ресурс]. – URL: http://bibliograph.com.ua/konstitucionnoe-pravo-1/64.htm (дата звернення: 12.06.2012)

58. Костюкова О. М. Розвиток краєзнавчо-екскурсійної справи в Україні в 20-х роках XX ст.: автореф. дис. на здобуття вченого ступеня кандидата історичних наук. – Харків, 2003. – 20 с.

59. Котляров Е. А. География отдыха и туризма: формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. – Москва : Мысль, 1978. – 238 с.

60. Крачило Н. П. Основы туризмоведения. – Київ : Вища школа, 1980. – 118 с.

61. Крыленко Н. За принципиальную четкость. – Москва–Ленинград : ГИЗ Ф-ра и туризм, 1931. – 40 с.

62. Кручек О. А. Туризмологія: процес формування теорії туризму // Наукові записки КУТЕП. Серія: “Філософські науки”. – Вип. 8. – Київ : КУТЕП, 2010.– С. 139 – 166.

63. Кто такие бэкпекеры? // Ва-Банк. – 2010. – № 43 (257). – С. 19.

64. Кусерова А. И., Ковшов В. П. Туризм как объект исследования в истории

географической науки [Електронний ресурс]. – URL: http://geoeko.mrsu.ru/2010-l/PDF/Kuserova.pdf (дата звернення: 23.07.2011)

65. Левченко М. Опыт русско-украинского словаря. – Київ, 1874. – 188 с.

66. Літературознавчий словник-довідник: 2-ге вид. / [за ред. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів]. – Київ : Академія, 2006. – 752 с.

67. Любіцева О. О., Бабарицька В. К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. – Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 335 с.

68. Любовець О. М. З історії розвитку туризму на українських землях // Наукові записки КУТЕП: зб. наук. праць. Серія: філософські науки. – Київ : КУТЕП, 2009. – Вип. 6. – С. 132 – 143.

69. Макаренко С. Н., Саак А. Э. История туризма. – Таганрог : Издательство ТРТУ, 2003. – 94 с.

70. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібн. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2004. – 272 с.

71. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. – Київ : Знання, 2008. – 661с.

72. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посібн. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

73. Манильская декларация по социальному воздействию туризма // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні : зб. нормат.- прав. актів / під заг. ред. В. К. Федорченка ; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – Київ : Юрінком Інтер, 2002.

74. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 144 с.

75. Миловидов Л. Краєзнавство в школі. – Харків : Держ.вид-во України, 1929. – 146 с.

76. Митрополит Іларіон. Етимологічно-семантичний словник української мови / За ред. Ю. Мулика-Луцика. – Вінніпег : Накладом товариства "Волинь", 1979. – Т. 1. – 365 с.

77. Митрополит Іларіон. Етимологічно-семантичний словник української мови / За ред. Ю. Мулика-Луцика. – Вінніпег : Накладом товариства “Волинь”, 1982. – Т. 2. – 400 с.

78. Митрополит Іларіон. Етимологічно-семантичний словник української мови / За ред. Ю. Мулика-Луцика. – Вінніпег : Накладом товариства “Волинь”, 1988. – Т 3. – 415 с.

79. Мойнихан Б. Ловушка для туриста. – Пан Букс, 1985. – С. 142.

80. Московсько-український словник. – Київ : Т-во “Час”, 1918. – 248 с.

81. Новоторговый устав 1667 г. [Електронний ресурс]. – URL: http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/novotorg.htm (дата звернення: 23. 05. 2013)

82. О ликвидации Всесоюзного общества пролетарского туризма и экскурсий: Постановление ЦИК СССР от 17 апр. 1936 г. // На суше и на море. – 1936. – № 5.

83. Орлов И. Б., Юрчикова Е. В. Массовый туризм в сталинской повседневности. – Москва : РОССПЭН; Фонд “Президентский центр Б. Н. Ельцина”, 2010. – 224 с.

84. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посіб. [Електронний ресурс]. – URL: http://mobile.pidruchniki.com/1541010443808/turizm/kartografichna_pidgotovka_turista (дата звернення: 25.06.2013)

85. Паспортная система в России [Електронний ресурс]. – URL: http://apxiv.ucoz.ru/publ/istorii_bit/obychai/pasport/18-1-0-54. (дата звернення: 09. 01. 2014)

86. Патик Л. Л. Техніко-криміналістичне дослідження підробленого паспорта громадянина України [текст]: навч. посібник. – Київ : “Центр учбової літератури”, 2013. – 142 с.

87. Писаревський І. М., Рябєв А. А. Матеріально-технічна база готелів: підручник; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 286 с.

88. Піскунов Ф. Словниця Українськоі (або Юговоі-Руськоі) Мови. – Одеса, 1873. – 152 с.

89. Погребецький М. Туристова пам’ятка. – Харків : Фізкультура, 1928. – 32 с.

90. Погребецький М. Туризм і краєзнавство // Культробітник. – 1929. – № 15–16. – 126 с.

91. Полный толковый словарь всѣхъ общеупотребительныхъ иностранныхъ словъ, вошедшихъ въ русскій языкъ съ указаніемъ корней: настольная справочная книга для всѣхъ и каждаго при чтеніи книгъ, журналовъ и газетъ. – Москва : Изд. А. Д. Ступина; Издание 18-е, испр. и доп., 1905. – 776 с.

92. Про туризм: Закон України // Відомості Верховної Ради. – 1995. – № 31. – С. 241.

93. Проблемы конструктивной географии: теоретические основы рекреационной географии: монография / [кол. авторов; отв. ред. В. С. Преображенский]. – Москва : Наука, 1975. – 224 с.

94. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

95. Райков Б. Е. Методика и техника экскурсий. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. ; Л.м: ГИЗ, 1930. – 114, [2] с.

96. Реймерс Н. Ф. Природопользование: словарь-справочник. – Москва, 1990. – 697 с.

97. Родькин П. Е. Визуальная политика. Фирменный стиль России. – Москва : “Издательство “Совпадение”, 2007. – 160 с.

98. Русский экскурсант. – Ярославль, 1914. – №3. – С. 122.

99. Рухлов Ю. В. История развития туристско-экскурсионного дела / Ю. В. Рухлов. – Москва : ЦРИБ “Турист”, 1989. – 77 с.

100. Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР и иностранными государствами. – Вып. XXI. – М., 1957. – С. 259.

101. Словар чужих слів (12 000 слів чужого походження в українській мові). Передмова [зібрали Зенон Кузеля, Микола Чайковський] / Зредагував Зенон Кузеля. – Чернівці : Друк. т-ва “Руска Рада”. – 1910. – С. IV – VIII.

102. Словарик: Пояснення чужих та не дуже зрозумілих слів / Уклад. В. Доманицький. − Київ, 1906. − 128 с.

103. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / под ред. Ф.Н. Берга. – Москва : Типолитогр. Т-ва И. Н. Кушнарева и К, 1901.

104. Словарь української мови: У 4 т. / Упор. з додатком власного матеріалу Б. Грінченко. – Київ, 1909. – Т.3. – 506 с.

105. Словарь української мови: У 4 т. / Упор. з додатком власного матеріалу Б. Грінченко. – Київ, 1909. – Т. 4. – 563 с.

106. Словарь иностранных слов. Составлен бригадой государственного института “Советская Энциклопедия”. С приложением таблиц и грамматики, составленной Юмашевым Н. В. – Москва : Изд-во Советская энциклопедия, 1937. – 728 с.

107. Словник чужих слів, що вживаються в українській мові / Уклад. З. Пиптенко. – Київ : Поступ, 1918. – 256 с.

108. Словник транспортової термінології. (Проєкт). Всеукраїнська академія наук, науково-дослідний інститут мовознавства, сектор термінології та номенклятури, “Українська радянська енциклопедія”, 1932. – 370 с.

109. Словник чужомовних слів / За ред. О. Бадана-Яворенка. – Київ, Українська радянська енциклопедія, 1932. – 532 с.

110. Словник іншомовних слів / За редакцією члена-кореспондента АН УРСР О. С. Мельничука. – Київ : Головна редакція Української радянської енциклопедії Академії наук Української РСР, 1974. – 776 с.

111. Словник староукраїнської мови XIV – XV ст. У 2 т. / Ред. колегія: Д. Г. Гринчишин та ін. – Київ : Наукова думка, 1977. – Т. 1. – 632 с.

112. Словник староукраїнської мови XIV – XV ст.: У 2 т. / Ред. колегія: Д. Г. Гринчишин та ін. – Київ : Наукова думка, 1978. – Т. 2. – 592 с.

113. Словник української мови: В 11 т. / [ред. кол.: І. К. Білодід (голова) та ін.]. – Київ : Наук. думка, 1970–1980.

114. Словник іншомовних слів / Уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. – Київ : Наук. думка, 2000. – 680 с.

115. Словник тропів і стилістичних фігур / автор-укладач В. Ф. Святовець. – Київ : ВЦ “Академія”, 2011. – 176 с.

116. Соборное Уложение 1649 года [Електронний ресурс]. – URL: http://www.tinlib.ru/gosudarstvo_i_pravo/sobornoe_ulozhenie_1649_goda/p7.php (дата звернення: 11.04.2013)

117. Советский энциклопедический словарь. – Москва : Советская Энциклопедия; Издание 2-е., 1980. – 1600 с.

118. Соколова М. В. История туризма: учеб. пособ. – Москва : Мастерство, 2002. – 352 с.

119. Срезневский И. И. Словарь древнерусского язика: В 3 т. – Москва : Книга, 1989. – Т 1–3.

120. Старий Заповіт. Книга Неємії. Глава 2 [Електронний ресурс]. – URL: http://days.pravoslavie.ru/Bible/B_neem2.htm (дата звернення: 11.04.2013)

121. Таможенный кодекс Российской Федерации: История [Електронний ресурс]. – URL: http://www.tkod.ru/ (дата звернення: 27. 04. 2013)

122. Тейтель І. В. Виставочна справа / І. В. Тейтель. – Харків: Держ. вид-во України, 1927. – 156 с.

123. Терпило П. і П. Словник російсько-український. – Київ, 1918. – 304с.

124. Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові: Правопис, граматика [Текст] : 10000 слів: для студ. вищих та серед. навч. закл. / О. М. Сліпушко. – Київ : Криниця, 2000. – 512 с.

125. Тлумачний словник української мови: Понад 12500 статей (близько 40000 слів) / За ред. д-ра філол. наук, проф. В. С. Калашника. – 2-ге вид., випр. і доп. – Харків: Прапор, 2005. – 992с.

126. Толковый словарь русского языка: В 4 т./ Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Гос. ин-т “Сов. энцикл.”; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940.

127. Топоров В. Н. Путь // Мифы народов мира. Энциклопедия. Глав. ред. С. А. Токарев. – Москва : Сов. Энциклопедия – Т.2. – 1992. – С. 252.

128. Транченко Л. В. Сільський туризм як перспективний напрям зайнятості на селі // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 104–110.

129. Туризмологія: Концептуальні засади теорії туризму [науково-навчальне видання] / Керівники проекту та відповід. редактори: Пазенок В. С., Федорченко

В. К. – Київ : КУТЕП, 2008. – 825 с.

130. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Советский спорт, 1999. – 664 с.

131. Турист-активист. – 1932. – №3. – 14 с.

132. Українська радянська енциклопедія (УРЕ) : в 12 т. – 1974–1985. [Електронний ресурс]. – URL: http://leksika.com.ua/ure/ (дата звернення: 15. 07. 2013)

133. Усманова А. Р. Код // Постмодернизм. Энциклопедия [под ред. Грицанова А. А., Можейко М. А.] – Минск : Интерпрессервис: Книжный дом, 2001. – С. 289–293.

134. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму: навч. посіб. – Київ : Альтерпрес, 2005. – 320 с.

135. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / [Г. Б. Мунін, та ін.]; за ред. члена-кор. НАН України, д.е.н., професора С. І. Дорогунцова. – Київ : Ліра_К, 2005. – 520 с.

136. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: навч. посіб. / Передм. В. А. Смолія. – Київ : Вища шк., 2002. – 195 с.

137. Федорченко В. К., Костюкова О. М., Дьорова Т. А., Олексійко М. М. Історія екскурсійної діяльності в Україні: навч.посіб. – Київ, Кондор. – 2004. – 166 с.

138. Філянський М. Короткий путівник. – Харків : Держ.вид-во України, 1928. – 350 с.

139. Фланер[Електронний ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki (дата звернення: 12.12.2012)

140. Холловей Дж. К., Тейлор Н. Туристический бізнес: Пер. с 7-го англ. изд. – Київ : Знання, 2007. – 798 с.

141. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. – Київ : Знання, 2013. – 334 с.

142. Шпеник Т. К. Європейська практика функціонування закладів сільського зеленого туризму. Аналіз WEB-ресурсів [Електронний ресурс]. – URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/7157-17742-1-PB.pdf.(дата звернення: 18.12.2015)

143. Яворницький Д. Словник української мови. – Катеринослав: Слово, 1920. – Т. 1 (А–К). – 412 с.

144. 30000 иностранныхъ словъ, вошедшихъ въ русскій языкъ, съ объясненіемъ ихъ корней / Сост. По словарямъ: Гейзе, Рейфа и другихъ, Михельсонъ. – Москва, 1870. – [3], 771 с.

145. Hunziker W., Krapf K. Grundriß Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre // Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels. – Zurich : Polygraph, 1942. – № 1. – 392 p.

146. Layton S.The Divisive Modern Russian Tourist Abroad: Representations of Self and Other in the Early Reform Era // Slavic Review. 2009 (Winter). Vol. 68. – N 4. – P. 852.

147. McReynolds L. Russia at Play. – P. 155.

148. Theobald W. Global tourism. – Oxford : Butterworht-Heinemann, 1998. – P. 6–7998.

149. Tourism development after the crises : global imbalances-poverty alleviation / edited by Peter Keller, Thomas Bieger; with contributions by Thomas Bieger ... [et al.] ; [International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST)]. – Berlin : Erich Schmidt, 2011. – 248 p.

ДОДАТОК А

ТЕМАТИЧНИЙ ПОКАЖЧИК СУЧАСНОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Базова лексика туризму:

1. туризм;
2. турист;
3. тур;
4. похід;
5. подорож;
6. мандрівка;
7. місце продажу (реалізації) туристичних послуг;
8. місце надання туристичних послуг;
9. туроперейтинг;
10. туризмознавство (туризмологія);
11. туристична індустрія;
12. туристична інфраструктура;
13. туристичний об’єкт;
14. туристична траса;
15. туристичний продукт;
16. туристичний попит;
17. туристичний пакет;
18. туристична послуга;
19. туристичний ринок;
20. туристичний центр;
21. туристичні ресурси;
22. туристичні витрати;
23. туристична привабливість;
24. туристична пропозиція;
25. туристична виставка;
26. туристична стежка;
27. туристична територія;
28. туристичне планування;
29. туристичний комплекс;
30. туристичний напрямок;
31. туристичний об’єкт;
32. туристичний обмін;

33. туристичний ярмарок;
34. туристичні кадри;
35. туристське спорядження;
36. туристська сезонність;
37. туристські потоки;
38. туристський маршрут;
39. туристський притулок;
40. туристський рух;
41. туристський похід;
42. туристський поїзд;
43. туристська група;
44. туристський візит;
45. туристський автобус;
46. туристська путівка;
47. туристська станція;
48. туристський намет;
49. агентські (конфіденційні) тарифи;
50. життєвий цикл турпродукту;
51. естетика туризму;
52. етика туризму;
53. комунікативна культура туризму;
54. контроль якості послуги (обслуговування);
55. кон’юктура туристичного ринку;
56. ліцензування туристичної діяльності;
57. рівень якості послуги (обслуговування);
58. система якості турпослуг;
59. сертифікація туристичних послуг;
60. статистика туризму;
61. супутні туристичні послуги та товари;
62. характерні туристичні послуги та товари;
63. якість обслуговування;
64. якість послуги;

назви видів туризму:

65. активний;
66. пасивний;
67. зовнішній (міжнародний (в’їзний (іноземний) – виїзний (зарубіжний);
68. внутрішній;
69. національний (сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного));

За характером організації подорожі:

70. індивідуальний;
71. груповий;
72. організований (плановий, позаплановий (гарячі путівки));
73. неорганізований (дикий, аматорський);
74. самодіяльний (клубно-секційний);
75. сталий (м'який, туризм мінімального впливу, відповідальний туризм, екологічно свідомий туризм, альтернативний);

За соціо-демографічними ознаками:

76. дитячий;
77. шкільний (класний, гуртковий);
78. молодіжний (юнацький, студентський);
79. туризм для середнього віку;
80. туризм для людей похилого віку (туризм третього віку, туризм літніх людей, пенсійний туризм);
81. сімейний туризм (туризм сімейний без дітей, туризм сімейний з дітьми, багатосімейний туризм);
82. туризм змішаний (туризм для різних вікових груп, гендерно змішаний туризм);
83. туризм для жінок (жіночий туризм);
84. туризм для чоловіків (чоловічий туризм);
85. туризм для нетрадиційних сексуальних меншин (гей-туризм, туризм для лесбіянок, гомосексуальний туризм, транссексуальний туризм, бісексуальний туризм, glвт-туризм (категорія споживачів glвт –лгбт (лесбіянки, геї, бісексуали, транссексуали);
86. туризм для самотніх;
87. туризм для осіб з фізичними і розумовими вадами (туризм для сліпих, туризм для глухонімих, туризм для людей з обмеженими можливостями, інвалідний туризм, реабілітаційний туризм, корекційно-освітній туризм, доступний туризм);
88. корпоративний (туризм за професійним складом);

За охопленням території:

89. місцевий;
90. далекий;
91. транзитний (транскордонний);
92. прикордонний (сусідський);

93. внутрішньоконтинентальний;
94. міжконтинентальний;
95. навколосвітній;
96. міжрегіональний;
97. регіональний;
98. внутрішньо регіональний;

За формою організації подорожі та обслуговування:

99. стаціонарний;
100. рухомий (кочовий);
101. таймшер туризм;
102. клубний туризм (хобі-туризм, party-туризм);
103. туризм готельного типу;
104. туризм не готельного типу;

За видами діяльності:

105. спортивний;
106. культурно-пізнавальний;
107. лікувально-оздоровчий;
108. спортивно-оздоровчий;
109. науковий;
110. діловий;
111. пригодницький;
112. екзотичний;
113. медичний;
114. кінний;
115. екологічний (альпінізм, каньйонінг, рафтинг, каякінг, дайвінг);
116. релігійний (паломництво);
117. етнографічний;
118. шоп-тури;
119. фототуризм;

За способом пересування:

120. авіаційний (повітряний, парашутний);
121. автотуризм (автомобільний туризм, мототуризм, туризм на власному автомобілі, караванінг-туризм, автобусний туризм, автосафарі-туризм);
122. велосипедний (велотуризм);
123. залізничний;
124. водний (річковий, морський, озерний);

125. підводний (дайвінг-туризм, підводний туризм, снорклінг, туризм на підводному човні, фрі-дайвінг (або апноє);
126. пішохідний (трекінг-туризм);
127. в'ючний (кінний туризм, екіпажний туризм);
128. космічний;
129. маршрутний;
130. змішаний;

За сезонністю та інтенсивністю туристських потоків:

131. постійний (цілорічний);
132. сезонний (односезонний, двосезонний);
133. міжсезонний;
134. літній;
135. зимовий;

Сезони туристичної активності:

136. сезон пік;
137. сезон високий;
138. сезон низький;
139. сезон мертвий;

За тривалістю перебування туристів у подорожі:

140. короткочасний (не більше трьох діб);
141. довготривалий (від 3 діб до 1 року) *(н-д, дайв-сафарі);*
142. вікенд-туризм (туризм вихідного дня);
143. нічний туризм;

За принципом оплати та організацією продаж:

144. VIP-туризм (елітний туризм, твердий туризм);
145. комерційний;
146. соціальний;
147. інсентив-туризм (заохочувальний туризм);
148. рекламні тури (інфотур);

За метою подорожі:

149. туризм автостопом;
150. агротуризм (аграрний туризм);
151. алкотуризм (алкогольний туризм, п'яний туризм);

152. апітуризм (медовий туризм, бджолиний туризм);
153. археологічний туризм;
154. астрономічний (зоряний туризм, місячний);
155. бідняцький (туризм в нетрі);
156. білий туризм (зимовий);
157. благодійний туризм;
158. болотний туризм;
159. весільний туризм;
160. винний туризм;
161. військовий туризм (воєнний, мілітарі, зброярський);
162. віскі-туризм;
163. гастрономічний туризм;
164. геотуризм туризм;
165. глибокий туризм (етнічний);
166. грибний туризм;
167. демонологічний туризм (туризм за привидами);
168. джайло-туризм (життя в племені);
169. діловий туризм (бізнес-туризм, місе-туризм);
170. екзотичний туризм (нетрадиційний);
171. екологічний туризм (природний, зелений);
172. економний туризм (заощадливий, гарячі тури);
173. екстремальний туризм (адреналіновий);
174. етнічний туризм (ностальгічний, етнографічний);
175. ігровий туризм (розважальний);
176. індустріальний туризм (промисловий);
177. інтернет-туризм;
178. історичний туризм (історико-культурний);
179. експедиція;
180. кавовий туризм;
181. карнавальний туризм;
182. туризм катастроф (туризм стихійних лих);
183. китовий туризм;
184. кінотуризм;
185. конференц-туризм;
186. коньячний туризм;
187. креативний туризм;
188. культурний туризм;
189. лісовий туризм;
190. літературний туризм (книжковий);

191. мисливський туризм (аутфітер-тур);
192. медичний туризм (лікувально-оздоровчий, оздоровчий, лікувальний, пологовий);
193. медіа-туризм (прес-тур);
194. мобільний туризм;
195. мовний туризм (лінгвістичний);
196. могильний туризм (цвинтарний, некропольний);
197. модний туризм;
198. музичний туризм;
199. музейний туризм;
200. навчальний туризм (науковий, освітній, інтелектуальний);
201. наркотуризм (туризм залежностей);
202. небезпечний туризм;
203. орхідейний туризм;
204. острівний туризм;
205. парфумерний туризм;
206. пивний туризм;
207. підводний туризм;
208. пляжний туризм;
209. політичний туризм (дипломатичний);
210. пригодницький туризм;
211. психологічний туризм (комфортний);
212. пустельний туризм;
213. рекреаційний туризм;
214. релігійний туризм (паломницький, езотеричний, сакральний);
215. рибальський туризм;
216. романтичний туризм;
217. садово-парковий туризм (садовий, парковий, квітковий);
218. сексуальний туризм (інтим-туризм, галантний, куртуазний);
219. сигарний туризм;
220. сирний туризм;
221. спелеологічний туризм (спелеотуризм);
222. *спортивний туризм:*
    - пішохідний
    - лижний
    - гірський
    - водний
    - спелеотуризм
    - вітрильний

- на засобах пересування (велосипедні, кінні та авто-мотоподорожі)
- комбінований

223. стоматологічний;
224. суїцидальний (туризм для самогубців);
225. тедді-беар туризм (туризм іграшок);
226. тематичний туризм (подієвий туризм, івент-туризм);
227. темний туризм (чорний, некропольний, танатотуризм, туризм суму);
228. термальний туризм (геотермальний туризм);
229. толкін-туризм;
230. туризм для домашніх тварин;
231. туризм солодощів (солодкий туризм);
232. уфо-туризм (нло-туризм, урологічний туризм);
233. фермерський туризм;
234. фототуризм;
235. фруктовий туризм;
236. шоколадний туризм (какао-туризм);
237. шопінг-туризм;
238. червоний туризм;
239. чорний туризм;
240. ягідний туризм;
241. ядерний туризм;

назви туристичних маршрутів:

242. маршрут;

за способом пересування:

243. теплохідний;
244. авіаційний;
245. автобусний;
246. залізничний;
247. комбінований;

за особливостями побудови траси:

248. лінійні;
249. кільцеві;
250. радіальні;
251. комбіновані;

за охопленням території :

252. місцеві;
253. дальні (міжрегіональні);
254. зарубіжні (виїзні);

за способом пересування:

255. пасивні;
256. активні;

за сезонністю:

257. цілорічні;
258. сезонні;

за тривалістю:

259. одноденні;
260. короткострокові (3–6 днів);
261. багатоденні (більше 7 днів);

за інтенсивністю використання:

262. постійні;
263. тимчасові;
264. маршрути одноразового проходження;

за складністю:

265. загальнодоступні;
266. нескладні;
267. категорійні;

за формою побудови:

268. інклюзив-тури;
269. пекідж-тури;

залежності від змісту програм обслуговування:

270. тематичні тури;
271. паушальні тури;
272. курортно-оздоровчі;
273. спортивні тури;
274. комбіновані тури;
275. паломницькі тури;
276. шоп-тури тощо.

за формою організації подорожі:

277. VIP – тури;
278. тури A la carte;
279. тури Stop-over;
280. Set-тури;
281. велнес-тур;
282. джип-сафарі тур;
283. інформаційний (ознайомлювальний) або рекламний тур (фем-тур);
284. тур “Система фортуна”.

за відношенням до життєвого циклу туристичного продукту:

285. основні;
286. підтримуючі;
287. стратегічні тури;
288. тактичні тури;

назви базового спорядження для походу:

289. аптечка;
290. батарейки;
291. баул;
292. гамак;
293. гермомішок (гермосумка);
294. дощовик;
295. запальничка;
296. засоби гігієни;
297. казанок;
298. карта;
299. компас;
300. килимок (каремат);
301. кишеньковий ніж або мультитул;
302. КЛМН (кухоль, ложка, миска, ніж);
303. кресало;
304. ліхтарик;
305. намет (палатка);
306. паракорд (мотузка);
307. ремнабір (нитки, голка, дріт, суперклей, армований скотч та ін.);
308. рюкзак;
309. сірники;
310. спальний мішок (спальник);
311. телефон і павербанк з кабелем;
312. термос;
313. трекінгові палиці;
314. трут (розтопка для вогню);
315. GPS-навігатор;
316. фотоапарат;
317. фляга для води;

назви підприємств туризму:

318. туристичний оператор:
319. туроператор масового ринку;
320. спеціалізований туроператор;
321. туроператор внутрішнього ринку;

322. туроператор зовнішнього ринку;
323. міжнародний туроператор:
324. аутгоінговий туроператор (ініціативний, відправний);
325. флайтер (абсолютний флайтер, відносний флайтер);
326. нон-флайтер;
327. інкамінговий туроператор (рецептивний, приймальний);
328. інсайд-туроператор;
329. туристичне агенство;
330. агентство подорожей;
331. туристичне бюро;
332. екскурсійне бюро;
333. бюро реалізації туристсько-екскурсійних послуг;
334. бюро обслуговування;
335. туристичний клуб;
336. туристична секція;
337. туристична фірма;
338. туристично-інформаційний центр;
339. туристсько-екскурсійний гурток;
340. туристський клуб;
341. турброкер;

найменування осіб в туризмі:

342. агротурист;
343. автотурист;
344. аплікат;
345. апатрид;
346. аполід;
347. бізнес-турист;
348. біженець;
349. бекпекер;
350. бердвотчер;
351. біпатрид;
352. біполід;
353. відвідувач-резидент;
354. відвідувач-нерезедент;
355. вимушений переселенець;
356. внутрішній турист;
357. внутрішній відвідувач;
358. відвідувач (візитер);
359. ґастарбайтер;

360. ґлобтротер;
361. груповий турист;
362. драйвер;
363. екскурсант;
364. емігрант;
365. імігрант;
366. індивідуальний турист;
367. іноземець;
368. мандрівник;
369. мешканці прикордонних територій;
370. міжнародний (іноземний) турист;
371. міжнародний відвідувач;
372. одноденний відвідувач;
373. особа без громадянства;
374. паломник;
375. пасажир;
376. пішохідний турист;
377. прочанин;
378. резидент;
379. нерезидент;
380. сімейний турист;
381. споживач туристичної послуги;
382. тенденційний турист;
383. транзитний турист;
384. турист-автостопщик;
385. флешпекер;
386. фридрайвер;
387. хічхайкер;
388. типи туристів:
389. - за типом темпераменту : холерик, сангвінік, флегматик, меланхолік;
390. - за соціонічним типом : професор, майстер, аналітик;
391. - за статтю : чоловіки, жінки;
392. - за віком: діти, підлітки, юнацтво, особи середнього та зрілого віку;
393. - за професією : інженер, викладач, економіст…;
394. - за освітою : із середньою освітою, вищою..
395. - за сімейним станом : одружені, неодружені, розлучені;
396. - за психологічним типом : психоцентрики та егоцентрики;
397. - за приналежністю до певної референтної групи: інтелігенція, робітники, службовці;

398. - розподіл за типами відповідно до переваг туристів : активний, пасивний відпочинок; з метою лікування; з метою ознайомлення з визначними місцями;
399. - залежно від рівня доходів та вимог до якості обслуговування : елітні туристи, заможні, з середнім достатком, невеликими достатками, аутсайдери;
400. - за ступенем організованості: самоорганізовані, користуються послугами організаторів;
401. Для мети туризму і статистики виділяють наступні вікові категорії туристів:
402. 0–2 роки – інфант (грудна дитина);
403. 3–12 – дитина;
404. 14–18 – школяр;
405. 18– 25 – молодь;
406. 18–25/26/28 – студенти;
407. 26–44 – дорослі;
408. 45–64 – дорослі;
409. 65 років і старші – пенсіонери;
410. туристи середнього віку (від 35–55 років) (35 – 55 років) – економічно активні, відпочивають сім'ями (35 – 44 роки); економічно активні, але не обтяжені дітьми "спорожнілі гнізда"– (45–55 роки);
411. туристи третього віку: (від 55 до 64; від 65 – 74; від 75 років і старші);
412. група туристів;

найменування працівників туристичної індустрії:

413. агент з організації туризму;
414. агент туристичний;
415. адміністратор;
416. адміністратор залу;
417. адміністратор черговий;
418. альпініст;
419. аніматор;
420. бармен;
421. бариста;
422. басбой;
423. белбой;
424. бортпровідник (стюард);
425. вітольє;
426. водолаз;
427. гід-перекладач;

428. готельєр;
429. готельний критик;
430. директор / начальник відділу турагентства;
431. дворецький;
432. екскурсовод;
433. екіпаж літака;
434. завідувач бюро подорожей;
435. інструктор-провідник;
436. інструктор-методист із туризму;
437. інструктор оздоровчо-спортивного туризму (за видами туризму);
438. інспектор з туризму;
439. кавіст;
440. каптестер;
441. кейтерьє;
442. керівник туристичної групи;
443. керівник департаменту з туризму в органах виконавчої влади (на державному та регіональному рівні);
444. консультант з питань страхування в туризмі;
445. консультант з подорожей, консультант (в апараті органів державної влади);
446. кондитер;
447. консьєрж;
448. кухар;
449. лайфґард ;
450. менеджер із туризму;
451. менеджер із туристичного напряму;
452. менеджер із внутрішнього туризму;
453. менеджер із міжнародного туризму;
454. метрдотель (менеджер зали);
455. MICE-менеджер;
456. event-менеджер;
457. нічний аудитор;
458. організатор туристичної і готельної діяльності;
459. організатор подорожей (екскурсій);
460. оргсекретар (асоціації, союзу, федерації туризму);
461. пілот;
462. перекладач;
463. перевізник;
464. портьє;

465. покоївка;
466. провідник;
467. ресторатор;
468. рятувальник на пляжі;
469. сезонний робітник;
470. сомельє;
471. спеціаліст з митних операцій;
472. спортивний інструктор;
473. супроводжувач туристської групи;
474. су-шеф;
475. титестер;
476. торседор;
477. трансфермен;
478. туризмознавець;
479. фахівець із розвитку сільського туризму;
480. фахівець із туристичного обслуговування;
481. фахівець із конференц-сервісу;
482. фахівець із організації дозвілля;
483. фахівець із спеціалізованого обслуговування в туризмі;
484. фахівець із питань безпеки в туризмі;
485. фахівець туристичного супроводу;
486. фахівець із гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси тощо);
487. фахівець із готельної справи;
488. фахівець із ресторанної справи;
489. флайт-менеджер;
490. фрилансер;
491. фотограф;
492. фумельє;
493. хостес;
494. черговий у більярдній залі;
495. черговий інформаційно-довідкової служби;
496. швейцар;
497. шеф-кухар;
498. яхтсмен;

назви процесів у туризмі та лексика, яка з ними пов’язана:

499. аналіз проекту;
500. аналіз відгуків клієнтів;
501. анулювання замовлення;

502. анулювання поїздки;
503. анулювальні терміни;
504. анулювальний штраф;
505. анулювання своєчасне;
506. анулювання пізнє;
507. бронювання турів;
508. бронювання квитків;
509. бронювання готелів;
510. визначення методів контролю якості;
511. внесення змін в схему маршруту після обкатування;
512. внутрішнє туристичне споживання;
513. гуртова реалізація;
514. документальне забезпечення туру;
515. дослідження попиту;
516. дослідження туристичних ресурсів за маршрутом;
517. зарубіжне (виїзне) туристичне споживання;
518. затвердження технологічної документації;
519. іноземне (в’їзне) туристичне споживання;
520. калькуляція;
521. методичне забезпечення маршрутів;
522. неприбуття;
523. обслуговування клієнтів турфірми;
524. онлайн-реєстрація;
525. організація перевезень;
526. організація туристичних заходів;
527. оплата за фактом надання послуг;
528. оформлення багажу;
529. перспективне планування;
530. перевірка документів та відомостей;
531. перевірка і нагляд за якістю сервісного забезпечення туру;
532. підготовка кадрів;
533. підтвердження замовлення;
534. підтвердження заброньованих послуг;
535. післяпродажне обслуговування;
536. пожвавлення програми туру; просування туристичного продукту;
537. порядок оплати замовлення;
538. прямий продаж;
539. проектування (розпрацювання) турів;
540. побудова моделі туру;

541. побудова траси маршруту;
542. прикордонний обмін;
543. пробне обкатування маршруту без клієнтів;
544. продаж за комісійні;
545. реалізація екскурсійної програми;
546. реалізація туристичних послуг;
547. реєстрація пасажирів;
548. роздрібний продаж;
549. розрахунок вартості путівки;
550. розпрацювання схеми безпеки на маршруті;
551. розпрацювання паспорту маршруту;
552. стимулювання продажу турпродукту;
553. узгодження паспорту із відповідними інстанціями;
554. укладання угод щодо сервісного забезпечення турпродукту;
555. фрахтування;

назви на позначення туристичних формальностей:

556. *документи та інформаційні матеріали підприємства*:
557. договір чартеру (фрахтування),
558. дозвіл на право здійснення туристичного супроводу;
559. заявка на індивідуальних туристів;
560. калькуляція;
561. каталог туроператора;
562. ліцензія;
563. рекламація (претензія);
564. паспорт туристичного маршруту;
565. програма туристичного обслуговування туристів;
566. технологічна карта туристичної подорожі;
567. туристичний довідник;
568. туристичний журнал;
569. туристична карта;
570. *документи для оформлення замовлення*:
571. договір на туристичне обслуговування;
572. лист замовлення,
573. лист бронювання,
574. підтвердження бронювання;
575. *документи для клієнта:*
576. агентський договір;
577. багажна квитанція;
578. дорожній чек;

579. *віза:*
580. аеропортна віза (тип “A”);
581. транзитна віза (тип “B”);
582. короткострокова віза (тип “C”);
583. довгострокова віза (тип “D”);
584. віза для возз’єднання сім’ї (партнерська віза);
585. віза для укладення шлюбу;
586. ділова віза;
587. дипломатична віза;
588. електронна віза;
589. електронний квиток;
590. журналістська віза;
591. іміграційна віза;
592. робоча віза;
593. студентська віза;
594. туристична віза;
595. візова анкета;
596. візова етикетка;
597. інформаційний листок;
598. карта прибуття;
599. квиток на транспорт;
600. комбінований квиток;
601. пам’ятка;
602. посадковий талон;
603. реєстраційна картка;
604. страховий поліс;
605. туристичний ваучер;
606. туристична путівка;
607. *документи, які підтверджують особистість клієнта:*
608. біометричний паспорт;
609. дипломатичний паспорт;
610. дозвіл на виїзд дитини за кордон (довіреність на дітей);
611. паспорт громадянина України для виїзду за кордон;
612. проїзний документ дитини;
613. посвідчення особи моряка;
614. посвідчення члена екіпажу;
615. службовий паспорт;
616. *окремі ланки митної системи*:
617. безмитне ввезення;

618. декларант;
619. декларування;
620. дозвільні документи;
621. дьюті-фрі;
622. заборони та обмеження;
623. зелений/червоний митний коридор;
624. зона діяльності митниці;
625. зона митного контролю;
626. зона спрощеного митного контролю;
627. експорт;
628. імпорт;
629. іноземна валюта;
630. камеральна митна перевірка;
631. курортний збір;
632. митна вартість;
633. митна декларація;
634. митний контроль;
635. митне оформлення;
636. митні платежі (мито, акциз, ПДВ, єдиний та митний збори);
637. мито;
638. норма багажу;
639. особистий митний огляд;
640. портовий збір;
641. прикордонний обмін;
642. такс-фрі;
643. тимчасове ввезення/вивезення;
644. транзит;
645. транзитна зона;

найменування у страховому сегменті:

646. безпека туристів;
647. страхова виплата;
648. страхова відповідальність;
649. страхова подія;
650. страховий платіж (внесок, премія);
651. страхове поле;
652. страхова сума;
653. страхове забезпечення;
654. страховий брокер;
655. страховий випадок;

656. страховий внесок;
657. страховий збиток;
658. страховий ризик;
659. страховий тариф;
660. страховка;
661. страхувальник;
662. страхування життя;

назви в сегменті організації дозвілля:

663. анімація;
664. атракція;
665. берегове обслуговування;
666. відпочинок (дозвілля);
667. вільний час;
668. готельна анімація;
669. індустрія розваг;
670. організація масового заходу;
671. організатори масового заходу;
672. активний відпочинок:
673. альпінізм;
674. аквапарк;
675. бейс-джампінг;
676. вейкбординг;
677. віндсерфінг;
678. водні лижі;
679. геокешинг;
680. глайдинг;
681. дайвінг;
682. дельтапланеризм;
683. кайтсерфінг (кайтинг);
684. кайонінг;
685. каноінг;
686. караванінг;
687. каякінг;
688. кемпінг;
689. крикет;
690. маунтинбайкінг;
691. парасейлінг;
692. парк розваг;
693. пауер-скі;

694. пауер-скілінг;
695. полювання;
696. рафтинг;
697. регата;
698. сендбординг;
699. серфінг;
700. скайсерфінг;
701. сквош;
702. скейтбординг;
703. скелелазіння;
704. сноркелінг;
705. сноубординг;
706. сноупарк;
707. спелеологія;
708. спелестологія;
709. теніс;
710. трекінг;
711. фристайл;
712. Х-гонки;
713. пасивний відпочинок:
714. бердвотчинг;
715. дельфінарій;
716. зоопарк;
717. елефант-трекінг;
718. казино;
719. карнавал;
720. конкурс;
721. концерт;
722. круїзні програми;
723. океанаріум;
724. пригодницько-ігрові анімаційні програми;
725. розважально-ігрові програми;
726. спа (спа-курорт, спа-відпочинок, спа-процедура);
727. таласотерапія;
728. танцювальний вечір;
729. творча анімація;
730. театралізовані заходи;
731. тематичний парк;
732. феєрія;

733. фестиваль;
734. фітотерапія;
735. фотосафарі;
736. шоу;
737. шоу-музеї;

основні музейні та екскурсійні номінації:

738. екскурсант;
739. екскурсія;
740. *за змістом*:
741. оглядові;
742. тематичні;
743. спеціальні;
744. за тематикою:
745. природознавчі;
746. історичні;
747. літературні;
748. мистецькознавчі;
749. екологічні;
750. виробничі.
751. *за місцем проведення*:
752. міські;
753. заміські;
754. інформація під час руху;
755. музейні;
756. виробничі.
757. *за способом пересування*:
758. пішохідні;
759. з використанням спеціального транспорту;
760. комбіновані.
761. *за формою проведення*:
762. звичайні;
763. навчальні;
764. рекламні;
765. екскурсія-бесіда;
766. екскурсія-прогулянка;
767. екскурсія-лекція;
768. екскурсія-концерт.
769. *за кількісним складом*:
770. групові;

771. індивідуальні
772. *за контингентом*:
773. екскурсії для місцевого населення;
774. екскурсії для немісцевих;
775. екскурсії для іноземців;
776. екскурсії для школярів, студентів;
777. екскурсії для інвалідів;
778. археологічні музеї;
779. архітектурні музеї;
780. архітектурно-художня концепція експозиції;
781. будинки-музеї.
782. аудіогід;
783. веб-(web-) сайт музею;
784. виставка (тимчасова експозиція);
785. виставково-ділова (форумна) діяльність;
786. виставково-експозиційна виїзна діяльність;
787. відомчі музеї;
788. відтворений музейний предмет (копія, авторське повторення, репродукція, підробка, модель, муляж, зліпок, макет, голограма);
789. військово-історичні екскурсії;
790. віртуальні відвідувачі музею;
791. віртуальні музеї;
792. воєнно-історичні музеї;
793. галузеві музеї;
794. господарська зона музею;
795. громадські музеї;
796. державні музеї;
797. додаткові музейні послуги;
798. екомузеї;
799. експлікації;
800. експозиційна діяльність;
801. експозиційна робота;
802. експозиційний фонд музею;
803. експозиція;
804. експонат;
805. етикетаж;
806. етнографічні екскурсії;
807. етнографічні музеї;
808. європейський музейний форум;

809. інвентаризація (кодифікація);
810. історико-біографічні екскурсії;
811. історико-краєзнавчі екскурсії;
812. історіографія музеєзнавства;
813. загальноісторичні музеї;
814. замки-музеї та палаци-музеї;
815. заповідна площа музею;
816. збереження музейних фондів;
817. зібрання музейне;
818. каталогізація;
819. класифікація музеїв;
820. колекція культурних цінностей;
821. колекція музейна;
822. комерційна діяльність;
823. комерційна складова музейного маркетингу;
824. комплексна схема побудови експозиції;
825. комплексні музеї;
826. композиція екскурсії ;
827. консервація;
828. контрольний текст екскурсії;
829. корпоративні (виробничі) музеї;
830. краєзнавчі музеї;
831. культурна спадщина;
832. культурні цінності;
833. лінійна схема побудови експозиції;
834. локація;
835. маркетингова стратегія музею;
836. маркетингові дослідження споживчого ринку;
837. маршрут екскурсії;
838. меморіал;
839. меморіальна дошка;
840. меморіальні музеї;
841. меморіально-історичні екскурсії;
842. методична розробка екскурсії;
843. елементи екскурсії (маршрут, зупинки, об’єкт показу, тривалість, назва підтем та перелік основних питань, організаційні вказівки, методичні вказівки);
844. мономузеї;
845. музеєзнавство (музеологія);

846. музеєфікація;
847. музеї;
848. музеї історії релігії;
849. музеї історичного профілю;
850. музеї-заповідники (археологічні, історико-культурні, історико-архітектурні, історико-меморіальні);
851. музеї-кав'ярні (пави, трактири, корчми, винні підвали та ін.);
852. музеї-квартири;
853. музеї-кораблі;
854. музеї літературного профілю;
855. музеї-майстерні;
856. музеї-монастирі;
857. музеї-підприємства;
858. музеї природничого профілю;
859. музеї-садиби;
860. музеї-храми;
861. музеї художнього профілю;
862. музеї-цвинтарі;
863. музейна колекція;
864. музейна пам'ятка;
865. музейна PR-кампанія;
866. музейна справа;
867. музейне зібрання;
868. музейне зображення;
869. музейний маркетинг;
870. музейний менеджмент;
871. музейний предмет;
872. музейний продукт;
873. музейний товар;
874. музичні музеї;
875. муніципальні музеї;
876. наукова концепція експозиції;
877. наукове комплектування фондів;
878. науково-допоміжні матеріали;
879. науково-дослідна робота в музеї;
880. науково-технічні музеї;
881. національна музейна політика;
882. об'єкт культурної спадщини;
883. об'єкт музеєзнавства;

884. об’єкти екскурсійні (історичні, археологічні, архітектурні, документальні пам’ятки, пам’ятки мистецтва).
885. облік музейних фондів;
886. оглядові екскурсії;
887. основні музейні послуги;
888. охорона культурної спадщини;
889. палаци-музеї;
890. пам’ятка;
891. пам’ятка історії і культури (пам’ятки історії, пам’ятки археології, пам’ятки містобудування й архітектури, пам’ятки мистецтва);
892. пам’ятка нерухома;
893. пам’ятка природи;
894. первинна реєстрація;
895. показ об’єкта;
896. “портфель екскурсовода”;
897. постійне (тимчасове) зберігання;
898. предмет музеєзнавства;
899. приватні музеї;
900. приватний колекційний фонд;
901. профіль музею;
902. раритет;
903. реабілітація;
904. рекреаційна зона музею;
905. реліквія;
906. реставрація;
907. розповідь;
908. скансен;
909. тематика екскурсійна;
910. тематико-експозиційний план;
911. темп;
912. технічне оформлення експозиції;
913. технологічна карта екскурсії;
914. уніфікований паспорт музею;
915. фандрайзинг;
916. фонди музею;
917. церковні музеї;
918. членство;

найменування в транспортному сегменті:

919. авіація;
920. авіаційний перевізник (авіаперевізник);
921. авіатариф;
922. авіафрахт;
923. авіаквиток;
924. авіаквиток з відкритою датою;
925. авіаподорож;
926. авікомпанія;
927. авіачартер;
928. авіалінія;
929. авіарейс;
930. авіалайнер;
931. автобан;
932. автомобіль легковий;
933. автобус;
934. автобус для міських і приміських перевезень пасажирів;
935. автобус для перевезень туристів до великих транспортних вузлів;
936. автобуси для екскурсійних цілей;
937. автобуси, обладнані під темпери або каравани;
938. спеціальні автобуси для сафарі і пригодницьких турів;
939. автобус далекого прямування;
940. автобус класу “люкс”;
941. автобус підвищеної комфортності;
942. аеробус;
943. аеропорт;
944. аеровокзал;
945. аеродром;
946. багаж;
947. багажна бірка;
948. бездоріжжя;
949. блок-чартер;
950. бонусна система авіакомпаній;
951. бортпровідник -ця;
952. вертоліт (гвинтокрил, гелікоптер);
953. водний транспорт;
954. вокзал;
955. ворота (ґейт);
956. велосипед:
957. агітаційні історико-патріотичні велопробіги;

958. агресивний велосипедний туризм;
959. гірські велосипеди;
960. дорожні велосипеди;
961. екскурсійно-оздоровча велоїзда;
962. софттейл (“м’який хвіст”);
963. спортивний велосипедний туризм;
964. спортивно-пізнавальний велотуризм;
965. туристичні велосипеди (“туринги”);
966. хардтейл (“жорсткий хвіст”);
967. шосейно-гоночні велосипеди;
968. дирижабль;
969. довідково-інформаційна служба;
970. зала очікування;
971. залізничний вокзал;
972. зареєстрований багаж;
973. зворотній квиток;
974. екскурсійні потяги;
975. інтер-райл;
976. вагон:
977. вагон пасажирський;
978. вагон пасажирський спеціальний;
979. вагон багажний;
980. вагон вантажний;
981. вагон спальний (СВ-вагон);
982. вагон службовий;
983. вагон-салон;
984. вагон-ресторан;
985. категорія вагона:
986. загальний;
987. купейний;
988. м’який;
989. плацкартний;
990. категорії купе:
991. купе бізнес-класу;
992. купе змішане;
993. купе сімейне;
994. купе чоловіче (жіноче);
995. квиток;
996. квиток в один бік (ван вей)

997. класи обслуговування в літаку:
998. перший клас обслуговування;
999. бізнес-клас обслуговування;
1000. економний клас обслуговування;
1001. туристський клас обслуговування;
1002. круїз;
1003. круїзне судно;
1004. лайнер;
1005. літак;
1006. летовище;
1007. лоукост;
1008. морський порт;
1009. морська хвороба;
1010. наземне обслуговування;
1011. наднормовий багаж;
1012. нерегулярні перевезення;
1013. організація перевезень;
1014. організована група пасажирів;
1015. пасажир;
1016. пасажир транзитний;
1017. пасажир трансферний;
1018. паркінг;
1019. парусне судно;
1020. пасажирська зона;
1021. пасажирська станція;
1022. перевізник;
1023. піратство;
1024. правила перевізника;
1025. плацкарта;
1026. приземлення;
1027. прокат автомобіля;
1028. “повітряні ворота”;
1029. повітряна куля;
1030. повітряне перевезення (транспортування);
1031. повітряний перевізник;
1032. повітряна хвороба;
1033. пором;
1034. посадка на рейс;
1035. послуга з перевезення пасажирів чи вантажів автотранспортом;

1036. послуга залізничного транспорту;
1037. поїзд пасажирський;
1038. поїзд підвищеного комфорту;
1039. поїзд спеціальний;
1040. поїзд приміський;
1041. поїзд швидкісний;
1042. проходження контролю на авіа безпеку;
1043. прямий рейс;
1044. реаліз-дата;
1045. реліз-період (період вивільнення);
1046. регулярний рейс;
1047. регулярні перевезення;
1048. регулярні пасажирські перевезення;
1049. регулярні спеціальні пасажирські автоперевезення;
1050. розклад;
1051. ручна поклажа;
1052. скі-пас;
1053. судно;
1054. стоповер;
1055. табло відправлення;
1056. термінал;
1057. технічний стан транспорту;
1058. транспортний вузол;
1059. трансфер;
1060. чартерні туристичні потяги; чартерне повітряне перевезення;
1061. час реєстрації;
1062. час відправлення;
1063. час польоту;
1064. час прибуття;
1065. час проходження (маршруту);
1066. чартерна квота;
1067. чартер:
1068. тайм-чартер;
1069. спліт-чартер;
1070. ефініті-чартер;
1071. блок-чартер;
1072. чартерний рейс;
1073. “човникове сполучення”;
1074. шатл;

1075. *шлях (дорога):*
1076. автошлях;
1077. залізничний шлях;
1078. трамвайний шлях;
1079. водний шлях;
1080. морський шлях;
1081. повітряний шлях;
1082. річковий шлях;
1083. шосейні дороги для швидкісного пересування;
1084. швидкісні лінії;
1085. яхта;

найменування у сегменті організації проживання:

1086. гостинність;
1087. готельна діяльність;
1088. готельна послуга;
1089. правила надання готельних послуг;
1090. основні готельні послуги;
1091. додаткові готельні послуги;
1092. ранній виїзд;
1093. пізнє прибуття;
1094. пізня оплата;
1095. день заїзду;
1096. день від'їзду;
1097. база даних клієнтів;
1098. букінг;
1099. бронювання готелів:
1100. гарантоване бронювання;
1101. негарантоване бронювання;
1102. подвійне бронювання (овербукінг);
1103. підтвердження заброньованих послуг;
1104. відмова в бронюванні послуг;
1105. анулювання:
1106. своєчасне анулювання;
1107. пізнє анулювання;
1108. неприбуття;
1109. правила надання готельних послуг;
1110. рецепція;
1111. квота;
1112. безповоротне квотування;

1113. завантаження готелю;
1114. зворотнє квотування;
1115. категорія готелю;
1116. кімнатний сервіс (рум сервіс);
1117. кількість ночівель;
1118. карта прибуття;
1119. розрахункова година;
1120. розрахункова валюта;
1121. час звільнення номера;
1122. час надання номера;
1123. цілодобове приймання (в готелі);
1124. цілорічне завантаження;
1125. цілорічне функціонування;
1126. чек-ин (процедура реєстрації під час заїзду);
1127. чек-аут (виписання із готелю);
1128. підприємства, які надають послуги з розміщення:
1129. засоби розміщення;
1130. аналогічні засоби розміщення;
1131. спеціалізовані засоби розміщення;
1132. колективні засоби розміщення:
1133. агроготель;
1134. акварель;
1135. апартамент-готель (апарт-готель);
1136. база відпочинку;
1137. ботель;
1138. ботокемпінг;
1139. будинок відпочинку;
1140. гірський притулок;
1141. гостьовий будинок;
1142. готельно-офісний центр;
1143. готель;
1144. готель- гарні;
1145. готель-люкс;
1146. готель-резиденція;
1147. готельний ланцюг;
1148. палац-готель;
1149. гуртожиток;
1150. дитячий табір;
1151. кемпінг;

1152. клуб-готель;
1153. конгрес-готель;
1154. конгрес-центр (бізнес-центр);
1155. курортний готель;
1156. лотель;
1157. мотель;
1158. пансіонат;
1159. профілакторій;
1160. родтель;
1161. санаторій;
1162. туристична база;
1163. туристичний комплекс;
1164. туристичний потяг;
1165. хостел (молодіжний готель)
1166. флотель;
1167. флайтель;
1168. фермерська садиба;
1169. індивідуальні засоби розміщення:
1170. бунгало;
1171. гостьова квартира;
1172. гостьова кімната;
1173. дача;
1174. збірно-розбірний караван;
1175. караван;
1176. караван-будиночок;
1177. котедж;
1178. намет;
1179. намет-причіп;
1180. сільський будинок;
1181. таймшер;
1182. фермерський будинок;
1183. шале;
1184. номерний фонд:
1185. апартамент;
1186. блок номерів;
1187. дуплекс;
1188. люкс;
1189. напівлюкс; студіо
1190. номер другої категорії;

1191. номер третьої категорії;
1192. номер четвертої категорії;
1193. номер п’ятої категорії;
1194. одномісцевий номер (single – сингл);
1195. двомісцевий номер з одним двоспальним ліжком (double – дабл);
1196. двомісцевий номер з двома односпальними ліжками (twin – твін);
1197. тримісцевий номер (triple – трипл);
1198. багатомісцевий номер;
1199. президентський апартамент;
1200. сімейний номер;
1201. стандарт (назва номера); номер першої категорії;
1202. суміжні номери;
1203. прибирання номера:
1204. поточне прибирання;
1205. щоденне проміжне прибирання;
1206. прибирання після виїзду гостей;
1207. експрес-прибирання;
1208. генеральне прибирання;
1209. класи туристичного обслуговування:
1210. клас VIP – у готелях вищих категорій 4-5*;
1211. клас “Люкс-апартамент” – в готелях класу 3-5*;
1212. клас “Люкс” – одно-двомісне розміщення в 1,5–2 кімнатному номері категорії “люкс” та “напівлюкс” в готелях класу 3*-5*;
1213. клас “Перший” у готелях категорії 2-4*;
1214. клас “Туристичний” у готелях категорії 1-2*;
1215. клас “Кемпінг”;
1216. родинний план;

найменування у сегменті організації харчування туристів:

1217. аванзала;
1218. авторесторан;
1219. алкогольні напої;
1220. аль денте;
1221. американський сервіс;
1222. американський сніданок;
1223. англійський сервіс;
1224. англійський сніданок;
1225. аперитив;
1226. асортиментний мінімум;

1227. афтедінер-дринк;
1228. бар;
1229. бальзами;
1230. банкет;
1231. банкетна зала;
1232. банкет з повним обслуговуванням;
1233. банкет з частковим обслуговуванням
1234. бізнес-ланч;
1235. бранч;
1236. буфет;
1237. висока кухня;
1238. гала-вечеря;
1239. гарнір;
1240. гурман;
1241. дегустація;
1242. декантація (декантирування);
1243. делікатес;
1244. десерт;
1245. десертне приладдя;
1246. десертні вина;
1247. дижестив;
1248. дипломатичний сніданок;
1249. дискобар;
1250. допоміжні приміщення ресторану;
1251. експрес-сніданок;
1252. еногастрономія;
1253. етикет;
1254. завчасна сервірування;
1255. заготівельні цехи;
1256. заклад ресторанного господарства;
1257. закуска;
1258. закуска легка;
1259. закуска холодна;
1260. зал-експрес;
1261. замовлення;
1262. знижка;
1263. їдальня;
1264. кабаре;
1265. кава

1266. кава-брейк (кава-пауза);
1267. кавовий буфет;
1268. кав’ярня;
1269. канапе;
1270. капучино;
1271. карпаччо;
1272. карта вин;
1273. кейтеринг;
1274. класифікація готельного харчування:
1275. “розміщення без харчування”“лише номер” (room only ro);
1276. “ліжко та сніданок” (“bed and breakfast” bb);
1277. “напівпансіон” (half board hb);
1278. “повний пансіон” (full board fb);
1279. “усе включено” (all inclusive);
1280. коктейль-зала;
1281. коктейль;
1282. коктейль-бар;
1283. коктейль-хол;
1284. колекційні вина;
1285. колекційні коньяки;
1286. комплексне обслуговування;
1287. континентальний сніданок;
1288. концептуальний ресторан;
1289. коркидж;
1290. куверт;
1291. кулінарія;
1292. кухня;
1293. ланч;
1294. лікеро-горілчані вироби;
1295. марміт;
1296. марципан;
1297. меню;
1298. меню “а ля карт”;
1299. меню “дю жур”;
1300. меню “табльдот”;
1301. меню туристське;
1302. німецький сервіс;
1303. обідня зала;
1304. обслуговування двома офіціантами (віденська система);

1305. обслуговування за столиком;
1306. обслуговування на тарілках;
1307. офіційний прийом;
1308. пивна зала;
1309. пізній сніданок;
1310. повносервісний ресторан;
1311. погріб винний;
1312. послуга харчування ресторану;
1313. послуга харчування бару;
1314. послуга харчування кафе;
1315. послуга харчування їдальні;
1316. прейскурант;
1317. прийом "Келих вина";
1318. прийом "Келих шампанського";
1319. прийом-вечеря;
1320. прийоми вечірні: "Чай", "Коктейль", "Фуршет", "Обід", "Обід-буфет" (шведський стіл), "Вечеря";
1321. прийоми денні: "Сніданок", "Діловий сніданок", "Келих шампанського", "Келих вина";
1322. прийом ділового (робочого) сніданку;
1323. прийом "жур фікс";
1324. прийом-коктейль;
1325. прийом-обід;
1326. прийом-раут;
1327. прийом-сніданок;
1328. прийом-фуршет;
1329. прийом-чай, кава;
1330. приладдя столове;
1331. прес-бар;
1332. продукція власного виробництва;
1333. процес обслуговування (в ресторанному господарстві);
1334. пунш;
1335. ребрендинг;
1336. рестайлінг;
1337. ресторан;
1338. ресторанне господарство;
1339. ресторан вищого класу;
1340. ресторан-гриль;
1341. ресторан дієтичний;

1342. ресторан люкс;
1343. ресторани на теплоходах;
1344. ресторан першого класу;
1345. ресторан самообслуговування;
1346. ресторан спеціалізований;
1347. родинні ресторани;
1348. салат;
1349. система “перший офіціант” (“шеф де ранг”);
1350. сервірування столу;
1351. слабоалкогольні напої;
1352. спеціалізація ресторанів;
1353. статичне меню;
1354. стіл-експрес;
1355. столова білизна;
1356. столове приладдя;
1357. страва;
1358. страва головна;
1359. страва дня;
1360. торговельна зала ресторану;
1361. транширування;
1362. умови обслуговування харчуванням;
1363. фаст фуд;
1364. фірмова страва;
1365. фламбірування;
1366. французький сервіс;
1367. фрапірування;
1368. фреш-бар;
1369. фруктові приладдя;
1370. фуршет;
1371. хай-ті;
1372. циклічне меню;
1373. чайові;
1374. чайна церемонія;
1375. чайний салон;
1376. шведський стіл;
1377. шинок;
1378. штопор;

найменування в географічному сегменті:

1379. аборигени;
1380. агломерація;
1381. адміністративно-територіальний устрій;
1382. акваторія;
1383. бальнеологічні ресурси;
1384. біотичні ресурси рекреації і туризму;
1385. біоцикл;
1386. вітер;
1387. водоспад;
1388. водні ресурси;
1389. гейзер;
1390. географічне положення;
1391. географічний детермінізм;
1392. географічний (територіальний) поділ праці;
1393. географія;
1394. географія сфери послуг;
1395. гірський курорт;
1396. горизонт;
1397. грязелікування;
1398. густота населення;
1399. демографічний вибух;
1400. демографічна політика;
1401. діаспора;
1402. екзотика;
1403. екологія;
1404. еміграція;
1405. забруднення;
1406. затока;
1407. іміграція;
1408. історико-культурні рекреаційні ресурси;
1409. історико-культурна територія;
1410. кадастр рекреаційний;
1411. карст;
1412. карта;
1413. картографія;
1414. клімат;
1415. кліматологія;
1416. кліматотерапія;
1417. кліматичний курорт;

1418. компас;
1419. комфортність ландшафту;
1420. комфортність середовища;
1421. кораловий риф;
1422. континент;
1423. краєвид;
1424. країна;
1425. культурна і природна спадщина;
1426. курорт;
1427. лижне поле;
1428. марціальні води;
1429. мінеральні води;
1430. озокерит;
1431. ландшафт;
1432. локальний;
1433. материк;
1434. мегаполіс;
1435. міграція населення;
1436. місто;
1437. море;
1438. навколишнє середовище (довкілля);
1439. океан;
1440. острів;
1441. охорона навколишнього середовища;
1442. пам’ятки природи;
1443. парарекреаційні ресурси;
1444. парк національний;
1445. пелоїди;
1446. півострів;
1447. пляж;
1448. приморський курорт;
1449. природокористування туристичне;
1450. природні рекреаційні ресурси;
1451. природно-кліматичні ресурси;
1452. природні ресурси;
1453. регіон;
1454. рекреація;
1455. рекреаційний;
1456. рекреаційний вузол;

1457. рекреаційна географія;
1458. рекреаційна діяльність;
1459. рекреаційні заняття;
1460. рекреаційне лісокористування;
1461. рекреаційна місткість;
1462. рекреаційне навантаження;
1463. рекреаційний об’єкт;
1464. рекреаційний підрайон;
1465. рекреаційний потенціал;
1466. рекреаційні потреби;
1467. рекреаційний пункт;
1468. рекреаційний район (комплекс);
1469. рекреаційний регіон;
1470. рекреаційні ресурси;
1471. рекреаційна територія;
1472. рекреаційний центр;
1473. рекреаційні угіддя;
1474. ресурси міжнародного туризму;
1475. ресурсно-рекреаційний потенціал;
1476. рив’єра;
1477. річка;
1478. радонові води;
1479. розселення населення;
1480. сапропель;
1481. соціально-економічні рекреаційні ресурси;
1482. суперточка-тур;
1483. територіальна концентрація;
1484. територіальна організація;
1485. територіальна рекреаційна система;
1486. територіальна структура господарства;
1487. територіальні води;
1488. територія;
1489. термальні води;
1490. узбережжя;
1491. унікальність рекреаційно-туристична;
1492. урбанізація;
1493. уфологічні рекреаційно-туристичні ресурси;
1494. хвиля;
1495. часовий пояс;

1496. цивілізація;
1497. цунамі;
1498. шельф;
1499. якість життя;
1500. якість рекреаційно-туристичного середовища.

ДОДАТОК Б

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ ТА ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ

Список публікацій здобувача за темою дисертації

15. Півньова Л. В. Ядерні терміни термінополя туризму в українській мові: проблеми дефініції // Наукові записки. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – Випуск 100. – С. 149 – 152.

16. Півньова Л. В. Професійно-сленговий лексикон як джерело поповнення термінологічної лексики (на матеріалі лексики туризму) // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – Випуск 28. – С. 357 – 360.

17. Півньова Л. В. Еволюція поняття "мандрівник" в українському лексиконі // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. – Випуск 29. – Частина 1. – С. 77 – 81.

18. Півньова Л. В. Автохтонна та запозичена лексика на позначення номенів туристичної сфери // Вісник Національного ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – № 733. – С. 212 – 216.

19. Півньова Л. В. Адаптація в українській термінології іншомовних лексем на позначення засобів розміщення туристів // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. В. Л. Іващенко. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2013. – Випуск 2(2). – С. 157 – 162.

20. Pivnova L. V. The adaptation of lexical units with the meaning of tourist accommodation in the Ukrainian terminology // Terminolohichnyi visnyk. – 2013. – Vol. 2 (2). [Електронний ресурс]. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/**termv**_2013_2(2)__29.

21. Пивнёва Л. В. Отображение эволюции прототерминов *гість* и *гостинність* в лексикографических источниках // Материалы международной научно-

практической конф. “Проблемы языка в современной научной парадигме: X Седельниковские чтения”. – Павлодар : ПГПИ, 2013. – С. 98 – 103.

22. Півньова Л. В. Поняття “туристичні формальності”: історико-лінгвістичний аспект вивчення // Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту: зб. наук. праць. – Чернівці : Видавничий дім “РОДОВІД”, 2014. – Випуск 692 – 693. – С.156 – 159.

23. Півньова Л. В. Історія становлення лексеми *паспорт* на позначення основного документа сучасної людини // Термінологія документознавства та суміжних галузей знань: зб. наук. пр. / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т держ. упр.; за заг. ред. В. В. Бездрабко. – Київ : Четверта хвиля, 2014. – Випуск 8. – С. 212 – 218.

24. Півньова Л. В. Мова спеціального призначення як об’єкт лінгвістичних студій // Українська мова. – 2014. – № 4 (52). – С. 117 – 126.

25. Пивнёва Л. В. Функции LSP туризма // Языковые категории и еденицы: синтагматический аспект. Материалы XI Международной научной конференции (Владимир, 29 сентября – 1 октября 2015). – Владимир, 2015. – С. 398 – 406.

26. Півньова Л. В. Колороніми в українській лексиці туризму // Українська мова. – 2016. – № 1 (57). – С. 100 – 111.

27. Півньова Л. В. Функціонально-прагматичний аспект використання евфемізмів у лексиконі українського туризму // Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри: зб. наук. праць / [відп. ред. Л. Д. Малевич]. – Рівне: НУВГП, 2016. – С. 128 – 132.

28. Півньова Л. В. Функціональні можливості виражальних лексичних засобів у професійній туристичній комунікації // Термінологічний вісник: зб. наук. праць / Відп. ред. Л. В. Туровська. – Київ : Інститут української мови НАНУ, 2017. – Випуск 4. – С. 268 – 274.

Відомості про апробацію результатів дисертації

Дисертаційну роботу обговорено на розширеному засіданні відділу граматики та наукової термінології Інституту української мови НАН України протокол № 5 від 27 червня 2017 року).

Основні теоретичні положення та висновки дисертації оприлюднені в доповідях на міжнародних конференціях: XII Міжнародній науковій конференції "Проблеми української термінології СловоСвіт 2012" (Львів, 2012; доповідь), Міжнародній науково-практичній конференції "Проблемы языка в современной научной парадигме: X Седельниковские чтения" (Павлодар, 2013; тези доповіді), XI Міжнародній науковій конференції "Языковые категории и единицы: синтагматический аспект" (Владимир, 2015; тези доповіді), Міжнародній науковій конференції "Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри" (Рівне, 2016; доповідь), Міжнародній науковій конференції "Українська термінологія і сучасність" (Київ, 2013, 2017; доповідь).