

Gegenwartssprache : Lehrbuch. [2. verbesserte Aufl.]. Moskau : Vysšaja Škola, 2017. 247 S.

Валентина Воскобойник,
кандидат філологічних наук, доцент,
Полтавський національний педагогічний
університет імені В. Г. Короленка

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Сфера гостинності є однією з найбільш важливих сфер економіки для багатьох країн. Завдяки інтенсивному темпу розвитку, зумовленому розширенням економічних, політичних та культурних відносин між країнами та народами, ця сфера стає економічним феноменом століття, значення якої у світі постійно зростає. Це пов'язано із важливістю ролі туризму в розвитку економіки регіонів та цілих країн, у зміцненні міжнародних зв'язків, а також з валютними надходженнями. Туристична галузь є фактором стабільності та зміцнення міждержавних зв'язків, формуючи імідж та престиж країни на світовій арені. Оскільки значна частина населення планети є англомовною, виникає необхідність дослідження англійської мови сфери гостинності. До того ж, англомовна термінологія гостинності є мало дослідженою і потребує узагальнення та систематизації.

Метою нашої роботи є визначення структурно-семантичних особливостей англомовної лексики сфери гостинності.

Індустрія гостинності є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності у сфері послуг, що пов'язані з прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку. Індустрія гостинності складається з комплексу різних видів діяльності. Кожен з цих видів діяльності має свою власну групу

термінів, яка відрізняється від інших груп залежно від специфіки кожного окремого виду діяльності.

Розглянемо основні складники індустрії гостинності, які мають свою англomовну лексику [2]:

- готельний бізнес: *motel* – мотель, *suite* – номер «люкс», *duplex* – дуплекс (двоповерховий люкс), *Bed and Breakfast* – готель зі схемою обслуговування «розміщення і сніданок»;

- сфера харчування, що реалізується через комплекс спеціальних закладів: *barmaid* – буфетниця, *buffet restaurant* – ресторан самообслуговування, шведський стіл, *bistro* – бістро, *drive-in restaurant* – ресторан на автостоянці;

- галузь розваг: *diving* – дайвінг, *cruise* – круїз, *museum* – музей, *theme park* – тематичний парк, *wine tasting* – тестування вина;

- галузь транспорту: *observation bus* – екскурсійний автобус, *sailing ship* – парусне судно, *liner* – лайнер, *courtesy bus* – безкоштовний автобус (надається готелем гостям або клієнтам для переїзду між вокзалом, аеропортом тощо і готелем);

- туристична галузь: *agricultural tourism* – сільськогосподарський туризм, *space travel/tourism* – космічні подорожі/туризм, *special interest holidays* – канікули за особливими інтересами, *baggage lockers* – шафка для багажу;

- медично-рекреаційна галузь: *rehabilitation* – реабілітація, *resort* – курорт, *spa* – спа, *health resort* – санаторій;

У межах цих галузей можна виділити різні лексико-семантичні групи [1]. Наприклад, у сфері готельного бізнесу можна виділити такі лексико-семантичні групи:

- типи готелів: *business hotel*, *airport hotel*, *resort hotel*, *hostel*, *flotel*, *motel*;

- типи кімнат: *single room*, *twin room*, *interconnecting rooms*, *adjoining rooms*, *studio room*, *cabana*;

- готельні зручності, меблі: *king bed*, *berth*, *shower*, *bath*, *tap*, *remote control*;

- професії в готельній сфері: *conciierge*, *animator*, *chambermaid*, *administrator*;

- процеси: *advance reservation*, *booking*, *check-in*, *check-out*;

- послуги: *room service, the internet-service, airport transfer, baby-sitting service, business service;*
- тарифи та оплата: *booking charge, business fare, admission charge, day return, daily room rate;*
- документація: *accident insurance, booking form, health declaration form, hotel voucher.*

За своєю структурою (кількістю компонентів) термінологічні лексичні одиниці сфери гостинності належать до таких груп:

- однокомпонентні терміни: *accommodation, catering, confirmation, cruise, cuisine, customs, departure, destination, dining;*
- двокомпонентні терміни: *additional charge, arrival time, bargain price, beach holiday, boat trip, double room, early booking, entrance fee, excess baggage, expiry date, familiarization trip, flight attendant;*
- трикомпонентні терміни: *amenities and facilities, apply for a visa, computer reservation system, credit card payment, fixed price menu, goods on offer, guarded car park, influx of tourists, last minute offer, tourist information office;*
- чотирикомпонентні терміни: *country of temporary residence, cover of tourist losses, full board and lodging, generally accepted quality standards, lodging and food facilities, record of hotel bills, set out on a journey.*

Термінологічні одиниці, що містять більше чотирьох компонентів, досить рідкісні. Наведені вище дані наочно ілюструють переважання дво- та трикомпонентних англійських термінів у термінології індустрії гостинності.

Отже, англійська термінологічна лексика сфери гостинності досить різноманітна як за своєю структурою, так і за лексико-семантичними характеристиками. Вона охоплює ті галузі, які є складовими елементами сфери гостинності.

Джерела та література

1. Біян Н. О. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів в англійській мові. *Іноземна філологія*. 2009. Вип. 121. С. 142–149.

2. Гузар У. Є. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Етнічні особливості гостинності» для студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа». URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/24434/1/Конспект%20лекцій%20ЕОГ.pdf> (дата звернення: 23.04.2022).

Олена Галицька,
кандидат філологічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЄВРОПЕЇЗМИ В СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У поліетнічному та мультикультурному просторі сучасної світобудови саме євролінгвістичні дослідження набирають обертів у ХХІ ст. Актуальність теми тез зумовлено зорієнтованістю сучасних інтерлінгвістичних досліджень з урахуванням інтересів інтернаціональних принципів в європейській лінгвістиці.

Предметом дослідження є формальні характеристики сучасних німецьких європеїзмів. Мета тез полягає у встановленні специфіки потенцій європеїзмів у сучасному медійному дискурсі.

У європейській та світовій лінгвістиці не сформувалося єдиної думки щодо поняття «європеїзм», яке, здебільшого, використовується в контексті дослідження інтернаціональної лексики. Більшість західно- та східноєвропейських мовознавців уникають вживання терміну «європеїзм» або ототожнюють його з такими поняттями: інтернаціоналізм, трансфер або запозичення [1–3].

Услід за Аланом Кіркнесом [2], у тезах послуговуємося терміном «європеїзм», з урахуванням сучасної європейської самосвідомості, європейського духу як світоглядного дороговказу. Мова йде про слова, які