

УДК 811.111:379.85

МАРИНА ЧИКАЛОВА

(Суми)

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ВІДПОВІДНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Ключові слова:* лексико-семантичний аналіз, проблеми перекладу, туризм, термінологія, понятійний апарат.

Проблема перекладу в будь-якій сфері професійної діяльності є актуальною на всіх етапах інтеграційних процесів розвитку суспільства. Міжнародне спілкування, крос-культурні комунікації, розширення освітніх та культурних зв'язків, розвиток туристичного бізнесу вимагають адекватності розуміння й тлумачення специфічної термінологічної лексики. Усе це покладає відповідальність на перекладачів, які є, образно кажучи, трансферною ланкою між мовою оригіналу та мовою реципієнта. Саме перекладач повинен володіти вмінням передати всю інформаційну повноту понятійного апарату детермінованої галузі, враховуючи те, що абсолютна тотожність лексичних одиниць суперечить самій природі комунікацій з огляду на традиційні номінації окремих понять, що склалися історично.

Сучасне мовознавство відводить питанням перекладу термінів, єдиній понятійній системі та формуванню нових терміносистем важливу роль. Це стосується і теоретичних досліджень узагалі (І. Арнольд, Л. Виноградова, Р. Зорівчак, В. Карабан, К. Комісаров, Л. Крисін та ін.), і туристичної галузі зокрема (Е. Белан, Н. Валеева, М. Всеволодова, О. Кибрик, В. Конецька, Є. Мошняга, Г. Шипуліна та ін.), адже загальноприйнята лексика міжнародного туризму не завжди точно відтворює сутність поняття при перекладі іншою мовою. Й оскільки туристська термінологія ще порівняно молода, особливостям перекладу її специфічної лексики слід приділяти посилену

увагу й під час навчання майбутніх фахівців сфери туризму в навчальних закладах.

**Метою статті** є проведення порівняльного лексико-семантичного аналізу понятійного апарату, який використовується у туристичній термінології, на базі англійської та української мов.

Поставлена мета вимагає чіткого визначення поняття «*понятійний апарат сфери туризму*»: *під понятійним апаратом туристичної сфери* розуміємо такий лексичний тезаурус окремої мови, який уключає терміни та понятійні фразові звороти, пов'язані з різними напрямками ведення професійної діяльності у сфері туризму.

*Під лексико-семантичним аналізом понятійного апарату у сфері туризму* з огляду на адекватність перекладу розуміємо не лише значення сукупності вживаних у певному тексті чи висловленні лексичних одиниць, а, в першу чергу, всю інформацію, яка передається цією мовою і яка є максимально наближеною до мови оригіналу. За одним і тим самим словом чи словосполученням, як правило, закріплено декілька значень, які можуть кардинально відрізнятися одне від одного. І лише контекст та специфічна спрямованість якоїсь галузі можуть взаємно пов'язати, здавалося б, цілком різні дефініції одного й того самого поняття.

Переклад специфічної лексики часто вимагає звернення до змістових та стилістичних особливостей понятійного апарату для досягнення відповідності оригіналу. Англійський лінгвіст та перекладач, автор численних наукових праць із теорії перекладу Пітер Ньюмарк [6] віддає перевагу семантичному методу перекладу, вважаючи, що саме він може найбільш точно передати контекстуальне значення оригіналу.

Проблема визначення аналогічності термінів у різних мовах передбачає декілька варіантів перекладацьких трансформацій, серед яких В. Комісаров [2] виділяє:

1) калькування (коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови), що є найбільш популярним для міжнародного туриста, наприклад: *all inclusive* – *все включене*, *package tour* – *пакетний тур*, *tourism product* – *туристичний продукт*, *event tourism* – *подієвий туризм* тощо. Відповідно, термін *high season* перекладаємо як *високий сезон*, що є зрозумілим для подорожніх і не потребує детального опису на кшталт «період найбільшої активності в туризмі; найпопулярніший період року для подорожей; період найвищих тарифів на туристичні послуги»;

2) транскодування (транскрипція, транслітерація, транскрипція + транслітерація), тобто формальне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту чи фонем мови перекладу, що часто замінює цілий спеціалізований описовий зворот: *інклюзив-тур* (*inclusive tour*), *президентський сьют* (*Presidential suite*), *джип-сафари* (*jeep-safari*), *ресепшн* (*реценція*) (*reception*), *анімація* (*animation*), *бізнес-тур* (*business-tour*), *дестинація* (*destination*) тощо. Так, із метою полегшення сприйняття та економії часу (усна комунікація) і простору (письмове подання у вигляді буклетів, рекламних листівок тощо) поняття «*time-share*», яке є неоднозначним, залежно від контексту та семантичної специфіки може перекладатися як «спільна оренда майна; розподіл

часу на користування власністю». Проте у сфері індустрії гостинності доцільно залишити транскрипційний переклад і не шукати синонімічні ряди в різних мовах, оскільки слово *таймшер*, яке замінює описовий відповідник «пакет документів, що дає власнику право на користування пільгами під час сімейного відпочинку», є більш зрозумілим для туристів із досвідом подорожей; аналогічними є й багато інших понять, наприклад, *package tour* – *пекідж-тур* (замість «подорож, яка включає в себе певний набір послуг, таких як перевезення, проживання, харчування, екскурсії, страхування тощо, загальна вартість якої є аналогічною вартості його елементів»); із цілого ряду можливого перекладу слова *upgrade* (модернізація, удосконалення, підйом, покращення, підвищення, вгору, оновлення, покращувати породу тощо) стосовно туристичної галузі ми залишаємо транслітерацію *ангрейд*, що дескриптивною «мовою» туризму означає «надання послуг розміщення (номера) із підвищенням категорії без стягнення з туриста додаткової плати»; *a-la cart menu* – *меню а-ля карт*, що має на увазі «меню, у якому кожна страва вказана зі своєю спеціальною ціною»; *charter* – *чартерний рейс* також не потребує детального пояснення «рейс, замовлений для спеціальної групи людей, переліт яких організований туроператором чи іншою організацією і який є звичай набагато дешевшим, аніж регулярний рейс авіалінії за розкладом»;

3) еквівалентні відповідності, які передаються або напівкалькуванням, або поясненням окремого поняття чи терміна: *гаряча пумівка* (*late deals* (BE) *та last-minute specials* (AE)); *безкоштовний сніданок* (*complimentary breakfast*); *номер із видом на басейн* (*pool-view*) тощо.

Запозичення термінів у сфері туризму пов'язане не з даниною моді й не із привабливістю у «західному» звучанні. Причинами, вважає Л. П. Крисін, є «потреба в найменуванні нового предмета чи явища; ... потреба спеціалізації понять» тощо [3]. Вітчизняна терміносистема повинна створюватися відповідно до англійських лексем, особливо стосовно галузі міжнародного туризму. *Прайс-листи* (замість *цінники*), *паркінг* (замість *автостоянка*), *презентація* (замість *показ*), *дисконт* (замість *знижка*), *дестинація* (замість *місце призначення чи напрямок маршруту*), *рекреація* (замість *відпочинок, розваги*), *анімація* (замість *культурно-дозвільна діяльність*), *ваучер* (замість *путівка чи документ, який є свідченням придбання та оплати відповідних туристичних послуг*) тощо стали звичним явищем не лише у специфічній сфері, наприклад, туризму, але й у повсякденному житті. Це є свідченням того, що лексика певної галузі постійно поповнюється новими одиницями, які рефлектують специфічні процеси реальності.

Еквівалентність перекладу буде досягнута в тому випадку, якщо цільова аудиторія зможе сприйняти повідомлення, подане мовою реципієнта, у повному обсязі з урахуванням максимального збереження домінантної функції висловлення [2].

Проте слід пам'ятати, що вищезгадані варіанти перекладу термінологічної лексики сфери туристичної діяльності є доречними для «просунутих» та досвідчених подорожніх, тоді як для так званого пересічного громадянина, який уперше користується послугами туристичної фірми, доцільно створювати додатковий туристичний глосарій із детальним поясненням специфічних термінів, наприклад:

№ п/п	English notion	Український еквівалент	Дескрипція
1	transit	транзит	перевезення пасажирів (туристів) з однієї країни в іншу через третю країну
2	aparthotel	апарт-отель	тип номерів у готелі, які за оформленням наближені до вигляду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі (вартість харчування зазвичай не входить у вартість номера)
3	room service	рум сервіс	обслуговування в номері (їжа та напої з ресторану згідно з меню на замовлення)
4	a-la carte menu	меню <i>a la carte</i>	за вибором, за бажанням, замовлення окремих блюд за ціною, встановленою рестораном
5	rafting	рафтинг	сплав гірською рікою на човнах, катамаранах чи плотах, не обладнаних моторними засобами
6	transfer	трансфер	будь-які перевезення туриста в межах туристичного центру (доставка з вокзалу, аеропорту чи морського порту до готелю та назад; з готелю до театру тощо)

Окрему увагу слід приділяти скороченням та аббревіатурі у сфері туристичної діяльності, оскільки необізнаній людині зорієнтуватися у наборі букв та цифр досить проблематично. Так, наприклад, зрозуміти «набір» типу DBL + 2 CHD (2–6) (6–12), зокрема для осіб, які не вивчали англійську мову, може стати невирішеною проблемою, хоча переклад є очевидним: номер для 2 дорослих та 2 дітей: одна дитина віком 2–6 років, друга – 6–12 років. Не меншим пазлом може стати й відмінність у скороченнях DBL (double), що означає «двомісний номер з одним великим двоспальним ліжком», та TWIN, що теж є двомісним, але кількість ліжок – два.

Лексико-семантичні відповідності добре прослідковуються й на прикладі дієслів (пов'язаних зі сферою туризму): дієслово *check out* може вживатися у двох значеннях – 1) виїжджати з готелю та 2) дізнаватися чи перевіряти якусь інформацію. Як приклад: «*The last day of our trip was tough, we checked out our rooms in a hurry. It happened so, 'cause we didn't check out our flight time*». Ще одним прикладом може стати дієслово *go away*, загальне значення якого – «іти геть», «виходити», «залишати приміщення» тощо, а стосовно туризму – «виїжджати куди-небудь на вихідні дні»: *They went away in Liverpool yesterday, but came back on Monday*.

Таким чином, переклад термінологічної лексики понятійного апарату сфери туризму потребує професійної обізнаності та скрупульозності перекладача в усіх нюансах цього специфічного виду діяльності. Фахівцям індустрії гостинності, й особливо тим, хто працюють на міжнародному ринку туристичних послуг, слід досконало володіти туристичними термінами й уміти не лише називати відповідний еквівалент рідною мовою споживача

турпродукту, але й дескриптивно пояснювати значення цього поняття. Саме тут найефективнішого результату можна досягти лише спільною працею лінгвістів та фахівців-практиків. Понятійний апарат сфери туризму вимагає й вимагатиме постійного вдосконалення, розвитку та деталізації.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виноградова Л. В. Термины туризма в русском и английском языках: понятийная система / Л. В. Виноградова // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 4–8.
2. Комиссаров В. Н. Практикум по переводу с английского языка на русский : учеб. пособ. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
3. Крысин Л. П. Лексические заимствования и калькирование в русском языке последних десятилетий / Л. П. Крысин // Вопросы языкознания. – 2002. – № 6. – С. 52–61.
4. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology / A. Beaver. – Wallingford : SABI Publishing, 2005. – 409 p.
5. Glossary of Tourism Industry Terminology [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourismknowledge.com>
6. Newmark P. Approaches to translation (Language Teaching Methodology Series) / P. Newmark. – Oxford : Pergamon Press, 1981. – P. 213.

МАРИНА ЧИКАЛОВА

#### ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ ПЕРЕВОДА ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются проблемы перевода терминологической лексики сферы туризма и ее соответствия языку оригинала. Особое внимание акцентируется на вариантах перевода понятийного аппарата определенной области исследования в соответствии с общепринятыми международными нормами. Определено, что перевод специфической лексики требует обращения к контекстуальным и стилистическим особенностям для достижения максимального соответствия оригиналу. Приоритетным в данном случае следует считать семантический метод перевода. Наиболее приемлемыми вариантами переводческих трансформаций в сфере туристической деятельности целесообразно считать калькирование, транскодирование и эквивалентное соответствие.

**Ключевые слова:** лексико-семантический анализ, проблемы перевода, туризм, терминология, понятийный аппарат.

MARYNA CHYKALOVA

#### LEXICAL AND SEMANTIC APPROPRIATE TRANSLATION OF THE CONCEPTUAL APPARATUS IN TOURISM ACTIVITY

The article deals with the problem of tourism terminological vocabulary translation and equivalence with the original language. English terms related to the sphere of tourism are considered in the article. The role of English borrowings in the formation of the terminological system of tourism in the Ukrainian language is analyzed.

Particular attention is paid to the translation of the conceptual apparatus of certain areas in accordance with generally accepted international norms. It was determined that the translation of specific vocabulary requires addressing to contextual and stylistic features in order to achieve maximum compliance with the original. The semantic translation method should be regarded as the priority in this case. Tracing, transcoding, and language equivalent are advisable to be considered as the most acceptable variants of translation transformations in tourism.

**Key words:** lexical and semantic analysis, translation problems, tourism, terminology, the conceptual apparatus.

Одержано 11.06.2015 р.