

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ

**ТЕРМИНЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В СОВРЕМЕННОМ  
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по специальности  
45.05.01 Перевод и переводоведение  
очной формы обучения,  
группы 04001217  
Унровой Екатерины Владиславовны

Научный руководитель  
к. филол. н., доцент  
Пупынина Е.В.

Рецензент  
д. филол. н., доцент  
Гарагуля С.И.

БЕЛГОРОД 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Теоретические предпосылки исследования терминосистемы туристического дискурса.....</b>	<b>6</b>
1.1. Дифференциальные признаки термина.....	6
1.1.1. Терминология как область исследования.....	6
1.1.2. Понятие термина.....	9
1.1.3. Отличительные свойства терминов.....	13
1.1.4. Классификация терминов.....	16
1.2. Туристический дискурс как область функционирования терминологии.....	19
1.2.1. Понятие дискурса.....	19
1.2.2. Специфика туристического дискурса.....	21
1.2.3. Жанровое пространство туристического дискурса.....	23
Выводы по главе I.....	27
<b>Глава 2. Характеристика состава и специфики английской туристической терминологии.....</b>	<b>29</b>
2.1. Способы терминообразования.....	29
2.2. Тематические группы терминов в сфере туризма.....	35
2.3. Заимствование как способ терминообразования .....	41
2.4. Специфика перевода терминологии в сфере туристического обслуживания.....	43
Выводы по главе II.....	50
<b>Заключение.....</b>	<b>52</b>
<b>Список использованной литературы.....</b>	<b>55</b>
<b>Список использованных словарей.....</b>	<b>59</b>
<b>Список источников фактического материала.....</b>	<b>60</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие любой науки или области знания обуславливается наличием строго аргументированной в научном плане терминологии.

Комплексное туристическое обслуживание в России в силу исторических и социальных причин в значительной степени ориентировано на использование словарной базы, заимствованной из других языков. Наиболее распространенным в сфере туризма является английский язык и, прежде всего, специальная лексика, употребление которой ограничивается специальными сферами человеческой деятельности. Именно в специальной терминологии можно наиболее наглядно проследить связь развития языка с историей и духовной культурой народа.

На сегодняшний день более 90% новых слов, появляющихся в современных языках, представляют собой специальную лексику, что является результатом значительного развития научно-технических знаний (Гринев-Гриневиц 2008: 58).

Современная терминология сферы туризма отражает понятия довольно новой отрасли знания и, как правило, еще недостаточно исследованной, что делает тему, выбранную для данного исследования, достаточно актуальной. Терминосистема «Туризм» является фактом массовой коммуникации, а ее изучение – важнейшим условием успешной профессиональной деятельности и организации путешествий.

Туристический бизнес не перестает развиваться: налаживаются взаимоотношения российских и зарубежных партнеров, которые прибегают к употреблению терминологии сферы туризма; российские путешественники также постоянно сталкиваются с необходимостью понимания терминов, используемых в сфере туристического обслуживания. Всё это привлекает внимание к терминологии туризма и порождает споры о ней, чему посвящена масса публикаций.

Существует множество исследований этой терминологической лексики с лингвистической точки зрения. Так, термины туризма русского и английского языков исследует в русле когнитивного подхода Е.В. Мошняга (Мошняга 2009: 67), формально-структурного – Э.Т. Белан (Белан 2009: 17), дискурсивного – О.П. Каребина (Каребина 2008: 11), что подтверждает **актуальность** изучения этой терминосистемы.

Таким образом, **целью** работы является изучение специальной лексики туристической тематики, рассмотрение различных классификаций терминов в сфере туризма и способов их перевода.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- собрать и обосновать теоретический материал об особенностях терминов;
- выделить характерные черты туристической терминологии;
- определить особенности формирования терминологии международного туризма;
- классифицировать туристические термины;
- проанализировать основные приемы перевода терминов в данной сфере коммуникации и выявить трудности в процессе перевода;

**Объектом** исследования является терминосистема туристического дискурса.

**Предмет** работы – состав и особенности образования и семантики терминов в сфере международного туризма.

**Материалом** исследования послужили туристические термины, полученные в результате сплошной выборки из источников, представляющих сферу их функционирования, а именно тексты путеводителей, туристические брошюры, сайты туристических компаний и различных отелей.

**Теоретическую базу** исследования составили работы В.Н. Комиссарова, Я.И. Рецкера, А.В. Федорова, Н.К. Рябцевой, И.В. Арнольд, Л.И. Борисовой и других ученых.

При написании дипломной работы были применены следующие **методы**: метод критического анализа теоретической литературы, сравнительно-сопоставительный и семантический анализ текстов, описательный метод, метод переводческого анализа.

**Структура** данной дипломной работы: введение, две главы, заключение, список использованной литературы, использованных словарей и источников фактического материала.

Во Введении описывается актуальность, цель, задачи, предмет и объект исследования. Также указывается материал, методологическая база и методы, примененные в работе.

Глава первая «Теоретические предпосылки исследования терминосистемы туристического дискурса» отражает теоретические основы исследуемого вопроса, содержит проблемы исследования терминологии, классификацию терминов по различным признакам и рассмотрение отличительных свойств туристического дискурса.

Глава вторая «Характеристика состава и специфики английской туристической терминологии» содержит анализ специфики английской туристической терминологии и рассмотрение проблем ее перевода.

В Заключении подводятся итоги исследования.

## Глава I. Теоретические предпосылки исследования терминосистемы туристического дискурса

### 1.1. Дифференциальные признаки термина

#### 1.1.1. Терминология как область исследования

В профессиональной сфере общения выделяется особая функциональная разновидность полифункционального и полиструктурного литературного языка. Данная разновидность кодифицированного литературного языка разными исследователями называется по-разному: профессиональный язык, язык науки, язык для специальных целей, специальный язык и т. д.

Одной из особенностей данной сферы общения является наличие специальных слов. В настоящее время число терминов постоянно растет и зачастую превышает число общеупотребительных слов. Бурное развитие новых дисциплин (примерно каждые 25 лет их число удваивается) влечет за собой потребность в их собственной терминологии.

Терминология – это совокупность терминов определенной отрасли знания или производства, а также учение об образовании, составе и функционировании терминов.

Предметом общей теории терминологии являются: изучение образования и употребления специальных слов, с помощью которых формируются и передаются накопленные человечеством знания; совершенствование существующих терминологических систем; поиски оптимальных путей создания новых терминов и их систем; поиски универсальных черт, свойственных терминологиям разных областей знания.

Современная наука стремится к семантической унификации терминологических систем одной и той же науки в разных языках (однозначное соответствие между терминами разных языков) и к использованию интернационализмов в терминологии.

Интернационализация является одной из основных тенденций развития сложившейся терминосистемы, так как термины более активно, чем остальные пласты лексики, взаимодействуют с другими языками. В области терминологической лексики языка международный обмен происходит наиболее интенсивно, именно поэтому на ее долю и приходится наибольший процент иноязычных заимствований.

В связи с большим потоком терминов специалисты вынуждены упорядочивать весь массив терминологии. И в этом случае на первый план выдвигается такой важный аспект, как нормативность. Терминология, занимая в специальных языках центральное место, обладает определенной самостоятельностью формирования и развития.

Лингвистическая нормативность – это правильность образования и употребления термина. Процессы терминообразования и терминопотребления – не стихийные, а сознательные процессы, подконтрольные лингвистам и терминологам. Норма в терминологии должна соответствовать нормам общелитературного языка, в то же время существуют и особые требования, которые предъявляются к термину (Граудина, Ширяева 1999: 103-107):

1. Фиксированное содержание (одному знаку соответствует одно понятие) включает положение о том, что термин должен иметь ограниченное содержание в пределах определенной терминосистемы в конкретный период развития данной области знания.

2. Точность – четкость, ограниченность значения. Специальное понятие имеет точные границы, обычно устанавливаемые с помощью определения – дефиниции термина. Термины обладают разной степенью точности. Наиболее точными представляются мотивированные термины, в структуре

которых особенно ярко переданы содержание понятия или его отличительные признаки.

3. Однозначность. Термин не должен быть многозначным. Особенно неудобна в данном случае категориальная многозначность, когда одна и та же форма используется для обозначения операции и ее результата, процесса и явления, объекта и его описания («облицовка» (конструкция и операция), «грамматика» (строй языка и наука, описывающая этот строй)).

4. Термин не должен иметь синонимов. Синонимы в терминологии имеют другую природу и выполняют иные функции, чем в общелитературном языке. Под синонимией в терминологии обычно понимают явление дублетности («офтальмолог» – «окулист», «генитив» – «родительный падеж»). Между дублетами нет эмоционально-экспрессивных, стилистических или оттеночных оппозиций. Они тождественны между собой, каждый из них относится прямо к обозначаемому. И если в общелитературном языке существование синонимов оправдано тем, что употребление тех или иных из них влияет на содержание речи, или изменяет стилистическую окраску, или придает ей индивидуальный оттенок, то дублеты этими свойствами не обладают и представляют собой явление нежелательное и даже вредное.

5. Систематичность. Базируется на классификации понятий, исходя из которой, выделяются признаки, после чего подбираются слова и их части (терминоэлементы) для образования термина. Систематичность дает возможность отражения в структуре термина его определенного места в данной терминосистеме, связи называемого понятия с другими, его отнесенности к определенной логической категории понятий (пример Д.С. Лотте: «электронная лампа» и ее виды – «диод», «триод», «тетрод» – важнейшим является общность признаков понятий, здесь – количество электродов в лампе) одного классификационного уровня и связь с термином, означающим родовое понятие. Систематичность требует и однотипности,



например, один и тот же суффикс -ан используется в названиях жирных углеводов («метан», «этан», «пропан»).

6. Краткость термина. Для современной эпохи особенно характерно образование протяженных терминов, в которых стремятся передать большее число признаков обозначаемых ими понятий, появляются длинные, громоздкие названия, приближающиеся к терминам-описаниям. Но оборотной стороной подобной однозначности оказывается громоздкость текста. Практика же сталкивается с необходимостью искать сокращенный, равноценный вариант длинного наименования.

Конечно, на практике трудно выполнить все эти нормативные предписания. При стандартизации нормативность требований смягчается. Так, в качестве обязательных свойств термина выдвигаются однозначность, краткость и соответствие нормам и правилам русского языка. Остальные требования к научно-техническому термину предлагается считать факультативными.

Не смотря на то, что изучение «термина» ведется уже не одно десятилетие, и лингвисты выработали общие требования, предъявляемые к терминам любой сферы, однозначного определения данного понятия не существует.

### 1.1.2. Понятие термина

В лингвистической литературе нет единого определения понятия «термин», поэтому мы рассмотрим несколько из них. Порой лингвисты в одной статье приводят сразу несколько определений, так В. П. Даниленко в одной из своих работ отмечает 19 определений, указывая, что это не конечное их число (Даниленко 1977: 83-86), а Б. Н. Головин приводит семь примеров определения термина (Головин 1970: 18-19).

Необходимо отметить, что термин является объектом изучения целого ряда наук, и каждая из них пытается сформулировать свое определение, учитывая характерные для данной области знания особенности. При этом создать единое для множества наук определение такого многоаспектного понятия не представляется возможным.

Кроме того, по мнению Ф. А. Циткиной, в существующих определениях заметно несоответствие устанавливаемых определением свойств и признаков термина его реальному языковому употреблению; многие определения вводят как бы идеальный термин (Циткина 1988: 9).

Наиболее развернутое и подробное определение термина было найдено нами в работе М.А. Терпак «Исследование терминологии научно-технического стиля, как одного из видов информативного перевода»: «термин (включая научно-технические термины и термины организационно-распорядительной документации) – это единица какого-либо конкретного естественного или искусственного языка (слово, словосочетание, аббревиатура, символ, сочетание слова и букв-символов, сочетание слова и цифр-символов), обладающая в результате стихийно сложившейся или особой сознательной коллективной договоренности специальным терминологическим значением, которое может быть выражено либо в словесной форме, либо в том или ином формализованном виде и достаточно точно и полно отражает основные, существенные на данном уровне развития науки и техники признаки соответствующего понятия; термин – слово, обязательно соотносимое с определенной единицей соответствующей логико-понятийной системы в плане содержания» (Терпак 2011: 281-284).

Более краткое определение термина предлагает А. В. Суперанская: «термин – это специальное слово (или словосочетание), принятое в профессиональной деятельности и употребляющееся в особых условиях; это словесное обозначение понятия, входящего в систему понятий определенной области профессиональных знаний; это основной понятийный элемент языка для специальных целей» (Суперанская 2004: 135).

Необходимо учитывать, что в дефиниции термина должны отражаться его основные свойства и признаки, и то, что дефиниция должна быть емкой и лаконичной. Поэтому с данной позиции значимым является определение термина как слова или словосочетания специального языка (определенной предметной области), применяемого для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов. При этом термином может выступить любое слово или словосочетание языка при условии, что его значение включается в некоторую достаточно четко определенную систему понятий, относящуюся к определенной систематизированной предметной области (Некрасова 2008: 74).

Проанализировав все вышеперечисленные определения термина, можно сказать, что наиболее удобное рабочее определение даёт Ф. М. Циткина, согласно которой термин – это «языковой знак, репрезентирующий научное понятие специальной, профессиональной отрасли знания» (Циткина 1988: 34).

Основными признаками термина являются:

- 1) адекватность отражения содержания понятия, смысловая однозначность;
- 2) логическая соотнесенность его с другими родовидовыми терминами (родовидовая системность);
- 3) профессиональный уровень практического употребления (терминология туристическая, техническая, химическая, медицинская, спортивная и т. д.).

Термин входит в общую лексическую систему языка лишь через посредство конкретной терминологической системы (терминологии). К специфическим особенностям термина относятся:

- 1) системность;
- 2) наличие дефиниции;
- 3) тенденция к однозначности в пределах своего терминологического поля;

- 4) стилистическая нейтральность;
- 5) отсутствие экспрессии.

Все эти свойства термин реализует только внутри терминологического поля, за пределами которого теряются его дефинитивные и системные характеристики. Термины в отличие от иных слов направлены на четкое отображение и выражение социально организованной действительности (наука, техника, политика, право и т.д.), имеют социально-обязательный характер. Они лишены эмоциональной окраски, объективны, строги и устойчивы.

Термины существуют в рамках определённой терминологии, то есть входят в конкретную лексическую систему языка, но лишь через посредство конкретной терминологической системы. Терминосистема – упорядоченное множество терминов с зафиксированными отношениями между ними, отражающими отношения между называемыми этими терминами понятиями (Гринев-Гриневиц 2008: 26-27).

В отличие от общеупотребительных слов у терминов нет связи с контекстом. По сравнению с основной массой слов термин более точен. Он непосредственно соотносится с обозначаемым понятием. Наряду со смысловой однозначностью термину присущ и другой характерный признак – стилистическая нейтральность. В нем нет экспрессивности, эмоциональной окрашенности при обозначении предмета. Для него главное – логическая и предметная направленность, а не эстетические украшения и субъективные интонации.

Термины и слова общенародного языка могут переходить друг в друга. Термины подчиняются словообразовательным, грамматическим и фонетическим правилам данного языка, создаются путём терминологизации слов общенародного языка, заимствования или калькирования иноязычных термино-элементов. Совокупность всех терминов языка называется терминологией.

Между термином и понятием, которое он обозначает, есть нерасторжимая связь. Она проявляется в том, что упорядочение терминологии, решение ее функциональных проблем невозможны без достаточно глубокой научной разработки понятий, их логического анализа и точного определения. Как верно отмечал академик В.В. Виноградов, всякие «попытки упорядочения терминов без предварительного анализа понятий, которые ими выражаются, остаются безрезультатными». Понятие – это отражение явлений объективной действительности в их существенных признаках, мысль, выражающая сущность явления. Термин представляет понятие в соответствующей знаковой форме, является его носителем, внешним символом. Жесткая связь между понятием и термином не всегда очевидна. Понятие едино, а термин может обозначать и разные понятия, быть многозначным. Одно и то же понятие может обозначаться разными терминами.

При описании термина одной из важных задач наряду с определением понятия термина является выявление его свойств и функций.

### 1.1.3. Отличительные свойства терминов

Термины представляют собой лексику, сфера употребления которой ограничена. Наряду со способностью передавать значимую для реципиента информацию, термины обладают способностью делать ту же информацию закрытой для «непосвященных» восприемников.

Однако термины следует отличать от профессионализмов, которые также входят в состав специальной лексики.

Профессиональная лексика (профессионализмы) — это собственные многим профессиям слова и выражения, взятые из общего оборота.

Термины создаются сознательными и целенаправленными усилиями людей — специалистов в какой-либо области. Профессионализмы менее регулярны, поскольку они рождаются в устной речи людей, вследствие чего редко образуют систему.

В отличие от специальных терминов профессионализмы имеют яркую экспрессивную окраску и выразительность благодаря своей метафоричности и, зачастую, образности.

Профессионализмы выступают как принятые в определенной профессиональной группе просторечные эквиваленты терминов: опечатка в речи журналистов – ляп; руль в речи шоферов – баранка.

Несмотря на ограниченность сферы употребления терминов и профессионализмов, они постоянно взаимодействуют. Многие специальные термины постепенно проникают в литературный язык, переосмысляются, в результате чего перестают быть терминами.

Ограниченной сферой употребления также обладает жаргонная лексика. Жаргонизмы — это обиходно-бытовая лексика и фразеология, наделенная сниженной экспрессией и характеризующаяся социально ограниченным употреблением (Беглова 1998: 97).

Существует довольно много определений термина «жаргон». Например, согласно лингвистическому энциклопедическому словарю под жаргоном понимается функционирующая преимущественно в устном общении разновидность речи отдельной достаточно устойчивой социальной группы людей, объединенных по признаку профессии, положению в обществе, интересам или возрасту.

В современной лингвистике под термином «жаргон» понимаются слова и выражения характерные для определенной профессии или рода занятия. Представители одной профессии употребляют жаргон для обозначения специальных явлений, для которых нет названий в стандартной лексике, или они слишком трудны для восприятия.

Некоторые исследователи считают, что профессиональный жаргон встречается в основном в неофициальной разговорной речи специалистов в отличие от специальной лексики, использующейся в официальных условиях общения. Как и обилие терминов в речи, использование профессиональных жаргонизмов иногда делает речь непонятной для людей непосвященных, что зачастую приводит к непониманию собеседников и затрудняет общение между ними. Поэтому надо отметить, что общение на профессиональном жаргоне должно быть обосновано и уместно и, возможно, исключительно между представителями одной профессии, если предмет разговора не выходит за рамки узких профессиональных тем.

Существует и такое понятие, как корпоративные жаргоны. Для корпоративных жаргонов не свойственна специальная терминология. Групповые (или корпоративные) жаргоны – это «микросистемы с корпоративно ограниченной лексикой, пейоративной экспрессией и основной эмоциональной функцией, используемые различными группами по интересам, которые объединяют эти группы вне профессии», например, объединенные обучением в институте и школе, службой в армии, занятием спортом, туризмом, коллекционированием и т.д. (Хомяков 1971: 60).

Общей чертой профессионального и корпоративного жаргонов стало то, что они являются результатом языковой игры, подчиненной принципам эмоциональной экспрессии (Хомяков 1971: 68).

Следует отметить, что данный стиль речи является довольно специфичным и формализованным. Считается, что в деловом дискурсе употребляется эмоционально нейтральная лексика. Как правило, деловым партнерам не принято использовать в своей речи эмоциональную лексику, идиоматические выражения, метафоры, поскольку деятельность любой компании накладывает определенные ограничения на речевое поведение людей. Такая коммуникация регулируется юридическими и номенклатурными нормами и может быть отнесена к языку официальных документов, деловых писем, протоколов и прочему документообороту.

Тем не менее, профессиональные жаргоны не следует смешивать со специальными подъязыками, которые отличает точная терминология в той или иной профессиональной сфере.

Основным отличием специального подъязыка от жаргона всегда было наличие письменной формы. Однако в последнее время мы все чаще наблюдаем использование не только устной, но и письменной формы профессионального жаргона. Это связано с открытостью и большей демократизацией современного общества.

Таким образом, профессиональный жаргон представляет собой набор упрощенных слов для обозначения понятий, которые употребляются профессионалами в определенной сфере. Характерной особенностью жаргонов является стремление дать общеизвестным понятиям новое экспрессивное обозначение, в отличие от терминов, которые не имеют эмоционально-экспрессивной окраски.

#### 1.1.4. Классификация терминов

Как известно, в основе любой классификации находится типология. Терминоведческая классификация терминов – это дифференцирование терминов по их наиболее важным признакам. Содержательные, формальные, функциональные, внутри- и внеязыковые признаки терминов служат основанием последующих классификаций.

Согласно первой классификации терминов по содержанию, которая, как правило, используется в философии, существуют термины наблюдения и теоретические термины. Термины наблюдения представляют классы реальных объектов, а за теоретическими терминами стоят абстрактные понятия, зависящие обычно от определенной теории или концепции.



Вторая классификация терминов по содержанию – по объекту названия – распределяет термины по областям знания или деятельности, то есть по специальным сферам: наука, техника, производство и т.д.

Классификация терминов по объекту названия внутри отдельных областей знания является наиболее подробной классификацией терминов.

Дифференцировать термины можно и по логической категории того понятия, которое они обозначают. Согласно такой классификации выделяют термины предметов (млекопитающие), процессов (умножение, делопроизводство, компрессия), признаков, свойств (хладноломкость), величин и их единиц (сила тока, ампер).

По сфере использования различают:

- общенаучные термины, которые используются в различных областях знаний;
- специальные термины, которые закреплены за определенной сферой деятельности;
- общеупотребительные или общепонятные термины.

Классификация терминов по авторству отражает социологический подход к терминам. Известны в этом плане коллективные и индивидуальные термины. Так, термин вертолет создал Леонардо да Винчи, термин промышленность — Н. М. Карамзин, термин социология — О. Конт.

Важная роль терминов в процессе научного познания объективной действительности позволяет построить их науковедческие классификации. Так, выделяются термины, служащие для фиксации знания, термины, используемые как инструмент познания, и термины обучения. Например, термином – инструментом познания следует назвать первоначально введенный.

В результате роста научного знания создается историко-лексикологическая классификация терминов, которая разделяет их на архаизмы и неологизмы. Эта классификация тесно связана с классификацией терминов по объекту названия. Неологизмов больше в формирующихся

терминосистемах. Архаизмы характерны для концепций тех терминосистем, которые уходят в прошлое в связи с выяснением устарелости некоторых научных воззрений. Однако поскольку термины остаются в языке как его лексические единицы (хотя и детерминологизированные), они могут возродиться в составе новых терминосистем или в новом значении при развитии терминосистемы. Так, в последние годы возродились термины наставник, аэробус и другие.

В зависимости от языка-источника различаются термины исконные, заимствованные, гибридные.

Существуют также интернациональные термины, семантика которых подвергается нормализации решениями международных организаций.

Наконец, существует классификация терминов по частоте использования, выделяющая высокочастотные и низкочастотные термины.

В связи с рассмотренным перечнем классификаций можно сделать вывод о том, что термин – это многогранное явление, входящее в состав большого количества различных классификаций. Это могут быть классификации по логическому, лингвистическому, науковедческому и другим принципам. Они указывают на роль, место и функцию термина в научной, экономической, политической, управленческой и других сферах функционирования современного общества.

Принято считать, что термин отличается от обычного слова абсолютной тенденцией к однозначности и значительно большей тенденцией к устойчивости. Однако в действительности помимо выполнения роли в своей системе, термин может придерживаться тенденции к вариативности и многозначности в специальном дискурсе.

## 1.2. Туристический дискурс как область функционирования терминологии

### 1.2.1. Понятие дискурса

Одной из причин широкой популярности термина «дискурс» является отсутствие его четкого и общепризнанного определения, которое бы охватывало все случаи его употребления.

Существует ряд определений термина «дискурс». Под дискурсом может пониматься устно-разговорное произведение, не имеющее отчетливо выраженной текстовой организации (Кашкин 2005: 17). Иную позицию занимает М.Л. Макаров, который предлагает употреблять термины «текст» и «дискурс» как синонимы, оставляя за последним «подчеркнутую процессуальность» (Макаров 1999: 75). Н.Д. Арутюновой дискурс определяется как «связный текст в совокупности с экстра-лингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» (Арутюнова 1990: 82).

Однако термин «дискурс» в современной лингвистике сближается с понятием «текст». Поэтому необходимо разграничить эти два языковых явления.

Дискурс, как правило, подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения; в противоположность этому текст мыслится преимущественно как статический объект, результат языковой деятельности. Иногда «дискурс» понимается как включающий одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (т.е. текст).

По мнению И. Р. Гальперина текст – это «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде

письменного документа произведение, состоящее из названия и ряда сверхфразовых единств, объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» (Гальперин 2005: 23). Согласно данному определению текст встречается только в письменной форме. Однако большинство лингвистов считает, что текст может быть реализован не только в письменной, но и в устной форме. Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как речь, погруженную в жизнь, указывая, что дискурс – это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте, речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизма их сознания (когнитивных процессах). Поэтому термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой речью не восстанавливаются непосредственно» (Арутюнова 1990: 136).

Еще одним близким понятием к термину «дискурс» является понятие «диалог». Дискурс, как и любой коммуникативный акт, предполагает наличие двух фундаментальных ролей – говорящего (автора) и адресата. При этом роли говорящего и адресата могут поочередно перераспределяться между лицами – участниками дискурса; в этом случае говорят о диалоге. Если же на протяжении дискурса (или значительной части дискурса) роль говорящего закреплена за одним и тем же лицом, то такой дискурс называют монологом. Неверно считать, что монолог – это дискурс с единственным участником: при монологе адресат также необходим.

Вообще говоря, термины «текст» и «диалог» как более традиционные обросли большим количеством коннотаций, которые мешают их свободному употреблению. Поэтому термин «дискурс» удобен как родовой термин, объединяющий все виды использования языка (Кубрякова 2001: 72).

Понимание дискурса как совокупности текстов туристической тематики является предпочтительным, поэтому в данном исследовании мы будем придерживаться этого определения.

### 1.2.2. Специфика туристического дискурса

Исследователи современной лингвистики по-прежнему не перестают изучать типологию дискурсов и их основные составляющие. В иерархии дискурсов основное место принадлежит институциональному дискурсу, примерами которого могут служить политический, педагогический, научный, туристический и другие дискурсы. Далее следует личностно-ориентированный, возникающий при непосредственном контакте уже знакомых людей, затем статусно-ориентированный, где происходит речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов (Карасик 1992: 22-23).

Интересующий нас туристический дискурс относится к институциональному, поэтому хотелось бы более подробно остановиться на отличительных характеристиках и особенностях туристического дискурса.

Н. А. Тюленева предлагает рассматривать туристический дискурс как «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер (Тюленева 2008: 23).

Проще говоря, под туристическим дискурсом понимается совокупность текстов, представляющих собой продукт речевой деятельности в сфере туризма. В каждом типе дискурса имеются как идеальный отправитель речевого сообщения, так и свой идеальный адресат. Туристический дискурс

представлен преимущественно медиа текстами, в силу неосвязаемости и нематериального характера многих явлений, которые описываются в туристическом дискурсе. Эти медиа тексты используются в качестве инструментов описания и создания некой социальной реальности. Благодаря мидийому характеру туристического дискурса, он вступает во взаимодействие с другими типами дискурса (рекламным, научным, бытовым).

Отличительной чертой туристического дискурса является выразительность, эмоциональность и насыщенность текста, которые достигаются за счет использования таких стилизованных приемов, как эпитеты, вопросительные предложения и т.д.

Лексические средства в туристическом дискурсе подбираются, в первую очередь, с целью убедить покупателя в уникальности или особенности данного коммерческого предложения.

С. А. Погодаева обращает внимание на тот факт, что особенность туристического дискурса состоит в «ограниченной сфере применения (сфера туризма), в наличии аргументативного потенциала, способствующего эффективному убеждению адресата отправиться в путешествие с целью отдыха или самообразования» (Погодаева 2008: 67-69).

Туристический дискурс обладает общественно-институциональным характером. К институтам туристического дискурса могут быть отнесены различные организации, связанные с данной индустрией:

- туроператоры;
- туристические фирмы и агентства;
- авиа - и железнодорожные кассы;
- PR и рекламные агентства.

Адресантом туристического дискурсивного пространства могут быть государственные организации по туризму, министерство туризма, туристические агентства и фирмы, туроператоры, гиды, работники отелей,

ресторанов, музеев, аниматоры и многие другие. Именно они обращаются с множеством предложений, услуг, идей к аудитории.

Адресат же может быть представлен как целевой аудиторией, так и потенциальным клиентом.

Туристический дискурс представляет собой особый массово-информационный и статусно-ориентированный институциональный дискурс. По своей прагматической направленности (продать турпродукт) и высокой информационной насыщенности туристический дискурс сближается с рекламным дискурсом.

Такая связь проявляется в целях туристического дискурса рекламного характера: в желании проинформировать получателя сообщения о высоких качествах представляемого продукта и убедить в необходимости его покупки.

К синтаксическим особенностям туристического дискурса можно отнести преобладание простых предложений, связанных с динамичностью, экспрессивностью рекламного текста, который должен быстро и результативно восприниматься читателями.

Конечно, эффективность любого текста зависит от удачного соединения всех составляющих его компонентов. Жанр создаваемого текста также во многом обуславливает эффективность использования языковых средств.

### 1.2.3. Жанровое пространство туристического дискурса

Прежде чем приступить к классификации жанров туристического дискурса отметим, что под жанром в лингвистике традиционно понимают совокупность более или менее устойчивых характеристик текста: «манеру изображения, общепризнанную речевую форму, санкционированные

обществом и привычные способы объединения речевых единиц, строения речи и т. д.» (Шмелева 1991: 79-81).

Исходя из этого определения и учитывая мнение Н. В. Филатовой, можно выделить следующие жанры туристического дискурса (Филатова 2012: 56-62).

1) в устной разновидности непосредственного общения:

- экскурсия (включая общение экскурсанта и экскурсовода);
- диалог с продавцом услуги (офисный или вне офисный диалог между представителем турфирмы и клиентом);
- диалог с представителем принимающей стороны (между клиентом / сопровождающим группы и служащим гостиницы / шофером экскурсионного автобуса);
- диалог между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т.п.), на периферии жанрового поля – речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (переговоры с консульством);

2) в устной разновидности опосредованного общения:

- видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм;
- аудиогид;

3) в письменной разновидности в форме печатных текстов:

- путеводитель;
- туристический проспект;
- каталог;
- статья;
- брошюра;
- листовка;

4) в компьютерно-опосредованной письменной разновидности:

- виртуальная экскурсия;
- сайт туристического бюро;
- электронное письмо клиента в туристическое бюро;
- форум туристов и путешественников;



- электронная переписка служащих туристической компании;
- отзыв туриста;
- блог туриста или путешественника (вариант названия, объединяющего данный жанр с отзывом туриста).

Наиболее специфическим и сложным жанром является путеводитель. Путеводитель – важнейший источник информации о природных, экономических и культурно-бытовых особенностях страны, визитная карточка народа, обеспечивающая связь между представителями разных стран в культурном пространстве.

Первичный анализ текстов данного жанра показал, что все многообразие путеводителей (travel-guide) можно разделить на два основных типа: с одной стороны, рекламно-справочные и справочно-рекламные издания, представленные проспектами, буклетами и брошюрами (a self-guide, a free guide, a brief guide), и авторские путеводители, представляющие собой информационно-рекламные и справочно-энциклопедические издания, – с другой (a tourist hand book, a souvenir guide, a guide book, a complete guide).

При разном объеме содержания и целевой установки базовая (консервативная) часть обоих типов путеводителя одинакова. Она включает историческую справку, описание достопримечательностей, карту, информацию о месторасположении памятников, времени и стоимости их посещения, экскурсионных программах, близлежащих кафе и сувенирных лавках, информацию для людей с ограниченными возможностями и необходимые телефоны справочно-информационной службы.

Вариативный блок информации представлен в авторских путеводителях.

Стилистической особенностью текстов путеводителей является сочетание черт публицистического и научного функциональных стилей с наложением приемов рекламного дискурса.

Стилевое оформление путеводителя иногда демонстрирует ориентацию на такие доминантные признаки научного стиля, как высокий уровень

обобщения, точность, информативность, имперсональность (использование безличных предложений или пассивных конструкций).

От публицистического стиля стиль путеводителя заимствовал сочетание стандарта и экспрессии. Стандарт проявляется в широком использовании клише. Экспрессия создается путем использования метафор, фразеологических оборотов, различными фигурами речи, например, сравнениями.

Иллюстративные материалы, которые обязательно должны сопровождать жанр путеводителя, являются рекламной чертой.

Обобщая, можно сказать, что туристический дискурс обладает рядом характерных для него особенностей, позволяющих выделить его в отдельный институциональный вид дискурса. Он опирается на определенный набор жанров, сформированных потребностями оптимизации коммуникации продавцов и потребителей туристических услуг в различных ситуациях. Жанр путеводителя является самым сложным среди них как по структурной организации, так и по разнообразию воплощаемых речевых тактик, вербальных и невербальных кодов.

## Выводы по Главе I

1. Терминология как совокупность терминов, использующихся в определенной области знания, является ключевым аспектом изучения в терминоведении. Терминология представляет собой неотъемлемую часть области науки и техники. Основным направлением работы терминоведения является сбор и инвентаризация терминов, которые затем могут быть объединены в терминосистемы.

2. Терминосистема – это упорядоченное множество терминов с зафиксированными отношениями между ними, отражающими отношения между называемыми этими терминами понятиями. Терминосистема является постоянно развивающейся, динамичной частью языка.

3. У понятия «термин» нет единого определения. Наиболее ёмко и лаконично термин можно определить как единицу языка, обозначающую понятие специальной области знания или деятельности. В роли термина может выступать как отдельное слово, так и словосочетания, наиболее ёмко отражающие описываемое понятие.

4. Такие характеристики термина как системность, наличие дефиниции, тенденция к однозначности в пределах своего терминологического поля, стилистическая нейтральность и отсутствие экспрессии отличают его от профессионализмов, которые имеют яркую экспрессивную окраску и выразительность благодаря своей метафоричности и, зачастую, образности.

5. Классификации терминов строятся по различным критериям: логическому, лингвистическому, науковедческому и другим принципам.

6. Дискурс с точки зрения лингвистики - это комплексная единица, состоящая из последовательности предложений, находящихся в смысловой связи. В данном понимании «дискурс» заметно сближается с «текстом». Под дискурсом обычно понимается динамическое языковое общение, в то время

как текст преимущественно обозначает результат языковой деятельности. В нашей работе под дискурсом было принято понимать совокупность текстов, как результатов языковой деятельности в туристической сфере.

7. Туристический дискурс как разновидность институционального дискурса, представляет собой продукт речевой деятельности в сфере туризма. Данный вид дискурса отличается информативностью, выразительностью, прагматической направленностью, которая выражается в намерении продать турпродукт, тем самым сближаясь с рекламным дискурсом.

8. Туристический дискурс обладает довольно широким жанровым пространством. Это могут быть устные, письменные или компьютерно-опосредованные разновидности общения.

9. Жанр путеводителя, являясь важнейшим источником информации, сочетает в себе черты публицистического и научного функциональных стилей. Но так как туристический дискурс непосредственно связан с рекламным дискурсом, жанр путеводителя также обладает и рекламными чертами, а именно иллюстративными материалами, которые его постоянно сопровождают.

## Глава 2. Характеристика состава и специфики английской туристической терминологии

### 2.1. Способы терминообразования туристической тематики

К основным проблемам в современном терминоведении относится проблема определения терминообразовательной характеристики разных терминосистем.

По мнению В. П. Даниленко, активны и продуктивны такие способы создания наименований, как семантический, синтаксический и морфологический. В общелитературном языке нельзя говорить о постоянно и продуктивно действующем способе образования слов путем семантического преобразования. Для языка науки семантический способ словообразования имеет особый смысл. С его помощью удовлетворяются все возрастающие потребности в новых терминах. Семантический способ был одним из первых словообразовательных приемов создания терминологических наименований. Он состоит в придании уже существующему слову нового значения или новых оттенков значения, и таким образом, общепотребительное слово превращается в термин (Даниленко 1997: 141-142).

Например, термин *сезонные нормы* от англо-американского *seasonality* в русском языке получил новое значение в туристическом контексте: разнообразие цен на различные услуги, меняющиеся в зависимости от сезона.

Можно предположить, что в более ранние эпохи истории языка разница между словом и термином по сравнению с современной речью была менее значительной. Чем ближе к нашему времени, тем все более увеличиваются в своем составе и совершенствуются в своей структуре слова-термины (Мартине 1980: 117). Семантический способ терминообразования и в настоящее время сохраняет свою актуальность и высокую продуктивность.

Он выступает с различной степенью продуктивности в зависимости от специфики отдельных периодов исторического развития терминологий, причем характерен для более ранних этапов, а из этого следует, что, когда происходит становление новых терминосистем знания, «термины строятся на основе существующих слов» и «слово получает вполне определенное содержание, т. е. к ранее зарегистрированным значениям такого слова прибавляется еще новое значение» (Лотте 1999: 15).

Слово тариф (rate) в сочетании корпоративный тариф (corporate rate) является термином.

Слово завтрак (breakfast) в сочетании легкий завтрак (Continental breakfast) также становится термином сферы туризма.

Слово fortune в переводе на русский язык имеет следующие значения: счастье; удача; счастливый случай; судьба; фортуна; жребий; богатство; состояние. А в сочетании «fortune» system – это продажа пакета туристических услуг со скидкой за размещение без указания конкретной гостиницы, название которой становится известно только по приезду на место отдыха.

Ввиду сложной внутренней соотносительности специальных понятий современной науки и техники синтаксический способ терминообразования является наиболее продуктивным.

Термины-словосочетания, выражающие единые целостные понятия, обладают разной степенью смысловой разложимости, в целом они более устойчивы по сравнению со свободными словосочетаниями общелитературного языка по своей лексико-семантической организации. Их можно отнести к числу лексических словосочетаний, характерной особенностью которых является то, что место одного из компонентов заполняется не любым словом соответствующей категории, а лишь некоторыми, образующими определенную семантическую группу.

В английской туристической терминологии имеется большое количество терминов, состоящих из нескольких компонентов. Например:

master key – один этажный ключ, который подходит для всех дверей комнат, расположенных на этом этаже;

room service – обслуживание в номере отеля и т. д.

Следующие модели являются наиболее продуктивными при образовании терминологических словосочетаний:

1. Noun + Noun, например:

Luggage pass – карта, которая дает туристу право на вынос багажа из гостиницы.

В данной модели различают два типа связи:

а) атрибутивная связь, при которой первый компонент выполняет атрибутивную функцию, а второй является стержневым словом в словосочетаниях:

familiarization trip (famtrip) – рекламный тур;

б) генетивная связь, при которой один из компонентов по отношению к другому выражен родительным падежом:

service charge – «цена услуги»: для поощрения труда службы сервиса к счету обычно прибавляется от 10 до 20%.

Генетивная связь также прослеживается в структурной модели N + of + N, где первый компонент несет основное значение:

Back of the house – службы сервиса, расположенные так, чтобы не быть на виду.

2. Вторая группа включает три наиболее распространенных модели двухкомпонентной композиции с атрибутивной связью:

а) Adj + N, например:

Residential Hotel – гостиница с постоянными жильцами;

б) Nv (noun verb) + N, например:

boarding card – посадочный талон;

с) P. P. +N, например:

featured offers – популярные предложения.

Из рассмотренных моделей видно, что имя существительное является неотъемлемым компонентом всех словосочетаний. Такая активность существительного свидетельствует о его семантической емкости.

В терминах-словосочетаниях дополнительную и часто необходимую информацию несут словообразовательные аффиксы. Таким образом, здесь как бы сочетаются два способа образования терминов: синтаксический и морфологический.

Морфологическое словообразование предполагает создание новых слов путем изменения формы уже существующих при помощи различных формальных средств по определенным словообразовательным моделям.

Самая многочисленная группа существительных идет с суффиксом *-tion*. В английском языке такие существительные образуются от глагольных основ, а суффикс *-tion* – придает им значение действия, условия действия, результата действия, процесса, выраженных основами. Значения английских существительных переносятся на их аналоги в русском языке.

*Reservation* – бронирование,

*Cancellation* – отмена бронирования,

*Destination* – место назначения,

*Accommodation* – размещение.

Еще одним распространенным английским суффиксом является *-ing* (*-ing*):

*Booking* – бронирование,

*Incoming* – деятельность турфирмы по приему иностранных туристов,

*Outcoming, Outgoing* – деятельность турфирмы по отправке туристов за границу, выездной туризм.

Активны и продуктивны существительные, которые обозначают профессию, род занятий, документ и содержащие в своем составе английские суффиксы *-er* и *-or*, которым соответствуют аналогичные основы у русского слова:

*Tourleader* – Руководитель туристической группы,



Voucher – ваучер и т. д.

Еще одним наиболее продуктивным способом терминообразования является аббревиация.

Первое отличие аббревиатур от остальных терминов в том, что для всех слов-терминов первичной является устная форма, а письменная форма представляет лишь условную передачу письменной речи, то для аббревиатур первичной является письменная, графическая форма, а устная форма является только передачей аббревиатуры в речи.

Всякий язык стремится к экономии в выражении, и в терминообразовании эта тенденция особенно проявляется в аббревиации - сокращении слов и словосочетаний:

SGL (single) - одноместное размещение.

В аббревиатурах информация передается меньшим числом звуков или букв, чем в словосочетаниях или несокращенных словах.

Одной из наиболее обоснованных в настоящее время теорий появления сокращений является концепция экономии речевых средств, получившая наибольшее развитие в трудах А. Мартине. Суть «экономного использования языка» заключается в обеспечении передачи максимального количества информации в единицу времени, то есть в повышении коммуникативной роли языка (Мартине 1980: 64).

Аббревиатуры всегда членимы и однозначны, так как они существуют только на фоне словосочетаний: не членимая аббревиатура уже не аббревиатура, а обычное коренное слово.

Любое сокращение всегда будет новым словом по форме, что касается содержания, то аббревиатура имеет сходную дефиницию с исходным понятием.

В современном английском языке и в языке науки аббревиатуры характеризуют только словообразование терминов-существительных. Рассмотрим различные типы аббревиатур в туристической сфере, используя предложенную В. В. Борисовым классификацию, в основе которой лежит

характер сокращения. В зависимости от характера сокращения основы различаются следующие типы аббревиатур (Борисов 1972: 32).

1. Буквенные сокращения (инициальный тип сокращения), где сокращенное слово - его первая буква, а сокращенное словосочетание - первые буквы компонентов. Сокращенные слова произносятся полностью:

ExB (extra bed) - дополнительная кровать в двухместном номере,

SV (sea view) - вид на море,

BB, B&B (bed & breakfast) –завтрак,

VIP = Very Important Passanger – очень важный пассажир,

BO (bed only) - размещение без питания.

2. Слоговые сокращения представляют собой начальные слоги компонентов словосочетаний:

All inc = all inclusive – все включено.

3. Усеченные слова:

Chld (child) –ребенок,

DBL (double) – двухместный номер,

trf— tariff (тариф) и т. д.

Распространение аббревиатур может быть связано с появлением в реальной действительности сложных денотатов, требующих для своего обозначения словосочетаний или сложных слов. Функция аббревиатуры в языке науки состоит в более экономном выражении мысли и устранении избыточности информации. Аббревиатуры обладают особой спецификой, а потому представляют сложность для перевода.

## 2.2. Тематические группы терминов в сфере туризма

Сфера международного туризма представляет собой одну из самых крупных и динамично развивающихся отраслей в мире. Она неизбежно оказывает влияние на все аспекты жизни общества, включая язык.

Развитие международного туризма повлекло за собой рост профессионального общения в данной сфере. Участниками коммуникации в сфере туризма являются профессионалы данной области, туристы и представители местного населения. Любая форма их общения порождает текст туристической тематики, направленный на обмен информацией. Однако текст, созданный для передачи сведений от одного профессионала к другому, содержит большее количество терминов и меньше лексики общей тематики, чем текст, нацеленный на убеждение или информирование туриста (Величко 2009: 43).

При создании текста туристической тематики мы так или иначе сталкиваемся с терминами, которые могут быть разделены по различным областям.

### 1. Виды туров и туризма:

agro tourism/ agro tour – агротуризм,

incentive tour – поощрительный тур,

rural tourism – сельский туризм,

space tourism – космический туризм,

extreme tours – экстремальные туры,

sustainable tourism - экотуризм,

independent travel – независимый/ «дикий» туризм,

self-guided tour – самостоятельный туризм,

package tour – поездка по путевке,

culinary tourism – гастрономический туризм,

Tolkien tour – Толкин-туризм (организованные поездки поклонников книги и кинотрилогии «Властелин колец» по местам, связанным с событиями произведения),

week-end tour – тур выходного дня,

daytrip– однодневная поездка и т. д.

2. Профессионалы отрасли:

Guide – гид,

Event organizer – организатор мероприятия,

Travel agent – туристический агент,

Airport baggage handler – рабочий багажной службы аэропорта,

Car valet - парковщик,

Tourist information center assistant – сотрудник туристического информационного центра,

Sports therapist – спортивный терапевт,

Resort representative – представитель курорта,

Outdoor pursuits leader – руководитель занятий на свежем воздухе,

air traffic controller – авиадиспетчер.

3. Проживание в гостинице:

Standard room – стандартный номер,

daily average rate (DAR) – средняя цена за сутки,

net rate – чистая тарифная ставка,

rack rate – стандартный тариф за номер (без учета возможных скидок),

reservation – бронирование,

cancellation – аннулирование заказа,

to book – бронировать,

room facilities – удобства в номере,

limited-service hotel – гостиница с ограниченным набором услуг,

mezzanine – мезонин,

occupancy – загрузка отеля,

vacant – свободный/ незанятый,

check-in - регистрация,

prepaid room – оплаченный номер.

#### 4. Ресторанное обслуживание

full board/ American plan (AP) – полный пансион,

a la carte – обслуживание по меню,

back of the house – служебные помещения гостиницы,

all inclusive – все включено,

expediter – разносчик блюд,

front-of-the-house manager – администратор,

tip – чаевые.

#### 5. Перевозка

charge – размер платы,

refund – возмещение,

non-refundable (NRF) – невозвратный,

gate – зона выхода на посадку,

access drive – подъездная дорога,

excess baggage – перевес,

return ticket – билет туда и обратно,

scheduled flight – рейс по расписанию,

charter flight – чартерный рейс,

frequent flyer – часто летающий пассажир,

shuttle – «челночные» авиаперевозки,

cancellation fee/ charge/ penalty – плата за аннулирование заказа.

#### 6. Экскурсии

itinerary – путеводитель,

overnight – короткая поездка,

sightseeing – осмотр достопримечательностей,

city guide – экскурсовод,

departure point – пункт отправления,

meeting point – место встречи,

driver-guide – гид-водитель,

shore excursion – экскурсия по побережью,

day visitor – однодневная поездка,

heritage site – объект культурного наследия,

meet and greet – встреча по прибытии на место назначения,

hop on hop off tour – обзорная экскурсия по городу.

## 7. Аббревиатуры

RT– road transport– автомобильные перевозки,

IATA - International Air Transport Association - ИАТА,

AAA – advisor on aircraft accidents – консультант по летным происшествиям,

B&B – bed and breakfast – проживание с завтраком,

GS – general schedule – общее/ штатное расписание,

VIP – very important person – высокопоставленное лицо,

WATA– World Association of Travel Agencies – Всемирная ассоциация туристских агентств,

IHA– International Hotel Association - ИАГ,

VISA – Voluntary Intermodal Sealift Agreement – Договор добровольных интермодальных перевозок,

СТА – Commercial Travellers Association – Ассоциация коммивояжёров.

Такое разграничение туристических терминов относительно, так как они могут быть взаимозаменяемыми между группами. Например, термины *full board* или *B&B* могут одновременно принадлежать к группам «проживание в гостинице» и «ресторанное обслуживание», в то время как термин *reservation* относится сразу же к трем группам: проживание в гостинице, ресторанное обслуживание и экскурсии. Более того аббревиатуры встречаются во всех группах туристической терминологии.

Дополнительные проблемы возникают из-за культурных различий в понятиях между терминами туризма в разных странах. Идеальным является случай, когда один термин обозначает одно понятие, но иногда это

неприменимо к туристической терминологии и даже может привести к ее неправильному пониманию. Например, требования к стандартным номерам варьируются среди отелей разных стран или даже отелей одной страны. В некоторых странах комнаты эконом класса предлагают удобства общего пользования, в то время как в других странах это комнаты с удобствами в номере, но без балкона или меньшей площадью. Удобства номеров повышенной комфортности в одной стране могут совпадать с удобствами стандартных номеров в другой стране и т. д. Также, если при подтверждении бронирования отеля появляется аббревиатура B&B (or ABF), то это означает, что завтрак включен в стоимость проживания. Однако некоторые отели могут предложить своим гостям шведский стол на завтрак с широким выбором блюд, в то время как в других отелях у гостей будет комплексный обед. Такие несоответствия в общих туристических понятиях добавляют еще больше трудностей к вопросу стандартизации туристической терминологии и, как следствие, ее перевода.

Глобальный характер туризма отражается в существовании синонимии туристических терминов. К примеру, термины *American Plan (AP)*, *full pension (FP)* и *full board (FB)* означают, что трехразовое питание включено в стоимость номера. *Modified American Plan (MAP)*, *half pension (HP)* и *half board (HB)* подразумевают, что в стоимость номера входят завтрак и обед или ужин. Термины *tour manager*, *tour conductor*, *tour escort*, *tour leader*, *tour director*, *tour courier* называют человека, сопровождающего туристическую группу на протяжении всей поездки. Однако термин *tour manager* переводится на русский язык как менеджер по туризму (специалист, занимающийся организацией туристических поездок), в то время как в других странах для его обозначения используется термин *tour/ travel agent*.

Случаи полисемии наиболее часто встречаются среди аббревиатурных туристических терминов. Так термин *FIT* используется для обозначения *free and independent traveler* (тот, кто путешествует самостоятельно) и *foreign individual traveler* (турист, путешествующий самостоятельно за рубежом).

Аббревиатура *AA* может означать *American Airlines* (Американские авиалинии), *Aerolineas Argentinas* (Аргентинские авиалинии), *Automobile Association* (Автомобильная ассоциация) и *always afloat* (всегда на плаву). Поэтому очень важно наличие контекста для правильного перевода таких аббревиатур.

Как правило, при переводе терминов может помочь не только контекст, но и оценка степени специализации текста туристической тематики. Тексты в данной сфере подразделяются на три основных типа:

- Описательные (туристические тексты, дающие общее описание места назначения, достопримечательности, вида путешествия, например, описание страны, региона, пляжного отдыха, экскурсии и т. д.);
- Информативные (тексты, предоставляющие практическую информацию об удобствах размещения, наличии бытовой техники, предлагаемых услугах, а именно описание отеля, круизного корабля, маршрута экскурсии, информация о необходимых документах и т. д.);
- Тексты профессиональной коммуникации (тексты, используемые при обмене информацией между профессионалами сферы туризма, включая прайс-листы, регистрационные бланки, систему бронирования, оформление билетов и т. д.).

Очевидно, что в профессионально ориентированных текстах количество терминов увеличивается со степенью профессионализации. В некоторых текстах третьего типа уровень насыщенности терминами может достигать 96%. Соответственно туристические тексты, созданные для передачи информации среди профессионалов отрасли, содержат больше терминологии и меньше общей лексики, чем тексты, нацеленные на убеждение или информирование туристов.



### 2.3. Заимствование как способ терминообразования

Язык развивается по принципу наименьшего сопротивления и просто заимствует слова из других языков. Но иногда заимствованная лексика агрессивно вторгается в повседневное общение и зачастую преобладает над уже привычными словами. Так происходит и с русским языком, который постоянно пополняется англицизмами в сфере туризма. Все это результат процесса глобализации и стремительного развития технологий.

Согласно Л.П. Крысину существует несколько основных причин заимствований:

1. потребность в наименовании новых явлений, предметов, услуг (дьюти-фри, такс-фри, хостел, бизнес-тур);
2. необходимость разграничить содержательно близкие, но все же различающиеся понятия (бонус - премия, трансфер - доставка, перевозка);
3. необходимость специализации понятия (бунгало, туроператор, турагент);
4. необходимость компактного наименования предмета/явления/услуги (инклюзив-тур - комплексный тур, включающий проезд от места жительства к месту назначения и обратно, ночлег и услуги по программе поездки. Реализуется как неделимый комплекс услуг и маршрута, жестко увязанных по количеству, качеству, срокам и продолжительности, по единой цене, которая часто бывает ниже совокупности розничных цен на отдельные услуги; твин - двухместный номер с отдельными кроватями);
5. социально-психологические причины использования иностранного слова как более престижного и «ученого»: all-inclusive (все включено), кайонинг (спуск по горной реке), кейтеринг (обеспечение питания) и т.п. Для многих употребление таких слов представляет собой высокий уровень сервиса, приобщение к западному уровню и т. д. Именно

поэтому рекламодатели зачастую предлагают *дайв-сафари, дайвинг, каякинг, трекинг, рафтинг, йогу, пейнтбол, «экстрим-уикенд», селф-драйв туры* и т.п. (Крысин 1983: 43).

Не менее важной причиной является необходимость наибольшего понимания со стороны иноязычного партнера. Такие слова, как *booking, reception, twin, single, double, all inclusive* и т. д., будут поняты быстрее и уже не вызовут разнопонимания в беседе.

Сфера туризма переживает процесс глобализации, в языке выражающийся появлением заимствований. Но не всей такой лексике удается ассимилироваться. В зависимости от того, насколько заимствования приживаются в языке, можно выделить:

- 1) Ассимилировавшиеся заимствования: *круиз, чартер, отель, лайнер* и т. д.
- 2) Не устоявшиеся заимствования: *трекинг – поход, дансинг – танцы, басбой – младший служащий ресторана* и т. д.
- 3) Слова-гибриды – сочетают в себе русское и английское слово: *shuttle-сервис* (транспортное обслуживание по расписанию).

В настоящее время очень часто прослеживается переход англоязычных терминов путем транслитерации, в результате которого образуются интернационализмы. Например, *паркинг (parking), кейтеринг (catering), пэкиджтур (packagetour), стоповер (stopover)* и т. д. Ряд терминов сохраняется в английском написании (без транслитерации), например *bed&breakfast* («гостиница со схемой обслуживания «размещение и завтрак») или *hubs&spokes* («воздушно-транспортная система стыковки всех видов рейсов (местных и дальних) в крупнейших аэропортах как транспортных узлах»). Однако эти понятия пока не закрепились в активном словаре ввиду их очевидной сложности и трудности произношения.

Существует такое явление, как моральное устаревание понятия или даже самого названия. Так, существовавшие раньше *турбюро* или *бюро путешествий* стали в настоящее время *турагентствами*; *туристская путевка*

превратилась в туристский ваучер; групповод — в турлидера, туристское направление стало дестинацией; поощрительный туризм — инсентив-туризмом.

Вместе с тем стоит отметить, что некоторые слова неоправданно вводятся в язык, не обозначая при этом новых понятий. Например, слова «отельер» и «трансфермен» являются труднопроизносимыми и не несут смысловой нагрузки в русском языке. Поэтому зачастую многие люди не понимают истинного значения заимствованного слова, которое должно использоваться только в профессиональной сфере.

Многие заимствованные слова не приживаются в языке, да и не являются они столь уж необходимыми, поскольку есть русское (привычное) слово. Однако в силу того, что сфера туризма тесно связана с зарубежьем, а расширение спектра услуг также диктуется иностранными партнерами, иноязычная лексика становится неотъемлемой частью этой сферы, а ее применение показывает не только и не столько саму номинацию, сколько поднимает престиж тех, кто ею пользуется (Дьяков 2003).

#### 2.4. Специфика перевода терминологии в сфере туристического обслуживания

Проблема специфики терминов и способов их перевода всегда возникала в языкознании. Данная тема рассматривалась в работах по теории перевода В. Н. Комиссарова, Я. И. Рецкера, И. В. Арнольд. В настоящее время данный вопрос не теряет своей актуальности. Л. Л. Нелюбин в «Толковом переводческом словаре» также затрагивает проблему перевода терминов, подчеркивая сложность ее решения (Нелюбин 2000). Если задача перевода — обеспечение эквивалентности как «общности содержания текстов оригинала и перевода», то при переводе специальных текстов терминам следует уделять

особое внимание: ведь именно они определяют информационное содержание специального текста, являясь своеобразными ключами, организующими, структурирующими и кодирующими специальную информацию (Комиссаров 1990: 47). Следовательно, применительно к терминам наиболее остро встает вопрос о достижении эквивалентности, осуществляя различия кодовых единиц, представляющие, по мнению Романа Якобсона, «кардинальную проблему языка и центральную проблему лингвистики» (Якобсон 1978: 16-17).

Практически все лингвисты согласны с тем, что «абсолютная тождественность кодов противоречит природе языка». Возможность абсолютно полной и точной передачи содержания оригинала при переводе терминов ограничена, прежде всего, различиями в языковых системах. Кроме того, ей препятствуют разные традиции номинации понятий, сложившиеся в каждом из языков, а также различия явлений самой действительности.

При переводе англоязычных терминов необходимо определить способы их перевода, что позволит достичь адекватности переведенной терминологической единицы.

В настоящее время проблема изучения способов перевода терминов международного туризма является актуальной в связи со многими факторами. Прежде всего, она обусловлена расширением связей отечественных и зарубежных компаний, а также все возрастающим объемом коммуникации в данной профессиональной сфере.

Как известно, эквивалентность терминов играет основополагающую роль для обработки информации при межкультурной и межъязыковой коммуникации. Поэтому очень важно выбрать правильный способ перевода, чтобы осуществить четкий, корректный перевод термина.

В современном российском переводоведении предлагают следующие способы перевода терминов, которые могут применяться как вместе, так и по отдельности:

1) Эквивалентный перевод термина является наиболее оптимальным способом перевода. Однако прибегать к данному способу возможно только в том случае, если уровень общественного развития стран языка оригинала и языка перевода совпадает. Например, русский термин «план маршрута» переводится английским термином «itinerary», а английский туристский термин «heritage» – русским термином «наследие». Как правило, термины-эквиваленты позволяют не придумывать новые термины или неологизмы. Необходимо просто подобрать уже имеющийся в языке термин.

2) Вторая группа терминов сферы туризма – это заимствования (см. пункт 2.3). Употребление лексических единиц иностранного происхождения вызывает положительные ассоциации. Мы убеждаем себя на подсознательном уровне, что данный продукт или явление должно быть хорошим, высококачественным. Употребление иностранного термина во многом обусловлено социально-психологическими причинами. Например, термин «шопинг-тур» употребляется вместо русского термина (словосочетания) «тур/ поездка за покупками». Подобные заимствования ассоциируются с дорогим путешествием, высококлассным сервисом обслуживания и получением незабываемых впечатлений. В то время как русский термин «тур/ поездка за покупками» уже не вызывает таких ассоциаций. Основываясь на этом, многие рекламные агентства используют такую терминологию для привлечения туристов.

Однако иногда такое употребление терминов является тавтологией. Например, в термине «такси-кэб» лексическая единица «кэб» и так означает «такси», поэтому получается тавтология «такси-такси».

Значительное число заимствований из английского оказываются в языке-источнике генетически производными и характеризуются структурно-семантической зависимостью и выводимостью. При условии заимствования обоих членов таких словообразовательных пар деривационные отношения между ними сохраняются и в заимствующем их языке. Например:

Travel – путешествие, traveler – путешественник, турист; guide–сопровождать, быть проводником, guiding–сопровождение.

Переводчика, прежде всего, интересуют новые заимствования и даже заимствования индивидуального характера. Следует отметить, что зачастую заимствования входят в язык через перевод, среди них фигурируют семантические заимствования, или «ложные друзья переводчика», которых следует особенно опасаться. Приведем примеры в туристической терминологии:

attraction – достопримечательность, привлекательность, влечение (а не аттракцион – side-show);

tent – палатка, местопребывание (а не тент – awning);

buffet lunch/ service – шведский стол (а не буфет – cupboard).

3) Следующий способ перевода – это калькирование, когда мы заимствуем из иностранного языка ту или иную синтагму и буквально переводим элементы, которые являются ее составляющими. Существует два вида калькирования: семантическая и структурная калька.

Семантическая калька имеет место быть при совпадении в обоих языках структуры переводимой лексической единицы. Данный способ называется семантическим калькированием, так как семантика терминов является общей для обоих языков, в то время как структура термина, создаваемого в языке оригинала, соответствует нормам языка оригинала, а структура термина в языке перевода – нормам данного языка. Английский термин *departure time* передается в русском языке термином *время отправки*, а *niche tourism* – *нишевый туризм*.

Структурная калька используется, когда структура лексической единицы заимствуется при переводе вместе с этой единицей. Например, термин *небоскреб* – калька с английского *skyscraper*, *пакетный тур* – *package tour*, *эконом-класс* – *economy class*.

Принимая во внимание структурно-типологические особенности русского и английского языков, можно выделить следующие закономерности

перевода терминов-словосочетаний на русский язык (Имамутдинова 2005: 37-39):

а) прилагательное/причастие + существительное: *boarding pass* – посадочный талон, *featured offers* – популярные предложения, *direct flight* – прямой рейс;

б) существительное в именительном падеже + существительное в родительном падеже: *accommodation terms* – условия размещения, *car rental* – аренда автомобиля;

в) существительное + предложный оборот: *invoice* – счет для оплаты, *youth hostel* – общежитие для молодежи, *bed tax* – налог на номер.

Таким образом, мы получаем либо калькирование выражения, причем используем синтаксические структуры языка перевода, привнося в него новые экспрессивные элементы, либо калькирование структуры, причем привносим в язык новые конструкции.

4) Дословный перевод, также этот перевод можно назвать «слово в слово», обозначает переход от исходного языка к языку перевода, который приводит к созданию правильного и идиоматического текста, а переводчик при этом следит только за соблюдением обязательных норм языка.

Зачастую дословный перевод – это единственное обратимое и полное решение вопроса. Дословный перевод помогает раскрыть полное содержание предложения, понять его суть, так как при таком переводе сохраняется структура и порядок слов, но далеко не всегда такой перевод считается адекватным.

Если переводчик считает дословный перевод неприемлемым к определенному тексту, то необходимо прибегнуть к косвенному (непрямому) переводу. Под неприемлемостью имеется в виду, что сообщение, которое переведено дословно:

а) дает другой смысл;

б) не имеет смысла;

в) невозможно по структурным соображениям;

- г) не соответствует ничему в металингвистике языка перевода;
- д) соответствует чему-то, но не на том же стилистическом уровне языка.

Так, например, если есть какое-либо описание маршрутов, то их необходимо переводить точно, прибегая к дословному переводу, иначе турист не сможет отыскать описываемое место.

From the parking lot, return to the N2 and turn left to return to Sedge field. - С автостоянки вернитесь на трассу N2 и поверните налево, чтобы возвратиться в Седжфилд.

Travelling on you reach a T-junction. Turn left and continue to the Malachite Bird Hide approximately 1.5 km further on. – Продолжая путь, Вы доберетесь до Т-образного перекрестка, затем поверните налево и, примерно через 1,5км, Вы приедете к парку «Малахитовый Птичий Тайник».

5) В некоторых случаях термин должен быть переведен при помощи описательной конструкции. В особенности это применимо к безэквивалентным терминам, передающим реалии конкретной страны. Например, термин «Hub and Spoke» - Air carriers use of selected cities as «hubs» or connected points for service on their systems to regional destinations. – Аэропорты, используемые авиаперевозчиками в качестве «узловых» или связующих пунктов для обслуживания систем регионального назначения.

Однако при использовании данного метода перевод чаще всего оказывается довольно объемным, хотя и полностью раскрывает исходное значение термина.

*Familiarization Trip* (fam. trip — разг.) ознакомительная, рекламная поездка — бесплатный или льготный тур, организуемый туроператором и принимающей стороной для сотрудников турагентств с целью их ознакомления с определенными туристскими маршрутами.

В сочетании с другими способами передачи значения безэквивалентной лексики (транскрипция, лексическая замена) используется



трансформационный перевод. Такое их употребление приводит к грамматическим трансформациям в синтаксической структуре предложения.

При выборе способа перевода терминов необходимо сопоставительное изучение терминологических систем двух языков, а не отдельных пар терминов. Неверно выбранный способ перевода приводит либо к полному искажению семантики термина, либо к ничем не обоснованному сужению его значения, что оказывает отрицательное влияние на системность терминологии.

## Выводы по главе II

1. Существует несколько основных способов терминообразования, а именно: семантический, синтаксический, морфологический и аббревиация. Необходимо отметить, что наиболее распространенным типом морфологического способа образования является суффиксация.

2. Отличительной чертой аббревиатур от других терминов является то, что для аббревиатур первична письменная, графическая форма, а устная форма является только передачей аббревиации в речь.

3. Различают следующие типы аббревиатур:

- Буквенные сокращения,
- Слоговые сокращения,
- Усеченные слова.

4. Термины туристической тематики могут быть разграничены по следующим областям:

- Виды туров и туризма,
- Профессионалы отрасли,
- Проживание в гостинице,
- Ресторанное обслуживание,
- Перевозка,
- Экскурсии,
- Аббревиатуры.

Термины туризма могут быть взаимозаменяемыми между этими группами.

5. Глобальный характер туризма отражается в синонимии терминов и большом количестве заимствований среди них. Существует несколько причин распространения заимствованных терминов. Наиболее вескими являются необходимость в наименовании новых явлений, предметов или специализации уже существующих и социально-психологические причины

использования иностранного слова как более престижного. Однако не все заимствованные слова оправданно вводятся и приживаются в языке.

6. При переводе терминов туристической тематики применяются следующие приемы:

- Эквивалентный перевод,
- Заимствование,
- Калькирование,
- Дословный перевод и
- Описательные конструкции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последнее десятилетие в языкознании наблюдается возрастающий интерес к лингвистическому анализу специальной лексики отдельных областей знания, в том числе и туристической. Современный туризм – явление, развивающееся в настоящее время очень быстрыми темпами, поэтому туристическая терминология – это та отрасль специальной лексики, которая вызывает постоянный интерес со стороны исследователей. Обзор содержания работ показывает многоаспектность исследования специальной лексики, принадлежащей туристической отрасли. В данной работе были исследованы некоторые особенности туристической терминологии и способы ее перевода на русский язык.

В настоящем исследовании представлена характеристика терминологической лексики, даны различные определения термину, отмечены особенности термина, рассмотрены разновидности специальных лексических единиц. Отдельно рассмотрена проблема отличия терминов от профессионализмов, понятие профессионализм, жаргонизм.

Термин является центральной единицей языка для специальных целей. В данной работе принято в качестве рабочего определения следующее: это «языковой знак, репрезентирующий научное понятие специальной, профессиональной отрасли знания».

В качестве признаков, отличающих термин от слова, в нашем исследовании отобраны признаки: обозначение понятия, принадлежность к специальной области знаний, точность значения, стилистическая нейтральность, отсутствие связи с контекстом.

К специфическим особенностям термина относятся:

- 1) системность;
- 2) наличие дефиниции;

3) тенденция к однозначности в пределах своего терминологического поля;

4) стилистическая нейтральность;

5) отсутствие экспрессии.

Основанием классификации английских туристических терминов служат различные отдельные признаки терминов – содержательные, формальные, функциональные, внутри- и внеязыковые.

Анализ фактического материала показал, что основным способом образования специальной лексики является морфологический, представленный в первую очередь аффиксальным словообразованием.

Выделены процессы наиболее интенсивного пополнения терминологического состава языка:

- Аффиксация,

- Словосложение,

- Заимствования,

- Сокращения.

Было выяснено, что при выборе способа перевода терминов необходимо сопоставительное изучение терминологических систем двух языков, а не отдельных пар терминов. Неверно выбранный способ перевода приводит либо к полному искажению семантики термина, либо к ничем не обоснованному сужению его значения, что оказывает отрицательное влияние на системность терминологии.

В научных работах последних лет указывается, что значение сопоставительного исследования терминов увеличивается пропорционально росту специальных отраслевых наук и росту межгосударственного обмена знаниями.

Сфера оказания туристических услуг в России в значительной степени ориентирована на использование обширной словарной базы, заимствованной из других языков. В силу исторических причин в профессиональной сфере туризма наиболее употребительным признается английский язык.

Приведенные выше итоги исследования содействуют дальнейшей оптимизации и унификации данной терминологической системы.

## Список использованной литературы

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. / И.В. Арнольд; 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во «Флинта», 2012. — 393 с.
2. Беглова Е.И. Жаргон в системе репрезентивных факторов развития русского языка конца XX века: Язык. Система. Личность / Е.И. Беглова - Екатеринбург, 1998. — 118 с.
3. Белан Э.Т. Особенности формирования новых терминосистем: на материале английской и русской терминологии международного туризма: автореф. дис. ... канд. филол. Наук / Э.Т. Белан. — М., 1989. — 75с.
4. Борисов В.В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках: учеб.-метод. пособие / В.В. Борисов; под общ. ред. А.Д. Швейцера. — М., 1972. — 98 с.
5. Борисова Л.И. Лексические особенности англо-русского научно-технического перевода: учеб. пособие / Л.И. Борисова — М.: Изд-во НВИ ТЕЗАУРУС, 2005 - 215с.
6. Величко И.В. Специфика лексического корпуса текстов тематической сферы «Туризм»: Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: сборник научных трудов / И.В. Величко; под ред. Е. П. Сосниной. — Ульяновск: Изд-во УлГТУ, 2009. — 143 с.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования: учеб. пособие / И.Р. Гальперин — М.: Изд-во КомКнига, 2005. — 148 с.
8. Головин Б.Н. О некоторых задачах и тематике исследования научной и научно-технической терминологии: Учен. Записки. Вып. 114. Сер. Лингвистическая / Б.Н. Головин — Горький: Изд-во Горьковск. Ун-та, 1970. — 68 с.

9. Граудина Л. К. Культура русской речи: Учебник для вузов / Под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. – М.: Издательская группа НОРМА—ИНФРА М, 1999 – 560 с.
10. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение: метод. пособие / С.В. Гринев-Гриневиц – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 117 с.
11. Даниленко В.П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания: метод. пособие / В.П. Даниленко – М.: Изд-во Наука, 1997. - 246 с.
12. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке [Электронный ресурс] / А.И. Дьяков // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – Режим доступа: [http:// www. philology, ru/linguistics 2/ dyakov-03.html](http://www.philology.ru/linguistics/2/dyakov-03.html).
13. Имамутдинова Э.Т. О специфике терминологии международного туризма. Научно-техническая терминология / Э.Т. Имамутдинова. – Выпуск 1. – М., 2005. – 159 с.
14. Карасик В.И. Язык социального статуса: учеб.-метод. пособие / В.И. Карасик – М., 1992. – 330 с.
15. Каребина О.П. Семантическая организация лингвистических и паралингвистических феноменов в текстах предметной области «туризм»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.П. Каребина. – М., 2008 – 125 с.
16. Кашкин В.Б. Научный дискурс: теория и практика: учеб. пособие / В.Б. Кашкин, А.А. Болдырева. – Воронеж: Воронежский гос. техн. ун-т, 2005. – 117 с.
17. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
18. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке: учеб. пособие / Л.П. Крысин – М., 1983. – 63 с.
19. Кубрякова Е.С. О тексте и его критериях определения: учеб.-метод. пособие / Е.С. Кубрякова.– М., 2001. – Т. 1. – 87 с.



20. Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. — М.: Издательская группа НОРМА—ИНФРА М, 1999. — 194 с.
21. Лотте Д. С. Некоторые принципиальные вопросы отбора и построения научно-технических терминов: учеб. пособие / Д. С. Лотте — М.-Л., 1999. — 153 с.
22. Макаров М.Л. Изучение структуры речевой коммуникации: От теории речевых актов к дискурс-анализу: учеб. пособие / М.Л. Макаров — М.: Англистика, 1999. — 87 с.
23. Маркова Е. И. Заимствованная лексика в сфере туризма / Е.И. Маркова, И.Д. Маркова — М.: Молодой ученый, 2014. — 682 с.
24. Мартине А. Принцип экономии в фонетических изменениях: учеб. пособие / А. Мартине — М., 1980. - 261 с.
25. Мошняга Е. В. Терминосистема международного туризма как лингвокультурное явление: Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование» / Е.В. Мошняга — М., 2009. — № 1 (3). — 73 с.
26. Некрасова Т.В. Терминологические единицы как средство эффективности иноязычного общения в профессиональной сфере: Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки / Т.В. Некрасова — Архангельск, 2008. — 80 с.
27. Погодаева С. А. Побудительность в туристическом дискурсе: Вестник ИГЛУ. Сер. Филология / С. А. Погодаева — Иркутск: ИГЛУ, 2008. — №1. — 169 с.
28. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. / Я.И. Рецкер — М.: Международные отношения, 1974. — 216 с.
29. Рябцева Н.К. Прикладные проблемы переводоведения. Лингвистический аспект: учеб. пособие / Н.К. Рябцева — М.: Изд-во ФЛИНТА: Наука, 2013. — 123 с.

30. Суперанская А.В. Общая терминология. Вопросы Теории / А.В. Суперанская; отв. ред. Т.Л. Канделаки. - 3-е изд., стер. - М.: Едиториал УРСС, 2004. - 248 с.
31. Терпак М.А. Исследование терминологии научно-технического стиля, как одного из видов информативного перевода / М.А. Терпак – М.: Изд-во Наука и культура России, 2011. – 284 с.
32. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англоамериканской рекламе: дис. ... кандидата филол. наук / Н.А. Тюленева – Омск, 2008. – 269 с.
33. Фёдоров А.В. Основы общей теории перевода: учеб.-метод. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. / А.В. Федоров – М.: Издательский дом «Филология ТРИ», 2002. – 348 с.
34. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н.В. Филатова – М.: Изд-во Филологические науки, 2012. – 82 с.
35. Хомяков В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия / В.А. Хомяков – Вологда, 1971. – 73 с.
36. Циткина Ф.А. Терминология и перевод: (к основам сопоставительного терминоведения): учеб. пособие / Ф.А. Циткина – Львов: Вища школа, 1988. - 157 с.
37. Якобсон Р. О лингвистических аспектах перевода: учеб. пособие / Р. Якобсон – М., 1978. – 24 с.

## Список использованных словарей

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс: лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова - М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – 137 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс] / О.С. Ахманова – Режим доступа: <http://www.rusbooks.org/>
3. Левитская Е.Н. Англо-русский и русско-английский словарь по туризму / Е.Ю. Левитская, Н.Ю. Юрченко. – М.: Изд-во Живой язык, 2010. – 512 с.
4. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – 3-е издание, переработанное. — М.: Флинта: Наука, 2003. – 162 с.
5. Шмелева Т. В. Речевые жанры: Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник: проспект / Т.В. Шмелева; под ред. А.П. Сковородникова. - Красноярск, 1991. – 91 с.
6. Beaver A. Dictionary of travel and tourism [Электронный ресурс] / A. Beaver. – Режим доступа: <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acr/>
7. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, 3-rd edition / S. Medlik – Butterworth-Heinemann, 2003. – 147 с.

## Список источников фактического материала

1. Игнатов А. Путеводитель по Англии [Электронный ресурс] / А. Игнатов. - Режим доступа: <http://www.arrivo.ru/putevoditeli-po-anglii.html>
2. Поиск и бронирование отелей по всему миру [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.hrs.com/>