

## РОЗДІЛ 3 РОМАНСЬКІ МОВИ

УДК 81'42 = 134.2

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.2.26>

### ТЕРМІНОЛОГІЯ ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ ІСПАНСЬКІЙ МОВІ

### TERMINOLOGY OF TOURISM IN MODERN SPANISH

**Бохун Н.В.,**

*orcid.org/0000-0002-1797-4413*

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри іспанської та французької філології  
Київського національного лінгвістичного університету*

Статтю присвячено вивченню туризму як особливого професійно детермінованого напрямку соціальної діяльності, що має термінологію, до якої входять власні та залучені термінологічні лексеми. Предметом наукової розвідки є одиниці, що формують власну термінологію туризму іспанської мови. Основну увагу приділено вивченню таких структурних типів термінів як терміни-слова та терміни-словосполучення. Розглянуто терміни-аббревіатури, які повністю запозичені з англійської мови зі збереженням англійської графіки та вживаються для найменування міжнародних, регіональних та національних організацій у туризмі, позначень видів готельних номерів, класів обслуговування, транспортних тарифів.

Проаналізовано найпродуктивніші моделі словотвору в текстах туристичної індустрії іспанської мови. Серед них: іменник + іменник = іменник, іменник + de + іменник = іменник, іменник + прикметник = іменник.

Зосереджено увагу на ужитку в іспанській термінології туристичного сектору запозичених термінів, у тому числі їх дублетів та близьких синонімів, що з'явилися на основі внутрішньомовної деривації, а також номінативних визначень.

Доведено, що до основних динамічних процесів, пов'язаних з розвитком іспанської лексики та термінології у сфері туризму, відносяться: 1) розширення словникового складу іспанської мови за рахунок запозичення нових лексичних та термінологічних одиниць; 2) перерозподіл словесних одиниць між різними підсистемами лексичної системи іспанської мови, який знаходить прояв в актуалізації та дезактуалізації мовних одиниць, переорієнтації номінацій, змінах стилістичних характеристик словесних знаків та ін; 3) зміни у окремих мовних знаках, що стосуються їх змісту або/форми.

Отримані дані засвідчують, що в наші дні іспаномовна терміносистема «туризм» знаходиться на рівні наукового осмислення та є сформованою галузеву терміносистемою.

**Ключові слова:** терміносистема, термінологічні одиниці, запозичення, дублети, туристичний сектор.

The article is devoted to the study of tourism as a special professionally determined area of social activity with its terminology, which includes own and involved terminological lexeme. The subject of this scientific research are units that form their own terminology of Spanish-language tourism. The main attention is paid to the study of such structural types of terms as word-terms and phrase-terms. Abbreviations, completely borrowed from English while preserving English graphics are considered in research. They are used to name international, regional and national organizations in tourism, designations of hotel room types, service classes, transport tariffs.

The most productive models of word formation in the texts of the tourist industry of the Spanish language are analyzed. Among them: noun + noun = noun, noun + de + noun = noun, noun + adjective = noun.

It is paid attention on the use of borrowed terms in Spanish tourism terminology, including their doublets and synonyms based on intralingual derivation, as well as nominative definitions.

It is proved that the main dynamic processes associated with the development of Spanish vocabulary and terminology in the field of tourism include: 1) expanding of the vocabulary of the Spanish language by borrowing new lexical and terminological units; 2) redistribution of verbal units between different subsystems of the lexical system of the Spanish language, which is manifested in the actualization and de-actualization of language units, reorientation of nominations, changes in stylistic characteristics of verbal signs, etc.; 3) changes in individual language signs related to their content or/form.

The obtained data show that nowadays the Spanish-language terminology "tourism" is at the level of scientific understanding and is fixed industry terminology.

**Key words:** terminological system, terminological units, borrowing, doublets, tourism sector.

**Постановка проблеми.** Туризм належить до найважливіших економічних і соціальних явищ сучасного суспільства. Вплив туризму на різні сфери життя, його важливість для

розвитку економіки багатьох країн зумовлюють потребу в осмисленні та дослідженні лексики цієї галузі. Спеціальна лексика становить більшу частину лексики будь-якої мови

і в майбутньому гратиме все більш помітну роль життя людини.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Аналіз наукової літератури з досліджуваної проблематики дозволяє стверджувати, що деякі теоретичні питання організації та особливостей термінології туристичного сектору в іспанській мові залишаються недостатньо дослідженими. Даний факт пояснюється тією обставиною, що номінації туризму та індустрії гостинності у різних мовах світу взагалі порівняно недавно стали об'єктом спеціального лінгвістичного вивчення. Лише деякі аспекти цього лексичного розряду піддавалися аналізу.

В даний час інтерес до мови сфери туризму починає підвищуватися, про що, зокрема, свідчить підготовка цілого ряду дисертаційних робіт з названої проблематики. З'являються наукові розвідки, присвячені деяким загальним особливостям становлення та розвитку лексики сфери туризму та індустрії гостинності англійською (Прима В.В.) та українською мовами (Попова Н.О.), а також роботи, присвячені складу окремих термінологічних підгруп в англійській та російській мовах (Іванова Н.А.).

До основних висновків, отриманих вченими в результаті проведених досліджень, відноситься теза про те, що «термінологія міжнародного туризму знаходиться на донауковому етапі свого розвитку», на що вказують такі явища, як велика кількість запозичень, розгалужена синонімія термінів, наявність багатослівних словосполучень, у яких атрибутивні компоненти можуть містити декілька елементів, а також висновок про суттєвий іншомовний вплив на формування лексики туризму в іспанській мові [3, с. 4].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Ця обставина, на наш погляд, є обумовленою тим, що спеціальних комплексних лінгвістичних досліджень системно-структурних та семантичних особливостей термінологічної лексики сфери туризму, що функціонує в іспанській мові нового періоду, до нашого часу не проводилося. Відповідно відсутні узагальнюючі описи названої підсистеми спеціальних номінацій сучасної іспанської мови. Зазначений факт визначає актуальність дослідження.

**Постановка завдання.** Ціль нашої наукової розвідки полягає у виявленні та аналізі різних типів інновацій у сучасній іспанській термінології туристичного сектору, а також у дослідженні шляхів та способів їх утворення та закріплення в системі іспанської мови.

Об'єктом дослідження у науковій статті є термінологія туристичного сектору, що функціонує

в сучасній іспанській мові, яка отримала відображення в іспанських лексикографічних виданнях, довідниках туризму, а також у сучасному туристичному дискурсі.

Предметом дослідження є особливості термінології туристичного сектору у сучасній іспанській мові та основні напрямки її розвитку в наші дні.

Матеріалом для дослідження слугували приклади англійських запозичень із іспанських публіцистичних видань GEO, Traveler, Viajes National Geographic.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Лексика туризму відображає різноманіття професійних секторів, пов'язаних із індустрією гостинності та неоднорідність тематичних компонентів, задіяних в описі туристичного продукту.

Термін у нашому дослідженні визначається як лексична або фразеологічна одиниця, що номінує явище або поняття тієї чи іншої сфери професійної діяльності людини і яка отримала наукове визначення у лексикографічному виданні.

Узагальнюючи різні термінологічні визначення найменувань, ми дійшли висновку, що найважливішими ознаками терміна є його співвіднесеність із певним науковим поняттям, точність та системність, а також прагнення до однозначності та стислості. Ми поділяємо думку вчених, які вважають, що більшість терміносистем мають ієрархічну структуру та будуються на парадигматичних (асоціативних), синтагматичних та дериваційних відносинах між мовними одиницями [6, с. 45; 9, с. 120].

Словесний знак (у тому числі і термін) тієї чи іншої мови відрізняється національно-культурною своєрідністю, яка передбачає існування у його семантиці якогось особливого культурного компонента: будь-який елемент плану змісту словесної одиниці (денотативний, емотивний, власне мовний та емпіричний) характеризується культурною своєрідністю. У цьому національна специфіка термінологічної (насамперед, безеквівалентної та фонової) лексики може бути дуже яскраво вираженою, а може бути мінімальною, обумовленою лише специфічними системними зв'язками словесного знака в тій чи іншій національній мові. Зазначене явище, безумовно, характерно для термінології туризму.

У нашій науковій розвідці ми розглядаємо термінологію туризму як сукупність спеціальних словесних знаків, що номінують базові поняття туристичного сектору, опосередковано пов'язаних з туристичною сферою та мають у плані змісту ймовірні семи «туристичний», «пов'язаний із туризмом».

В словнику Алькараза Варо “Diccionario de los términos de turismo y ocio” [8] виокремлено чотири сектори всередині індустрії туризму, які відповідають своїм основним цілям. Серед них:

*подорожі та страхування*, які включають лексику туристичних агентств, аеропортів, транспортних станцій тощо;

*проживання*, включаючи готелі та кемпінг;  
*гастрономія*;

*індустрія відпочинку та дозвілля*, серед яких відвідування культурної спадщини (мистецтво і культура) або екологічної спадщини (ландшафт і клімат), відвідування вистав та заняття спортом.

Ці сектори мають спільну бізнес-організацію, яка поділена на дві основні секції:

*управління*, як на макроекономічному рівні (державні установи), так і в мікроекономічній організації (турфірми, готелі тощо);

*маркетинг*, який охоплює просування та продаж туристичних продуктів.

З цієї класифікації впливає перелік лексичних одиниць, що визначають основні семантичні поля, пов'язані з туризмом і відпочинком: *alojamiento, arte, cultura, clima, deportes, derecho, espectáculos, gestión, juego, marketing, paisaje, restauración, seguros, viaje*.

З точки зору рівня спеціалізації, лексика туризму складається з таких великих груп:

а) слова, що позначають структуру туристичної організації: – це лексика туризму, що використовується для професійного спілкування. Терміни, що вживаються в таких секторах, як туристичні агенції та транспорт, характеризуються масовим використанням англіцизмів (*charter, check-in, code share, inclusive tour, overbooking slot, stand-by, void, etc.*)

б) слова, що належать до галузей і дисциплін, пов'язаних з туризмом (економіка, історія мистецтва, гастрономія тощо). Це лексика, широко вживана в туристичних текстах, у яких вона зберігає своє звичайне термінологічне значення.

Наприклад, архітектурні терміни, такі як *artesonado, bóveda, capitel, fachada*, тощо використовуються в описах пам'яток з тим самим значенням, яке властиве їм у дисципліні, до якої вони належать.

в) слова, що вживаються в периферійній зоні туристичного тексту, а саме, в комунікації, зверненій до публіки в експресивній оцінній функції. Це можуть бути слова загального вжитку, наприклад, кваліфікаційні прикметники, які позначають захопливість туристичного місця (*bellísimo, espléndido, extraordinario, magnífico, elegante, lujoso; aguas cristalinas, idílicas playas, selvas*

*inexplotantes, espléndidas vistas, panorámicas paisajes, etc.*)

Варто згадати про своєрідний ужиток в туристичній комунікації слова *escapada*, яке позначає коротку подорож на вихідні. Відповідно до сучасної тенденції задовольняти потребу у відпочинку та втечі з рідної домівки шляхом розподілу днів відпустки протягом року, пропонуються різні варіанти втечі-відпочинку: *escapadas gastronómicas y campestres*:

“Una escapada de lujo. Alquile un coche y duerma en un Parador.”

**Деривація** – це словотворчий процес, що дозволяє отримати концептуальну модель завдяки тому, що значення лексичної основи поєднується з афіксом. «Слово несе в собі два смислових значення (лексичне та граматичне), але й також слово є носієм третього смислового значення – словотвірного», – зазначає Головін [1, с. 129].

Більшість досліджуваних нами деривативів належать до економічного сектору туризму або визначають певні види спорту. Серед суфіксів переважає ужиток *-al-* (*vacacional*), *-dad-* (*estacionalidad, confortabilidad*), *-ción-* (*fidelización*), *-ismo-* (*termalismo, excursionismo, senderismo, barranquismo*), *-ero-* (крім випадків, наприклад *hotelero*, цей суфікс зустрічається в мовних засобах гумору, які позначають певні види туризму: *chartero, mochilero*. У наведених прикладах з суфіксом *-ero-* тип семантичного зв'язку знаходиться в безпосередній залежності від основи слова і утворюється як «професія або спосіб подорожі по відношенню до особи».

Зафіксовані деякі приклади словоутворення за допомогою префіксоїда латинського походження *-multi-*, який має довгострокову перспективу розповсюдження по мірі розвитку туризму: (*multipropiedad, multiaventura*) та парасинтезу (деривації від основи складного слова) – (*desestacionalización, reencaminamiento*).

Словоскладання є також активним способом творення нових лексичних одиниць за допомогою поєднання кількох інших, зокрема термінів в туристичних текстах.

Нами виокремлено наступні моделі словоскладання:

**іменник + іменник = іменник**: *aerotaxi, agroturismo, aparthotel, bonoavión, bonocoche, bonohotel, cicloturismo, ecoturismo, trenhotel; aparto-hotel, barco-restaurante, boutique-hotel, desayuno-buffet, hotel-apartamento, hotel-residencia, restaurante-mirador; alta delta, clase turista, desayuno buffet, terraza mirador, turismo aventura;*

**іменник + de + іменник = іменник.** До цієї групи належать словосполучення, які описують різноманітні аспекти організації туристичного сектору, а також спортивні дозвілля: *acompañante del grupo, albergue de carretera, bono de hotel, cheque de viajero, ciudad de vacaciones, guía de ruta, guía de turismo, localizador de reserva, paquete de viaje, régimen de alojamiento, talonario de viajes, tarjeta de embarque, bicicleta de montaña, carrera de montaña, descenso de barrancos, esquí de fondo, esquí de travesía, surf de nieve, trineo de perros.*

Також зустрічаються словосполучення з іменником *turismo*, утворені задля позначення його різновидів: *turismo de masas, turismo de sol y playa, turismo de salud y belleza, turismo de fin de semana, turismo de escapada;*

**іменник + прикметник = іменник:** *turismo interior, turismo exterior, turismo juvenil, turismo cultural, turismo religioso, turismo gastronómico, turismo rural, turismo verde, turismo activo, turismo responsable, turismo sostenible, turismo ecológico, turismo médico.*

Прикметники *turístico* та *vacacional* вживаються для акцентування уваги туриста в наступних прикладах оголошень: *atracción turística, centro turístico, destino turístico, flujo turístico, infraestructura turística, paquete turístico, producto turístico; centro vacacional, complejo vacacional, hábitos vacacionales, paquete vacacional, parque vacacional, programa vacacional, vivienda vacacional.*

Аналіз основних моделей словоскладання дозволяє стверджувати, що термінолічні сполуки в туристичних оголошеннях виконують функцію уточнення та конкретизації головного слова у формі іменника-номінатива.

Варто зазначити, що сектор подорожей та транспорту є одним із тих, де в іспанському лексиконі найбільша кількість англіцизмів. Серед найпоширеніших англіцизмів, що використовуються у туристичних оголошеннях, є *charter* adj y s.m., який за словником Larousse має значення: 1) “el avión fletado por una compañía de turismo o por un grupo para obtener una tarifa menos elevada que en las líneas regulares; 2) el vuelo que hace este avión [7, с. 233]. Даний приклад засвідчує, що використання запозиченої лексеми як в усному, так і в писемному мовленні, приводить до економії часу.

Інший англіцизм *bungalow* (чи *bungaló*) s.m. за словником Larousse має значення: 1) “casa de una planta y de construcción ligera situada en un lugar de vacaciones; 2) “casa baja, generalmente de madera, rodeada de una galería cubierta, propia de la India y

de los países tropicales [7, с. 173] виконує номінативно-уточнювальну функцію, яка доповнюється лінгвокраєнознавчим компонентом (*casa de la India*).

Багато англіцизмів співіснують з більш-менш адаптованими формами, наприклад, *tour operador* з *turoperador* або з калькою *operador turístico*; *duty-free* з *tienda libre de impuestos* або *tienda libre de aranceles*, *code share* з *código compartido*, *traveller's cheque* з *cheque de viajero*, *check-in* з *mostrador de facturación* або *facturación de equipaje*. Проблема калькування англомовних термінів є актуальною для формування сучасних термінів у сфері туризму. Калькування є особливим способом асиміляції, пристосуванням іноземних слів до національної системи мови. На початковому етапі терміноутворення кальки слугують для звільнення від зайвих прямих запозичень з мови-першоджерела. Серед процитованих кальок ми спостерігаємо запозичення зовнішньої оболонки англійського слова з поступовою його адаптацією в семантичному та структурному плані іспанської мови.

Проте зустрічаються також неасимільовані англіцизми, які повністю зберігають своє написання в більш вузькому спілкуванні серед представників туристичного сектору такі як *booking* (замість – *reserva* чи *contratación*); *gateway* (замість – *punto/puerto de entrada*); *hub* (*aeropuerto donde una compañía aérea tiene un centro de conexiones de vuelos*), *inclusive tour* (*todo incluido*); *railpass* (*tarjeta de descuento, carnet de tren que permite viajar sin límite de kilometraje*, *prepaid* (*prepagado*), *open jaw* (замість – *tarifa aérea en la que el punto de origen de viaje de regreso no coincide con el punto de llegada del viaje de ida*) та інші. Процитовані запозичені лексеми замінюють об'ємні пояснення на іспанській мові, що є зручним в сфері рекламного туристичного бізнесу.

Про необхідність і неминучість мовних змін під їх впливом писав ще в 1963 році великий іспаніст Рафаель Лапеса: «El veloz ritmo de nuestra vida no está de acuerdo con la desmesurada longitud de los vocablos compuestos, exigidos por la complejidad de los nuevos conocimientos lo que impone abreviar por unos u otros medios» – «Стрімкий темп нашого життя не узгоджується з непомірною довжиною тих складних слів, які створюються у відповідь на потреби відображення нових знань... Нагальною необхідністю стає їх скорочення тим чи іншим способом» [9, с. 67].

Загалом, запозичення в туристичному секторі іспанської мови виконують різні функції: 1) номі-



нативну, що задовольняє потребу мови в засобах номінації; 2) аксіологічну, яка збагачує мову експресивно-оцінними засобами; 3) семантичної диференціації понять іспанського й запозиченого слів; 5) термінотворення.

Зазначимо, що в управлінні та організації туризму часто використовуються також міжнародні аббревіатури: *B&B* (Bed and Breakfast), *FB* (Full Board), *HB* (Half Board), *IATA* (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), *IT* (Inclusive Tour), *RT* (Round Trip). В наведених вище прикладах спостерігаємо тенденцію до систематичної асиміляції аббревіатур англійського походження в їх оригінальній формі. Більшість іспанських туристичних довідників залишають такі аббревіатури без перекладу. Основними чинниками аббревіаційних процесів у сфері туризму є науково-технічний прогрес та необхідність швидкого обміну інформацією.

Абревіатури, що використовуються в туристичному секторі поділяються на національні та запозичені. Серед власне створених, які формуються з перших літер складових компонентів, зафіксовані: СЕНАТ (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos), FEAAV (Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes), ФЕН (Federación Española de Hoteles), ІЕТ (Instituto de Estudios Turísticos).

**Висновки.** В результаті проведеного аналізу вдалося встановити, що аббревіація є одним із важливих інструментів словотвору туристичного сектору, оскільки її механізми відповідають як загальному закону економії зусиль, так і тенденції до максимальної стислості повідомлення.

Зафіксовані нами запозичення з англійської мови в іспанському туристичному секторі можна розділити на англіцизми-слова та англіцизми-кальки. За ступенем асимільованості – це неасимільовані та асимільовані англіцизми-слова. Особливу популярність в іспанській мові вони набули завдяки міжнародному туризму, впливу засобів масової інформації, а також виразності та економічності англійської мови.

Афікси або деривати відіграють важливу роль в становленні терміносистеми туристичного сектору іспанської мови. Найпоширенішим різновидом афіксального способу термінотворення туристичної індустрії є суфіксація, представлена різними формантами.

Отримані результати відкривають нові перспективні напрями подальшого вивчення галузевих терміносистем із позицій лексичної типології. Зокрема, безперечний інтерес представляє встановлення лексичних відмінностей між туристичними текстами в оригіналі та їх перекладами, що дозволило б виявити лексичні заміни, не передбачені словниковими відповідниками.

#### СПИСОК ВИКРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Головин Б.Н. Введение в языкознание. Москва : Высшая школа, 1977, 312 с.
2. Иванова Н.А. Структурно-семантическая адаптация и переосмысления англицизмов та їх відбиття у російськомовних виданнях України : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02. Дніпропетровськ, 2009, 22 с.
3. Кульбіда, Д.П. Англицизми в іспанському мас-медійному туристичному дискурсі: структура, семантика, функції : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Київ, 2017, 20 с.
4. Попова Н.О. Структурно-семантичні особливості новітніх запозичень з англійської мови в українську (90- ті рр. XX ст. – поч. XXI ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 Харків, 2004. 196 с.
5. Прима В.В. Туристична термінологія : семантика і функціонування : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 124 с.
6. Almela Pérez R. Procedimientos de formación de palabras en español. Barcelona: Ariel, 1999. 254 p.
7. El pequeño LAROUSSE ilustrado. Barcelona : S.L., 2006. 1824 p.
8. Enrique Alvarez Varó. Diccionario de términos de turismo y ocio. Ariel, 2006. 600 p.
9. Lapesa Rafael. Historia de la lengua española. Madrid : Gregos, 1981. 690 p.