

Кучерук Я. О.

група ІМСО (Вінницький державний педагогічний університет ім. М. М. Коцюбинського)  
Науковий керівник – канд. філол. наук Грачова І. Є.

## ОСОБЛИВОСТІ АНГЛО-УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ В СУЧАСНІЙ МЕДІА-МОВІ

Сфера туризму є однією із наймасштабніших галузей промисловості, яка оперує багатьма процесами, що здійснюють безумовний внесок у розвиток суспільства в цілому. В зв'язку із постійним прогресом туристичної галузі та виникненням нових понять, що потребують конкретної номінації, виникає багато лексичних одиниць, які позначають новоявлені процеси та поняття. Такі лексеми характеризуються спеціальним значенням, інформативністю, точністю та експресивною нейтральністю, а згідно з визначенням О. С. Квитко такими лексемами є терміни. Вона вважає, що термін – це слово або словесний комплекс, що співвідноситься із поняттям конкретної області пізнання та вступає у відносини з іншими словами та словесними комплексами, утворюючи в кожному окремому випадку та в визначений час замкнуту систему, що відзначається високою інформативністю, однозначністю, точністю та експресивною нейтральністю [2, с. 21].

Зважаючи на міжнародний статус галузі туризму та її широкий термінологічний апарат виникає необхідність доцільного перекладу фахової лексики аби якісно оцінювати та обробляти інформацію та обмінюватися відомостями. Проаналізувавши туристичну лексику туризму в англійській медіа мові, а саме дослідивши ілюстративні матеріали автентичного характеру, такі як туристичні веб-сайти [4, 8, 11, 12, 13,], туристичні буклети та брошури [5, 6, 7], періодичні видання [10] та, порівнявши її із туристичною лексикою в українській медіа-мові [10, 3, 1] можна зробити висновок, що туристичну термінологію, а саме їх переклад доцільно умовно розділити на декілька груп: кальковані терміни, транслітеровані терміни, варваризми та терміни із непрямым перекладом.

1. До калькованих термінів можна віднести спеціальні лексичні одиниці, які оперуються прямим перекладом. До прикладу англійський термін *boarding pass* еквівалентний українському терміну *посадочний талон*, *all inclusive* – *все включено*, *overweight* – *надлишок ваги (багажу)*, *open-date-ticket* – *квиток з відкритою датою*.

2. До транслітерованих термінів відносяться слова, які не мають абсолютного перекладу в іншій (українській) мові, а просто транслітеруються: англійський термін *ski bus* в українській мові вживається як *скі бас* (автобус, що перевозить туристів від підйомників до курортів), *ski pas* звучить як *скі пас* (талон на користування підйомниками на гірськолижному курорті), *travel card* зустрічається в українській мові як *трєвел кард* (карта для подорожей), *topless* еквівалентний українському варіанту *топлєс* (роздільний купальник без верхньої частини), *price list* вживається як прайс лист (список послуг та цін на них)

3. До варваризмів можна віднести терміни, що повністю залишають як вимову так і написання англійських термінів, або ті спеціальні лексичні одиниці, які частково збігаються у написанні та супроводжуються додатковим поясненням: англійське позначення *Vip service* зазвичай перекладається як *Vip обслуговування* або *Vip service*, англійський варіант *baby-sitting* часто вживається в українській мові також як *baby-sitting* або *послуги няні*, *king-size bed/queen-size bed* зазвичай співпадає із українським еквівалентом *ліжко king-size /queen-size*, такі терміни як *junior suite*, *corner room*, *presidential suit* зазвичай супроводжуються словом номер та відповідним різновидом (*номер junior suite*, *номер corner room*, *номер presidential suit*).

4. До термінів з непрямым перекладом можна віднести лексеми, що не перекладаються дослівно, однак значення понять є однаковим. До прикладу англійський термін *late deals/last-minute* дорівнює українському поняттю *горячі путівки* або *package holiday* перекладається як *комплексна поїздка «Все включено»*.

Отже, туризм це потужна галузь, яка прогресує у кожній розвинутій країні. Її розвиток широко впливає на суспільство, адже ця сфера пропонує величезну кількість послуг як для людського дозвілля так і для офіційно-ділових питань і щоб мати можливість повністю розуміти та оцінювати процеси, що відбуваються в туризмі слід приділити увагу саме особливостям перекладу спеціальної лексики, яка становить більшу половину всієї лексики туристичної галузі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Карпати. Туризм. Відпочинок. № 1–6. Івано Франківськ, 2006.
2. Квитко И. С. Термин в научном документе. Львів: Вища школа, 1976. 128 с.
3. Міжнародний туризм. № 6. Київ, 2004.
4. Expedia: web-site. URL: <https://www.expedia.com/> (Last accessed: 07.04.2021)
5. Fliphtml5: web-site. URL: <https://fliphtml5.com/catr/jqkz> (Last accessed: 07.04.2021)
6. Fliphtml5: web-site. URL: <https://fliphtml5.com/omnq/fflz> (Last accessed: 07.04.2021)
7. Fliphtml5: web-site. URL: <https://fliphtml5.com/omnq/bxfs/#p=1> (Last accessed: 07.04.2021)
8. HomeAway: web-site. URL: <https://www.homeaway.com/> (Last accessed: 07.04.2021)
9. International Journal of Tourism Management. URL: <https://www.journals.elsevier.com/tourism-management> (Last accessed: 07.04.2021)
10. Join up: web-site. URL: [https://join-up.com.ua/?gclid=CjwKCAjwjbCDBhAwEiwAiudBy--bmeP-a6kdu2T6ob0zEw\\_X67KDm0eipEO9bsj76H\\_Bxhv3XDg7ZR0CUIAQAyD\\_BwE](https://join-up.com.ua/?gclid=CjwKCAjwjbCDBhAwEiwAiudBy--bmeP-a6kdu2T6ob0zEw_X67KDm0eipEO9bsj76H_Bxhv3XDg7ZR0CUIAQAyD_BwE) (Last accessed: 07.04.2021)
11. Priceline: web-site. URL: <https://www.priceline.com/> (Last accessed: 07.04.2021)
12. Travelocity: web-site. URL: <https://www.travelocity.com/> (Last accessed: 07.04.2021)
13. TripAdvisor: web-site. URL: <https://www.tripadvisor.co.uk/> (Last accessed: 07.04.2021)

**Ларіш А. О.**

група ПА–46 (Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка)  
*Науковий керівник – асистент Новосад Ю. І.*

#### СЛЕНГ ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Міжкультурна комунікація як вид комунікації – це спілкування між носіями різних мов і культур, сутність, якого полягає в взаємодії між представниками різних народів і країн. Мова – це основний засіб комунікаційної діяльності людей. Застосування сленгу набуває все більшої актуальності в умовах розширення міжнародних зв'язків. Основною складовою молодіжної комунікації є розповсюдження сленгу, який, як правило, виникає як протест літературній мові, монотонності, та не менш важливим є прагнення проявити власну оригінальність і певним чином виділитися, що дуже притаманно молодому поколінню. За допомогою сленгу, молодь хоче висловити своє ставлення до певних речей, самоствердитися, здобути популярності серед «своїх», а також виділитися серед інших «модними словечками», тобто сленгом.

В «Словнику лінгвістичних термінів» О. С. Ахманова дає такі визначення сленгу:

1. Розмовний варіант професійної мови.
2. Елементи розмовного варіанту тієї або іншої професійної або соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову людей, що не мають прямого відношення до даної групи осіб, набувають в цих мовах особливого емоційно– експресивного забарвлення [1].

У передмові до «Словника американського сленгу» Флекснер пише: « Сленг – це термін, що є основою назви цього словника, – це ті слова та вирази, які застосовуються відносно великою частиною широких верств американського народу, або які йому зрозумілі, але, на думку більшості, не підходять для «гарного», офіційного користування їхньою мовою» [3].