

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню магістр

студента Когут Дар'ї Дмитрівни
(ПІБ)

академічної групи 035М-22з-1 ЕТФ
(шифр)

спеціальності 035 Філологія

за освітньо-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури (переклад включно), перша –англійська» на тему: Структурно-семантичні особливості англомовної термінології туризму та способи її перекладу українською мовою
(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	Бойко Я.В.	90	відмінно	

Рецензент	Короткова С.В.			
-----------	----------------	--	--	--

Нормоконтролер	Нестерова О.Ю.			
----------------	----------------	--	--	--

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри перекладу
Висоцька Т.М.
« _____ » _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню магістр

студентці Когут Д.Д. академічної групи 035М - 22з - 1 ЕТФ
(прізвище та ініціали) (шифр)

Напряму 035 Філологія

за освітньо-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша –англійська».

на тему Структурно-семантичні особливості англomовної термінології туризму та
способи її перекладу українською мовою,

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» №1373-с від 13.11.2023 р.

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	<i>Визначити мовний статус терміна, його істотні риси, проблеми термінології в контексті теорії та практики перекладу; виявити мовну специфіку текстів туристичного дискурсу</i>	8.10.2023
Розділ 2	<i>Визначити специфіку лексико-семантичних відношень в межах термінології туризму; виявити структурні моделі і засоби словотвору термінів туризму; дослідити джерела метафоризації й описати тематичні групи туристичних термінів; надати класифікацію перекладацьких трансформацій, застосованих при відтворенні туристичних термінів в перекладі.</i>	30.11.2023

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

к.ф.н, доц., Бойко Я.В.

_____ (прізвище, ініціали)

Дата видачі 1.09.2023р.

Дата подання до екзаменаційної комісії

8.12.2023р.

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Когут Д.Д.

_____ (прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 136 с., 108 джерел.

Об'єкт дослідження: англійські терміни туристичної галузі та їх перекладацькі відповідники.

Мета кваліфікаційної роботи: виявлення структурно-семантичних особливостей термінології туризму та способів відтворення англомовних туристичних термінів українською мовою.

Ціль дослідження: уточнити основні властивості та ознаки терміна; описати лексико-семантичні процеси в англомовній термінології туризму; виявити та описати структурно-словотвірні особливості англомовних термінів туризму.

Методи дослідження: аналіз, процедура кількісних підрахунків та метод суцільної вибірки.

У теоретичній частині досліджується мовний статус термінів, проблеми термінології у контексті перекладу та мовну специфіку туристичного дискурсу.

У практичній частині розглядаються лексико-семантичні відносини в термінології туризму, структурні моделі та засоби словотвору термінів.

Теоретична новизна роботи полягає у комплексному лінгвістичному та перекладознавчому аналізі термінів, класифікації за тематичним принципом та виявленні механізмів метафоризації термінології.

Практичне значення дослідження полягає у розширенні теоретико-методологічних засад дослідження галузевих терміносистем за допомогою методів структурної та зіставної лінгвістики; результати можуть бути використані у науковій та педагогічній роботі, зокрема у викладанні курсів лексикології англійської та української мов, галузевого перекладу, а також у лексикографічній практиці для кодифікації термінів туризму та створення двомовних галузевих словників.

Ключові слова: ТЕРМІНОЛОГІЯ, ГАЛУЗЕВІ ТЕРМІНИ, ТУРИСТИЧНИЙ ДИСКУРС, ТРАНСФОРМАЦІЯ, МЕТАФОРИЗАЦІЯ, СИНОНІМІЯ, ПОЛІСЕМІЯ, АНТОНІМІЯ.

SUMMARY

Qualification paper: 136 p., 108 sources.

The object of the research is English terms in the tourism field and their translation equivalents.

The purpose of the research is to identify structural and semantic features of tourism terminology and methods of rendering English tourism terms in Ukrainian.

Methods of the research include analysis, quantitative calculations, and purposive sampling.

The foreword describes the state of the problem, the tasks which are to be solved to achieve the purpose of the research.

The theoretical part explores the linguistic status of terms, terminology issues in translation, and the language specificity of tourist discourse.

The practical part explores lexical-semantic relations in tourism terminology, structural models, and means of term formation.

The theoretical novelty lies in a comprehensive linguistic and translation analysis of terms, classification based on thematic principles, and identification of metaphorization mechanisms in terminology.

The practical significance involves expanding theoretical and methodological foundations for researching field-specific terminology using structural and comparative linguistics methods. The results can be applied in academic and pedagogical work, particularly in teaching courses on English and Ukrainian lexicology, field-specific translation, and lexicographical practice for standardizing tourism terms and creating bilingual field-specific dictionaries.

Keywords: TERMINOLOGY, FIELD TERMS, TOURIST DISCOURSE, TRANSFORMATION, METAPHORIZATION, SYNONYMY, POLYSEMY, ANTONYMY.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА.....	12
1.1 Термінологія як об’єкт лінгвістичних досліджень.....	12
1.2 Теоретичні підходи до перекладу англомовних галузевих термінів українською мовою.....	23
1.3 Мовні маркери англомовного туристичного дискурсу.....	33
Висновки до 1 розділу	36
РОЗДІЛ 2 СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	41
2.1 Лексико-семантичні та структурні характеристики англомовної термінології туризму	41
2.1.1 Тематична диференціація англомовної термінології туризму.....	41
2.1.2 Метафоризація як спосіб утворення англомовних термінів туризму..	45
2.1.3 Синонімія в англомовній термінології туризму.....	49
2.1.4 Полісемія в англомовній термінології туризму.....	52
2.1.5 Антонімія в англомовній термінології туризму	53
2.1.6 Структурна класифікація англомовних термінів туризму	57
2.2 Застосування перекладацьких трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.....	61
2.2.1 Лексичні трансформації при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.....	61
2.2.2 Лексико-семантичні трансформації при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.....	69
2.2.3 Граматичні та лексико-граматичні трансформації при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.....	72

Висновки до 2 розділу	79
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	92
ДОДАТОК	94

ВСТУП

Кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню структурно-семантичних характеристик англомовних термінів туризму та способів їх відтворення українською мовою.

Стиль наукової прози має визначений статус та значні традиції розвитку і характеризується рядом ознак, найважливішою з яких визнається наявність термінології, що відображає специфічні поняття даної галузі у їх системному взаємозв'язку. На сучасному етапі систематизація англійських терміносистем окремих галузей набуває особливого значення. Галузь надання туристичних послуг значною мірою орієнтована на використання великої словникової бази. Через історичні і соціальні причини в професійній галузі туризму найбільш уживаною вважається англійська мова.

Вивчення лексики індустрії туризму становить інтерес як для лінгвістів (В. О. Мітягіна, О. В. Мошняга, В.В. Прима, О.В. Протченко, Н.В. Філатова), так і для фахівців галузі туризму (Р. Голднер, К. Вестіто, Р. Шарплі), оскільки ця галузь зазнає стрімкого розвитку і формується її поняттєво-термінологічний апарат. Формування нової галузі знання створює необхідність наукового опису її термінології. Нагальна потреба здійснення перекладу наукових праць, урядових та міжнародних документів, навчальної літератури з туризму свідчить про необхідність встановлення перекладацьких еквівалентів туристської термінології.

Таким чином, **актуальність** дослідження обумовлена зростаючим інтересом до спеціальної лексики окремих галузей знання. Туристична термінологія є мало дослідженою і потребує інвентаризації, незважаючи на те, що протягом декількох останніх десятиліть така галузь людської діяльності, як туризм і надання туристичних послуг, швидко розвивалася і тепер перетворилася на досить розгалужену і перспективну галузь. Тому необхідно розглянути основні тенденції формування термінології туризму, способи термінотворення,

сучасний стан термінологічної системи, а також міжмовні відповідники цієї термінології – підпорядковані завданням як науково-теоретичної, так і суто практичної діяльності.

Метою роботи є виявлення структурно-семантичних особливостей термінології туризму та способів відтворення англомовних туристичних термінів українською мовою.

Досягнення мети роботи передбачає розв'язання таких **завдань**:

- уточнити основні властивості та ознаки терміна;
- окреслити основні теоретичні підходи до перекладу термінів у спеціалізованих текстах;
- охарактеризувати специфіку туристичного дискурсу як контексту для функціонування термінів туризму;
- описати лексико-семантичні процеси в англомовній термінології туризму (явища полісемії, синонімії, антонімії);
- виявити та описати структурно-словотвірні особливості англомовних термінів туризму;
- проаналізувати особливості використання перекладацьких трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.

Об'єктом дослідження виступають англійські терміни туристичної галузі та їх перекладацькі відповідники.

Предметом дослідження є структурно-семантичні особливості англомовних термінів туризму та способи їх відтворення в перекладі.

Матеріалом дослідження обрано 211 термінів туристичного дискурсу, отриманих шляхом суцільної вибірки з електронних сайтів туристичних компаній та статей, присвячених туристичній індустрії.

Для розв'язання поставлених завдань у роботі застосовано комплексну методику дослідження. Основними **методами** дослідження є *метод суцільної вибірки* (для відбору та класифікації матеріалу дослідження), *описово-аналітичний метод*, який застосовано для опису та аналізу кожної

термінологічної одиниці в семантичному та структурному аспектах, а також для узагальнення й класифікації мовних фактів; *структурний метод*, який реалізовано за допомогою *словотвірного* і *компонентного аналізу* (для виявлення структурних типів, словотвірних засобів та тематичних груп термінів туризму); *аналіз словникових дефініцій*, що сприяв виявленню мінімальних семантичних складників значень туристичних термінів за даними тлумачних словників; *метод перекладацького аналізу*, який застосовано з метою виявлення та опису перекладацьких трансформацій, що використовувалися при перекладі англійських термінів туристичного дискурсу; *зіставний аналіз*, метою якого є зіставлення значень англійських термінів туризму та їх перекладацьких відповідників; *процедура кількісних підрахунків*, за допомогою якої встановлено кількісне співвідношення термінів, утворених шляхом метафоризації, синонімічних, антонімічних груп термінів, продуктивність структурних моделей і словотвірних засобів, а також кількісну репрезентативність способів перекладу англійських термінів туристичної галузі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що вперше проведено комплексний лінгвістичний та перекладознавчий аналіз англійських термінів туристичної галузі, актуалізованих у текстах туристичного дискурсу; здійснено класифікацію англійських термінів туризму за тематичним принципом; виявлено механізми метафоризації досліджуваної термінології; виявлено семантико-парадигматичні відношення полісемії, антонімії та синонімії в системі термінів туризму та їх структурно-словотвірні характеристики; визначено й описано способи адекватного перекладу термінів туристичної галузі англійського туристичного дискурсу українською мовою.

Практичне значення отриманих результатів пов'язане з розширенням теоретико-методологічних засад дослідження галузевих терміносистем із використанням методів структурної та зіставної лінгвістики. Результати проведеного дослідження можуть бути впроваджені в наукову і педагогічну роботу, зокрема у викладанні курсів лексикології англійської і української мов

(розділи «Семантика», «Термінознавство»), галузевого перекладу (розділ «Переклад туристичної термінології»). Зібраний фактаж слугуватиме у лексикографічній практиці – для кодифікації термінів туристичної галузі, уніфікації досліджуваної терміносистеми, для створення двомовних галузевих словників термінів туризму.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, додатку, списку використаної літератури, джерел ілюстративного матеріалу.

У **вступі** обґрунтовано вибір, актуальність теми роботи, визначено мету, основні завдання, об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення одержаних наукових результатів.

Перший розділ роботи присвячено теоретичному дослідженню туристичної термінології та теоретичним засадам її відтворення у перекладі. У ході дослідження визначено мовний статус терміна, його істотні риси; проблеми термінології в контексті теорії та практики перекладу; виявлено мовну специфіку текстів туристичного дискурсу.

У **другому розділі** визначено специфіку лексико-семантичних відношень в межах термінології туризму (явища синонімії, антонімії, полісемії); виявлено структурні моделі і засоби словотвору термінів туризму; досліджено джерела метафоризації й описано тематичні групи туристичних термінів; наводиться класифікація перекладацьких трансформацій (лексичні, лексико-семантичні, граматичні), які застосовано при відтворенні туристичних термінів в перекладі.

У **висновках** викладено здобуті у дослідженні наукові та практичні результати й визначено перспективи подальших наукових розвідок в обраному напрямку.

У **додатках** наведено 191 англійське речення з текстів туристичного дискурсів, що містять терміни туристичної галузі, з українським перекладом.

Загальний обсяг роботи з додатками, списком використаних джерел складає 134 сторінки. Список використаних джерел містить 108 позиції, список

джерел ілюстративного матеріалу налічує 23 позиції.

Апробація результатів дипломної роботи. Основні положення дипломного дослідження висвітлено на I Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих учених «Наука в епоху соціокультурних змін: реалії та перспективи», яка відбулась 27 жовтня 2023. Було представлено тези на тему «Мовні маркери англомовного туристичного дискурсу».

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

1.1 Термінологія як об'єкт лінгвістичних досліджень

У сучасний період великий інтерес у лінгвістиці викликають проблеми галузевих термінологічних систем, розширення їх меж, збільшення кількості компонентів, які входять до них. Терміни як фахові слова, словосполучення та вирази були і є предметом термінологічних досліджень у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, зокрема Р. Дудок [13], О. Іващишин [19], О. Матвіяс [33], Т. Кияка [22], О. Петренко [42], О. О. Селіванової [46], Н. Felber [66], D. Mellinkoff [74], Н. Picht [86], S. Wright [84] та ін.

Згідно з класичним визначенням, **термін** – це «лексична одиниця мови для спеціальних цілей, що позначає загальне поняття теорії спеціальної галузі знань або діяльності» [47, 21]. У межах традиційного підходу для того, щоб розмежувати термін і слово, термінознавцями було виділено набір лінгвістичних ознак терміна, зокрема, системність [42]; наявність класифікаційної дефініції [39]; прагнення до моносемічності й конкретики в межах терміносистеми [36]; прагнення до прозорості внутрішньої форми [29]; стилістична нейтральність [19]; залученість до системи понять певної галузі [22]; відповідність нормам мови, що запобігають появі професійних жаргонів [13]; точність і короткість [21]; інваріантність як відсутність варіантів і синонімів [35]; висока інформативність [12].

У сучасному мовознавстві вчені загалом виділяють чотири різних напрями у вивченні терміна. Відповідно до першого, **номінативно-семасіологічного напрямку**, термін розглядається у межах загальнолітературної мови як слово, яке має усі властивості слова як лексичної одиниці [3, 128]. З позиції ономасіології і семасіології термін розглядається як мовна одиниця, що не відрізняється від

звичайного слова, а реальна, об'єктивна відмінність між цими двома типами слів існує як відмінність позамовна [58, 214]. Другий підхід – **системно-структурний** (чи структурно-семантичний), що спирається на системні явища. У межах цього підходу термін визначається як слово чи словосполучення, що має спеціальне значення та обов'язково виступає одиницею терміносистем, де вступає в системні зв'язки з іншими лексичними одиницями [28, 18]. Третій, **функціональний підхід** до визначення терміна, підкреслює, що термін – поняття функціональне, оскільки терміни – це, передусім, слова, але слова в особливій функції [22, 67]. Особлива функція – це найменування, причому в цій особливій функції виступають як звичайні, загальноживані слова, так і науково-теоретичні терміни. В межах четвертого, **когнітивного підходу**, термін розглядається як когнітивно-інформаційна структура, в якій акумулюється виражене в конкретній мовній формі професійно-наукове знання, накопичене людством за увесь період його існування [46, 127].

Оскільки немає єдиної думки щодо визначення терміна в лінгвістичній літературі, Т. І. Панько вводить поняття ідеального терміна. Сутність визначень цього терміна зводиться до того, що в якості найближчого родового поняття найчастіше називають «слово», «словосполучення», «мовний знак», а головні ознаки видових відмінностей такі: системність, незалежність від контексту, однозначність, точність, наявність класифікаційної дефініції, стислість, стилістична нейтральність [39, 37]. Окрім зазначених вище вимог до терміна О. В. Петренко додає відсутність емоційно-експресивного забарвлення та здатність до творення похідних термінів [42, 417], а О. О. Селіванова ще додає прагнення до моносемічності та конкретизації в межах терміносистеми й до прозорості внутрішньої форми; жорстку конвенційність; залучення до системи понять певної галузі; відповідність нормам мови, що запобігає появі професійних жаргонізмів; словотворчу (дериваційну) здатність; інваріантність та високу інформативність [47, 618]. Однак ці вимоги до терміна не слід розуміти надто прямолінійно, оскільки ідеальних термінів, які цілком задовольняють вимогам

лінгвістів, мабуть не існує. Не завжди термін точно виражає спеціальне поняття, не завжди є однозначним, не завжди входить лише до однієї терміносистеми, і не завжди відбиває у своїй структурі характерні ознаки об'єкта термінування. Основна особливість терміна полягає у його спеціальному вживанні, а сфера його вживання обмежена визначеною галуззю знань [65, 37].

Термінологію тлумачать як сукупність термінів, тобто слів або словосполучень, що висловлюють специфічні поняття з певної галузі науки, техніки чи мистецтва, а також сукупність усіх термінів, наявних у тій чи іншій мові [28, 34; 33, 186]. Від звичайних слів терміни відрізняються точністю семантичних меж. Галузеві термінології (тобто сукупності термінів конкретних галузей) називають **терміносистемами**, або **термінологічними системами**. Системність термінології зумовлена двома типами зв'язків, які надають множинам термінів системного характеру: логічними зв'язками (якщо між поняттями певної науки існують системні логічні зв'язки – а вони є в кожній науці, – то терміни, які називають ці поняття, мають теж бути системно пов'язаними); мовними зв'язками (хоча терміни позначають наукові поняття, вони залишаються одиницями природної людської мови, а, відповідно, їм властиві всі ті зв'язки, які характерні для загальноживаних слів – синонімічні, антонімічні, словотвірні, граматичні тощо) [49, 35].

Усі термінологічні одиниці можна поділити на дві великі категорії – однокомпонентні та багатокомпонентні. Утворення термінів в англійській мові може відбуватися декількома основними способами:

1. **Морфологічний спосіб** є одним із продуктивних способів утворення термінів. Однослівні терміни є фундаментом, на якому вибудовується терміносистема будь-якої галузі. Вони, як правило, називають базові поняття і є найменуваннями первинних понять, що стали основоположними у галузях знань. Дослідження граматичної структури однослівних англійських термінів дозволило нам розподілити їх за такими основними типами: прості, афіксальні та складні терміни. До простих термінів, які мають лише корінь як словотвірний

компонент, можна віднести такі найменування, як, наприклад, *atom, gas, velocity* та інші. Але найбільш інтенсивне поповнення термінологічного складу слова відбувається за рахунок процесів афіксації, конверсії, утворення словосполучень шляхом додавання лівих і правих визначень до вихідного терміна, запозичення, скорочення, комбінації декількох способів тощо. Більшість термінів утворюється морфологічним способом, який базується на афіксації, тобто деривації за допомогою афіксальних морфем: префіксів, суфіксів, префіксів і суфіксів одночасно, флексій [54, 10].

Афіксація – це утворення нових однослівних термінів шляхом додавання словотворчих афіксів до кореня. Так, наприклад, в англійській мові додавання префікса **pre-** використовується для передачі ідеї випередження за часом або за положенням (*preamplifier*), префікс **inter-** означає «між», «серед» (*interaction, interference*), префікс **trans-** означає «через», «за межами» (*transition*) тощо. Суфікс **-tron** має значення «частинка», «прискорювач» (*positron, negatron*); суфікс **-er/or** означає «пристрій, елемент або предмет зі спеціальною функцією» (*insulator, accelerator*), суфікси **-sion** та **-tion** означають стан або процес (*emission, radiation*). За допомогою суфікса терміни можуть отримати якусь властивість або позбавитись її. Наприклад, суфікс **-less** означає відсутність у терміна певної властивості (*motionless*). Утворення нових складних однослівних термінів відбувається шляхом **словоскладання**, коли кореневі морфемі з'єднуються в один новий термін: *electromagnet, switchboard, voicemail, airtime, smartphone*. Утворення нових термінів за допомогою словоскладання належить до найменш «проблемних» способів терміноутворення за умови, якщо добре відоме значення всіх складових частин нового терміна [54, 15].

Ще один спосіб утворення термінологічних одиниць – це **конверсія**, за допомогою якої формується новий термін, який вже належить до іншої частини мови. У багатьох випадках нові терміни утворюються з існуючих у мові слів без зміни їхнього написання і вимови. Найбільш поширеним видом конверсії є утворення дієслів від іменників та іменників від дієслів (*decay – to decay, charge*

– *to charge, to signal – signal*) [54, 27].

Досить поширені терміни, що виникли за допомогою **аббревіації**. Їх поява пов'язана з прагненням мовців стисло виражати складні найменування нових понять, економніше висловлювати думки. Аббревіація в термінології володіє майже необмеженою продуктивністю [29, 78]. Цьому сприяють загальні тенденції розвитку термінологічного словотворення, дві з яких прямо протилежні: з одного боку, це утворення надзвичайно довгих за складом термінів-словосполучень і термінів, що являють собою ланцюжок складених основ, цілих слів, а з другого – продукування гранично коротких, структурно економних термінів-аббревіатур: *CFO* (chief financial officer); *EA* (economic advisor); *GFA* (general freight agent); *WAP* (Wireless Application Protocol), *EEPROM* (Electrically Erasable Programmable Read Only Memory).

2. Синтаксичний – це спосіб створення термінів на основі вживання словосполучень для позначення понять. Складна внутрішня співвіднесеність у колі понять науки і техніки робить цей спосіб найбільш продуктивним і перспективним. Термінами-словосполученнями легше, ніж іншими словотвірними засобами, передавати приналежність до класифікаційного ряду, яка ґрунтується на родо-видовому співвідношенні понять. Залежно від кількості компонентів терміносполуки поділяються на три структурні типи: **двокомпонентні** (*blocked impedance*); **трикомпонентні** (*manual operating handle*) та **багатокомпонентні** (*time division multiple access system*) [59, 15].

3. Вторинна номінація – використання наявного в мові слова для називання наукового поняття. Унаслідок творення термінів способом вторинної номінації відбувається не просто збагачення лексем новим семантичним відтінком, а й навантаження цілком новим лексичним значенням, якого до цього часу ця лексема не мала. У такому випадку слово, яке стало основою для виникнення нового терміна, продовжує функціонувати у своєму попередньому значенні [59, 18]. Процес лексичної термінологізації відбувається за допомогою двох семантичних процесів – **метафоризації** та **метонімізації**. Під **метафорою**

розуміють появу нових, переносних значень слова на основі схожості об'єктів за зовнішнім виглядом чи формою [57]. Акт метафоричної творчості лежить в основі формування нових значень слів, розвитку системи термінології та емоційно-експресивної лексики. Метафора є багатоаспектним явищем. На думку Д. Лакоффа та М. Джонсона, вона пронизує все наше щоденне життя і виявляється не тільки в мові, але й в мисленні та дії. Поняттєва система, у межах якої думає і діє людина, є метафоричною за своєю сутністю [42, 418]. Мовознавці акцентують увагу на розумінні метафори як форми наукової думки, в основі якої є схожість екстралінгвальних понять про об'єкти дійсності [10, 311]. Сучасні лінгвістичні дослідження дозволили розкрити різні сторони метафори, зокрема, було доведено, що у процесі термінотворення метафора вказує на певну схожість і виконує функцію перекодування природного знака в мовний знак [7, 17]. Метафоричний термін являє собою складну структуру, в якій фіксуються знання про об'єкт, що позначається, та сукупність певних семантичних ознак.

Метафоричне переосмислення значення загальноживаних слів не пов'язане зі зміною логічного обсягу значення оскільки те коло спеціальних понять на позначення яких використовується загальноживане слово не набуває нових ознак. Із безлічі різноманітних ознак виокремлюють ту, яка стає основою метафоричного перенесення [10, 312]. По суті, матеріал дає підстави стверджувати, що для метафоричної номінації термінів часто використовують слова-антропоніми, такі як: *body, eye, hand, hair, head, foot, leg* та інші, наприклад: *birds-eye perspective* 'вид із висоти пташиного польоту', *free-hand drawing* 'креслення від руки', *active leg* 'активна ділянка маршруту'.

В процесі утворення термінологічної і нетермінологічної лексики використовується також **метонімічний перенос**, який здійснюється на основі суміжності двох речей, їх поєднання у просторі або часі. При цьому змінюється не тільки річ, але й саме поняття [15, 107]. На думку Ю. О. Шепель, в результаті метонімії з'являються нові значення слова на базі суміжності їх ознак [76, 80]. Метонімічний спосіб перенесення відбувається не за подібністю (як у

метафоричному), а за суміжністю понять, інакше кажучи, слово, що є назвою одного предмета чи явища, вживається для позначення іншого предмета чи явища, який перебуває з першим у взаємозв'язку. Метонімія – стилістична фігура, яка позначає семантичний процес де форма мовної одиниці «переходить» з одного референта на інший на підставі тієї чи іншої суміжної ознаки. Тому метафора – це передусім семантичний зсув у значенні, а метонімія – семантичний зсув у референції. Хоча обидва процеси і є знаковими перенесеннями, проте метонімія ідентифікує предмет свого позначення, а метафора характеризує його, наприклад, *map production* 'галузь виробництва', а також 'роботи, пов'язані із виготовленням карт' [33, с. 187].

Будь-яка знакова система характеризується чіткою ієрархією структурно-смыслових компонентів та безперервним розвитком понять, які позначають її терміни. Невід'ємним процесом функціонування аналізованої підмови є постійний розвиток значення її термінологічних лексем (полісемія), а також присутність омонімічних одиниць. Слід зазначити, що у сучасному мовознавстві немає єдиного погляду на явище полісемії (багатозначність), яке передбачає співвіднесеність терміна з більш ніж одним поняттям в межах одного чи суміжних термінологічних полів, в результаті чого термін втрачає точність і більш залежить від контексту, проте це ще більше ускладнює проблему полісемії термінів, особливо у випадках, коли вони досліджуються поза текстом чи дискурсом [79].

Полісемія є природним розширенням лінгвістичного поняття у того самого слова (словосполучення, фрази), різних інтерпретацій у того самого знака або знаків сполучення. Аналізуючи явище полісемії слід зазначити, що слово завжди виникає з одним значенням, яке називається первинним чи прямим, оскільки воно прямо називає позначуваний предмет, крім того дуже часто йому властиві переносні значення, похідні від прямих, які мотивовані через прямі значення і виникають унаслідок перенесення назви одного предмета, явища дії чи ознаки на інший предмет, явище, дію чи ознаку, які чимось схожі між собою. У даному

випадку мова йде про метафору (перенесення значення за подібністю), метонімію (перенесення за суміжністю), а також гіперогіпонімію (включення), які сприяють процесові творення нових смислів мовних одиниць [55]. При дослідженні багатозначних слів та розвитку їх значень Р. І. Болтянська прийшла до висновку, що відношення між різними значеннями полісемантичного слова ґрунтується на послідовній ланцюговій деривації, центром якої завжди є головне значення [5, 7]. А.С. Д'яков дещо доповнив дане твердження, довівши експериментальними методами, що значення полісеманта ділиться на основні та другорядні, а між ними присутнє відповідно ієрархічне підпорядкування та залежність [14, 14]. Варто також погодитись із твердженням Т. І. Панько, яка вважає, що термінологічна полісемія як семасіологічний процес під час розвитку та стабілізації терміносистем піддається постійній нівеляції та ніколи не зникає повністю. Вона присутня на всіх етапах розвитку загальноживаної мови та фахових підмов, проте полісемія реалізується у спеціальній лексиці дещо по іншому, ніж у загальноживаній мові, де це явище приводить до розширення та збагачення словникового складу [39, 189].

Багатозначність термінів у будь-якій фаховій мові може проявлятися наступним чином:

1. Іноді багатозначний термін стосується понять, зовсім не пов'язаних чи тих, які лише віддалено рідняться відносно один одного, наприклад: *statement* – 1) формулювання; 2) офіційний звіт; *target* – 1) ціль; 2) візирна марка.

2. Багатозначний термін може поєднувати поняття, які являються досить близькими, що, як уже зазначалось, є небажаним в межах однієї термінологічної системи, адже створює певні проблеми щодо функціонування такого терміна [53, 73]; наприклад: *number* – 1) число, кількість і 2) цифрова частина номенклатури карти.

3. Багатозначними у межах фахової мови можуть виступати не тільки терміни-слова: *reticule*: 1) перехрестя ниток, сітка ниток; 2) географічна сітка, але й терміни-композиції: *framework*: 1) основа побудови; 2) мережа точок.

4. Полісемію термінів можна поділити на два типи: 1) зовнішню та 2) внутрішню. Під зовнішньою полісемією розуміється багатозначність загальнолітературних слів, один чи декілька лексико-семантичних варіантів яких має термінологічні значення. Наприклад: *body* – в анатомії – тіло, в геодезії – поле карти (*body of map*). Внутрішня полісемія передбачає полісемію слів, усі лексико-семантичні варіанти яких мають термінологічні значення, тобто полісемію власне термінів. Наприклад: *pole* – 1) полюс; 2) рейка; *radius* – 1) радіус, 2) лімба (кутомірного приладу) [53, 34].

Проблемі розмежування явищ полісемії й омонімії присвячено наукові роботи Р. І. Болтянської [5], Ю. Н. Ковалик [24] та інших. Одним з головних критеріїв розмежування полісемії від омонімії на нашу думку можна назвати семантичну ознаку, тобто наявність (у полісемії) та відсутність (в омонімії) внутрішнього мотивованого зв'язку між значеннями. Омнімія як лексичне явище в термінології трапляється між термінами та словами загального вжитку. При цьому значення загальноновживаного слова, яке потрапило у термінологію, звужуються, змінюються, стає конкретнішим [24, 57].

Омонімія – це явище, що безпосередньо впливає з факту неоднаковості плану вираження та плану змісту. Розглянемо особливості омонімії в аналізованій фаховій мові опираючись на класифікацію омонімів Ю. О. Шепель [58, 73], у центрі якої лежать змістовні ознаки омонімії:

1) «лексична» омонімія – співзвучні слова, які відрізняються за своїми лексичними значеннями, але є граматично тотожними, сюди належить:

- «повна» лексична омонімія – при якій слова збігаються у всіх граматичних формах. Наприклад, іменники: *mask* 'маска' у загальноновживаній мові та *mask* 'маска (гранична висота відстежування GPS–супутників над горизонтом) у геодезії';

- «часткова» лексична омонімія у термінах простежується тоді, коли в омонімах збігаються деякі елементи, наприклад: дієслово *to float* 'плавати' та словосполучення *float ambiguity* 'невизначеність, не приведена до цілочислового

значення' (дані слова є фонетичними та графічними омонімами, проте належать до різних частин мови);

2) «лексико-граматична» омонімія – форми співпадають в системі різних слів як правило, у формуванні омонімічної групи беруть участь словотвірна конверсія, а сам процес називається модельованою омонімією. Наприклад дієслово *to batter* 'сильно бити, лущувати' та іменник *batter* 'нечіткий підпис';

3) фонетичні омоніми, які характеризуються тотожністю звучання (незалежно від співвідношення їхньої писемної форми): *core* 'серце' (в медицині) та *core* 'ядро';

4) графічні омоніми, які характеризуються тотожністю написання (незалежно від співвідношення їхньої звукової форми): дієслово *to wind* 'крутитися, вертатися' та *wind* 'вітер' [58, 75].

Систематизація англійських терміносистем окремих галузей останнім часом набуває особливого значення. Говорячи про сферу надання туристичних послуг, можна зазначити, що вона в значній мірі орієнтована на використання обширної словникової бази, запозиченої з інших мов. Через історичні і соціальні причини в професійній галузі туризму найбільш уживаною вважається англійська мова. Вивчення лексики індустрії туризму в англійському мовознавстві становить інтерес як для лінгвістів [67; 40; 37; 60], так і для фахівців галузі туризму, оскільки ця галузь дуже активно розвивається і перетворюється на досить розгалужену і перспективну галузь.

Номінативний простір **термінології туризму**, що утворюють **вузькоспеціальні терміни** є найбільш інформативними, тому що саме вони утворюють систему певної галузі знання, адже іменують предмети та поняття, характерні тільки для даної галузі, наприклад, *active tourism, room occupancy, no show, all-suite hotel, psychocentric, allocation, Continental Plan, package tour, traveller's cheque* [37, 67].

Міжгалузєва лексика підмови туризму містить у своєму складі терміни, що відносяться до **економічної термінології**: *tariff, base fare, BBB tax (bed, board,*

beverage tax), incidentals, break-even point (BEP), cancellation charge; юридичної термінології: act of God; cancellation clause, force majeure, agency agreement, liquidated damages clause; комп'ютерної: electronic ticketing, Central Reservation System або Computer Reservation System (CRS), global distribution system (GDS), metered Internet access; транспортної: bareboat charter, trip index, airliner, deadhead, car rental, air taxi; статистичної: cancellation rate, accommodation capacity, hotel occupancy rate, tourism ratio index, vacancy rate, bed night, revenue per available room (RevPAR); спортивної: windsurfing canyoneering, mountaineering, cross-country skiing; медичної: motion sickness, yellow fever, breakbone fever, bilharziasis; географічної: coral reefs, geyser, savanna, cataract та термінології харчування: French service, Asian breakfast, table d'hôte menu [37, 68].

Як бачимо, термінологія туризму має широкі та розгалужені семантичні зв'язки з суміжними термінологіями, тому чітку межу між нею та іншими провести неможливо. Саме тому матеріал дослідження містить основну вибірку термінів субмови туризму, яка доповнена термінологічними одиницями суміжних галузей.

Загальнонаукові терміни (*analysis, principle, index, system, rate, factor*) є лексичними одиницями великої семантичної ємності, що позначають, як правило, категоріальні, класифікаційні загальнонаукові поняття і функціонують у текстах кількох галузей наукової діяльності [37, 69].

У складі термінів-словосполучень вони, як і загальноновживані слова, суттєво звужують і конкретизують свою семантику: *global distribution system (GDS), main activity index, double occupancy rate, red and green system, referral system, time series analysis, indirect route principle, attendance factor*.

Загальноновживаною лексикою є слова, що широко використовуються в межах лексики підмови туризму і входять до основного словникового фонду мови, які служать позначенням буденних понять, наприклад: *child, adult, room, berth, bed, tour, bellman* тощо. Наявність загальноновживаної лексики свідчить про

те, що дана термінологія має тісні зв'язки із повсякденною мовою, оскільки її використовують не лише фахівці цієї галузі, але й люди, що користуються їхніми послугами. До цієї групи віднесено терміни, які потрапили до загальнолітературної мови внаслідок детермінологізації [37, 70].

Стратифікаційна модель мови туризму є адекватною системою науково-професійних понять цієї галузі. Вона побудована на основі функціональної приналежності слова сфері комунікації й представлена двома шарами: спеціальною і неспеціальною лексикою. Вони відносно самостійні й певним чином організовані. Кожен з пластів посідає своє місце не тільки в лексико-семантичному просторі мови туризму, але й у структурі мовленнєвої особистості спеціаліста цього профілю, зокрема відіграє велику роль у процесі її становлення.

1.2 Теоретичні підходи до перекладу англomовних галузевих термінів українською мовою

Проблема перекладу термінології входить до кола найскладніших проблем у галузі лінгвістики та перекладознавства, тому що термінологічні одиниці відносяться до лексики, яка розвивається швидкими темпами, користується попитом у фахівців різних сфер. При перекладі спеціальних текстів термінам слід приділяти особливу увагу: саме вони визначають інформаційний зміст спеціального тексту, як своєрідні ключі, що кодують інформацію. Перекладу та міжмовному зіставленню термінів, які традиційно розглядаються як одиниці перекладу, у науковій літературі приділяється величезна увага [29; 28; 21].

Між мовами оригіналу та перекладу не завжди можна знайти мовні паралелі – семантичні та структурні аналоги: однакові моделі речень чи словосполучень, повний збіг семантичних значень слів тощо. Саме тут перекладач має застосовувати перекладацькі трансформації.

В. І. Карабан називає три основні причини використання перекладацьких трансформацій: 1) розходження в системах мов оригіналу та перекладу (в одній з мов може бути відсутня категорія, властива іншій мові; всередині однієї і тієї ж категорії членування різняться; зіставні лінгвістичні категорії не цілком збігаються за обсягом значення); 2) розходження норм в мовах тексту перекладу та тексту оригіналу (з порушенням норми ми стикаємось у тому випадку, коли суть висловлювання зрозуміла, однак викликає уявлення про невірність мови (нормативні відхилення)); 3) незбіг узусу, діючого в середовищі носіїв мов оригіналу та перекладу (узус – правила ситуативного використання мови; відображає мовні звички та традиції даного мовного колективу) [20, 45].

Переклад спеціальної галузевої термінології, в тому числі й у галузі туризму, здійснюється різними способами, а саме за допомогою таких міжмовних трансформацій: лексичних, лексико-семантичних та лексико-граматичних. Головне завдання перекладача полягає у вірному виборі того чи того прийому в ході процесу перекладу, щоб найточніше передати значення кожного терміна. Незважаючи на те, що на даний момент немає єдиного наукового погляду на кількість прийомів перекладацької трансформації, більшість дослідників висловлюють думку про те, що перекладацькі трансформації поділяються на лексичні (формальні лексичні, лексико-семантичні), граматичні та комплексні (лексико-граматичні) [20; 27].

Лексичні трансформації застосовуються при перекладі науково-технічних текстів у тому випадку, коли у вихідному тексті зустрічаються терміни з тієї чи тієї професійної сфери, які ще відсутні в мові перекладу, або такі, що мають іншу структурно-функціональну впорядкованість у фаховій мові перекладу.

Основним видом лексичної трансформації є **транскодування** – спосіб перекладу, коли звукова чи графічна форма слова, що перекладається, передається засобами абетки мови перекладу. Розрізняють чотири види транскодування:

- **Транскрибування** – літерами мови перекладу передається звукова форма слова вихідної мови, наприклад: *peak* 'пік'; *browser* 'браузер'; *driver* 'драйвер'.
- **Транслітерування** – слово вихідної мови передається за літерами, наприклад: *laser* 'лазер'; *port* 'порт'.
- **Змішане транскодування** – транскрибування з елементами транслітерування, наприклад: *overlock* 'оверлок'; *organizer* 'органайзер'.
- **Адаптивне транскодування** – форма слова у вихідній мові дещо адаптується до фонетичної чи граматичної структури мови перекладу, наприклад: *pallet* 'палета', *platform* 'платформа' [27, 282].

Транслітерацію і транскрипцію використовують передусім для перекладу власних назв, назв народів і племен, географічних назв, назв ділових установ, компаній, періодичних видань, спортивних команд, музикантів, культурних об'єктів і т. п. Але при перекладі способом транслітерації не слід забувати й про «хибних друзів перекладача» (таких як *data*, *academic*, *cabinet* та ін.), транслітераційний спосіб перекладу яких призводить до грубих викривлень змісту [27, 61].

При перекладі термінологічних одиниць застосовують також **калькування**, передача не звукового, а комбінаторного складу слова, коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови перекладу. Даний прийом застосовується при перекладі складних за структурою термінів, наприклад: *a standard key-combination* 'стандартна комбінація клавіш', *wind rose format* 'формат рози вітрів' [27, 286].

Лексико-семантичні трансформації – це спосіб перекладу лексичних одиниць іноземної мови шляхом використання одиниць мови перекладу, які не збігаються за значенням з вихідними, але можуть бути виведені логічно.

Одним з видів лексико-семантичних трансформацій є **конкретизація**. Важливим способом вибору контекстуального відповідника слова є

перекладацька лексична трансформація конкретизації значення, що зумовлена розбіжностями у функціональних характеристиках словникових відповідників лексичних елементів оригіналу та традиціях мовлення. Конкретизація значення – це лексична трансформація, внаслідок якої слово (термін) ширшої семантики в оригіналі замінюється словом (терміном) вузької семантики, наприклад: *less straightforward* 'менш зрозумілий', *none of these criticisms is successful* 'жодне з зазначених критичних зауважень не є обґрунтованим'. Зрозуміло, що цей спосіб перекладу частіше застосовується тоді, коли перекладаються слова із (дуже) широким, навіть можна сказати, розмитим, значенням на кшталт *thing, matter, piece, affair, entity, unit, challenge, range, claim, concern, weakness, fine, good, useful, to be, to go, to get, to come* тощо [27, 48].

В процесі перекладу лексичних елементів перекладні відповідники можуть утворюватися за рахунок не тільки звуження значення англійських слів, а й розширення значення. Лексичною перекладацькою трансформацією, що при цьому використовується і що протилежна за напрямком трансформації конкретизації, є **генералізація**, внаслідок якої слово із вузьким значенням, що перекладається, замінюється у перекладі на слово із ширшим значенням нерідко гіпонімом, наприклад: *The first factories were driven by water.* - Перші фабрики працювали на воді [27, 50].

Модуляція, або смисловий розвиток – це заміна слова або словосполучення іноземної мови, значення яких можна вивести логічним шляхом з вихідного значення. Прийом смислового розвитку полягає в заміні словникового відповідника при перекладі контекстуальним, логічно пов'язаним з ним. Для передачі одного того ж змісту засобами іншої мови часто байдуже, якою формою слова буде виражено цей зміст. Предмет може бути замінений його ознакою, процес – предметом, ознака – предметом або процесом і т. д. Найтипівішим прикладом смислового розвитку є причинно-наслідкове відношення, наприклад: *to drop* 'випустити (щось з рук)', *to fall down* 'впасти (додолу)' [27, 56].

Граматичні трансформації. Багато труднощів при перекладі науково-

технічних текстів пов'язані не лише з перекладом окремих термінів, а з передачею правильного змісту кожної фрази, що не завжди може забезпечити дослівний переклад. Тому доволі часто перекладач має застосовувати граматичні трансформації, які полягають у перетворенні структури речення в процесі перекладу відповідно до норм мови перекладу [20, 156].

Заміна однієї частини мови на іншу частину мови – трансформація, яка застосовується, коли збереження частиномовної характеристики слова, що перекладається, призводить до порушення граматичних норм мови перекладу та норм слововживання. Така трансформація може застосовуватися для слів майже всіх частин мови і зазвичай супроводжується частковою або повною перебудовою структури речення, що перекладається, наприклад: *mechanical engineers* 'інженери-механіки'.

Перестановка слів (транспозиція) – це зміна розташування мовних елементів у тексті перекладу в порівнянні з текстом оригіналу. Найбільш звичайний випадок в процесі перекладу – це зміна порядку слів і словосполучень у структурі речення. Так, в англійському реченні порядок розташування членів речення визначається правилами синтаксису: суб'єкт – предикат – об'єкт – обставина місця – обставина часу. В українському реченні на останнє місце стає «нове» за своїм значенням слово, що вперше використовується в даному реченні. Зміна порядку компонентів може бути застосована і в словосполученні: *heart defect* 'вада серця'.

Антонімічний переклад – такий вид трансформації, коли форма слова або словосполучення замінюється на протилежну (позитивна на негативну і навпаки), а зміст одиниці, що перекладається, залишається в основному подібним. Означена трансформація представлена трьома видами: 1) негативація (слово або словосполучення без формально вираженої суфіксом або часткою заперечної семи змінюється в перекладі словом з префіксом не- або словосполученням з часткою не), наприклад: *to continue* 'не зупинятися'; 2) позитивація (слово або словосполучення з формально вираженою заперечною

секою замінюється в перекладі на слово або словосполучення, яке не містить формально вираженого негативного компонента), наприклад: *unallowed* 'заборонений'; 3) анулювання двох наявних у реченні негативних семантичних компонентів, наприклад: *not impossible* 'можливий'.

Експлікація, або описовий переклад. При описовому перекладі лексична одиниця іноземної мови замінюється словосполученням, що експлікує її значення (тобто дає пояснення або опис цього слова). До описового перекладу висувають такі вимоги: 1) переклад повинен точно відбивати основний зміст позначеного терміном поняття; 2) опис не повинен бути надто докладним; 3) синтаксична структура словосполучення не повинна бути надто докладною, наприклад: *outscriber* 'вихідний пристрій відтворення даних'; *corrugator* 'м'яз, що викликає зморшки шкіри'.

Додавання. Трансформація додавання полягає у введенні в переклад лексичних елементів, що відсутні в оригіналі, з метою правильної передачі смислу речення (оригіналу), що перекладається, та/або дотримання мовленнєвих і мовних норм, що існують в культурі мови перекладу, наприклад: *stability and control* 'забезпечення стабільності роботи та надійності управління'. Оскільки трансформація додавання зумовлена необхідністю дотримання норм мови перекладу, застосування цієї трансформації потребує належного знання мови перекладу та її норм. Через особливості дії принципу мовленнєвих зусиль в англійській мові та у зв'язку з тим, що складні слова (терміни) можуть утворюватися на основі скорочених розмовних, жаргонних або професійних форм, при їх перекладі доводиться вводити певні додаткові лексичні елементи, що відсутні в структурі таких складних слів (термінів), з метою дотримання норм мови перекладу та забезпечення більшої вмотивованості (зрозумілості) перекладених слів (термінів), наприклад: *racing engine* 'двигун гоночного автомобіля', *rack limiter* 'обмежувач ходу рейки'.

Вилучення. Вилучати можна лише ті елементи смислу, що певним чином дублюються в оригіналі за нормами мови оригіналу або передача яких мовою

перекладу може порушити норми останньої. Для цього застосовується трансформація вилучення – виправдане з точки зору адекватності перекладу, в першу чергу норм мови перекладу, усунення в тексті перекладу тих плеонастичних або тавтологічних лексичних елементів, які за нормами мови перекладу є частинами імпліцитного смислу тексту, наприклад: *The proposal was rejected and repudiated.* – Цю пропозицію було відкинуто (вилучення одного з членів тавтологічної пари).

Характерною рисою розвитку сучасної науки є остаточне набуття англійською мовою статусу мови світової науково-технічної літератури. Унаслідок цього переклад науково-технічної літератури з англійської на українську мову вимагає від перекладача-спеціаліста високого рівня професійної майстерності, обумовленого в тому числі знанням лексичних, граматичних та стилістичних особливостей науково-технічних текстів. Знання лексичних особливостей науково-технічної літератури є необхідною умовою, оскільки при перекладі поруч з інтернаціональними словами, що певною мірою є помічниками перекладача, доволі часто трапляються провокуючі фактори тексту джерела, якими є **«хибні друзі перекладача»**. Тому вивчення їх особливостей у науково-технічному перекладі саме зараз, у період становлення України на міжнародній арені та розширення її науково-технічних зв'язків з іноземними державами, грає важливу роль [20, 61].

У перекладацькій та лексикографічній працях, а також у викладанні іноземних мов особливі труднощі представляють міжмовні відносні синоніми схожого типу, а також міжмовні омоніми та пароніми, або інша назва – **«хибні друзі перекладача»** – пара слів у двох мовах, схожих за написанням та / або вимовою, але різні за значенням. В англійській та українській мовах слова цього роду в переважній більшості випадків є прямими або опосередкованими запозиченнями із загального третього джерела (часто це інтернаціональна або псевдоінтернаціональна лексика або паралельні похідні від таких запозичень) [20, 62].

У великій кількості випадків в даній ролі виступають не одиничні слова, а всі представники відповідних словотворчих гнізд. З семантичної точки зору, слова, що вводять в оману, виявляються ті, що належать до аналогічних або суміжних семантичних сфер або, в усякому разі, можуть опинитися в схожих контекстах; явно випадково співпадаючі лексеми, що по суті не зустрічаються в однакових контекстах (типу англ. *rock* 'скеля' – укр. *рок* 'доля'), не викликають хибних асоціацій. Розбіжності в парах «хибних друзів перекладача» можуть намічатися в понятійному змісті, реаліях, стилістичних характеристиках та лексичній сполучуваності; на практиці всі ці типи розбіжностей нерідко переплітаються [20, 315].

Значне місце серед «хибних друзів перекладача» займають випадки міжмовної **омонімії та паронімії**. При цьому міжмовна **омонімія** завжди оборотна, тобто сприймається як така носіями обох мов. Вона може виникати безпосередньо в ході зіткнення і зіставлення мов (наприклад, англ. *mark* – укр. «марка» або англ. *family* – укр. «прізвище», повністю омонімічні в сучасному вживанні). Міжмовні **пароніми** також можуть бути двосторонніми і оборотними, тобто що вводять в оману носіїв обох мов; це особливо часто має місце у випадках, коли міжмовна паронімія ґрунтується на внутрішньомовній паронімії [12, 152].

І. В. Корунець зазначає, що, стикаючись з «хибними друзями перекладача» в англійській та українській мовах, ми найчастіше маємо справу з багатозначними словами, які є характерною рисою сучасної англійської мови і менш властиві українській мові:

	<i>кондуктор</i> , --	інтернаціоналізм
	<i>провідник</i> (ел.)	
<i>conductor</i>	<i>диригент</i> ,	} псевдоінтернаціоналізми
	<i>керівник</i> ,	

провід, дрiт,

громовiдвiд.

Як видно, з 6 слiв лише одне має спiльну мовну форму й лексичне значення в українській i англійській мовах (*conductor* 'кондуктор'). Усi iншi значення, вираженi англійським *conductor*, мають рiзні мовні форми в українській мовi [27, 151].

Рiзні вчені, що досліджували проблему «хибних друзiв перекладача», пропонують рiзні їх класифікації. Загалом усi «хибні друзi перекладача» умовно можна поділити на наступні групи:

1. **Повні псевдоiнтернаціоналізми** – тип «хибних друзiв перекладача», до якого належать слова мови джерела, подiбні за звуковою, або орфографічною формою до слiв мови перекладу, але цiлком вiдмінні вiд них за лексичним значенням: *data* 'данi' (а не дата), *matrass* 'колба' (а не матрац).

2. **Частковi псевдоiнтернаціоналізми (напiвiнтернаціоналізми)** – слова в мовi джерела i в мовi перекладу, що в одній й тiй самiй формi можуть бути як iнтернаціоналізмами, так i «хибними друзями перекладача»: *operation* 'операція' i 'робота', 'дiя', *technique* 'техніка' i 'метод', 'спосiб'. В данiй групi виділяють такі пiдгрупи:

1. Слово мови джерела спiвпадає iз словом мови перекладу не в усiх значеннях, а лише в одному. Так, наприклад, англ. *instrument* має значно ширше значення нiж укр. *iнструмент* i може позначати *знаряддя, прилад, агрегат* [27, 323];

2. У слова мови перекладу є значення, якого немає у слова мови джерела. Слово *фокус* має в українській мовi 2 значення: 1) *точка, в якiй предмет при розгляданнi його крiзь оптичний прилад має найчiткiший обрис* i 2) *магiя як вид розваг*. Англійську лексему *focis* вживають тiльки на позначення першого поняття, а для другого значення українського слова вживається англ. *Conjure* [27, 325];

3. Слово мови джерела i слово мови перекладу мають iншi значення, крiм

тих, що збігаються: укр. *кореспонденція*, крім спільного з англ. *correspondence* значенням *лист*, має значення “*заметка в газеті про поточні події*”, якого немає в англійського слова. У свою чергу, *correspondence* має своє додаткове значення – *відповідність, відношення, аналогія* [27, 327].

3. **Лексикалізовані форми множини** окремих слів, які мають значення, відмінні від форм однини: *industry* 'промисловість', *industries* 'галузі промисловості', *work* 'робота', *works* 'завод' [27, 328];

4. **Пароніми** – слова, неповністю подібні за формою, але які можуть викликати в більшості чи меншості осіб хибні асоціації та їх ототожнення, незважаючи на розбіжності їх значень: *affect* 'впливати', *effect* 'здійснювати'; *current* 'струм', *currant* 'смородина' [27, 330];

5. «**Хибні друзі перекладача**», що становлять назви одиниць виміру, співзвучні в мовах джерела і перекладу, але різні за позначеною кількістю: *ton(ne)* – *брит.* довга тонна (1016 кг); *ам.* коротка тонна (907,2 кг); метрична тонна (1000 кг) [27, 334].

«Хибні друзі перекладача», на відміну від справжніх інтернаціоналізмів, перекладають не шляхом транскодування (транслітерації чи транскрибування), а шляхом пошуку словникових відповідників. Однозначні «хибні друзі перекладача» мають тільки один перекладний еквівалент (однозначний еквівалент): *billet* 'заготовка', *transformer* 'трансформатор' [15, 107].

Багатозначні «хибні друзі перекладача» мають кілька перекладних еквівалентів, залежно від кількості лексичних значень (лексико-семантичних варіантів). Такі слова перекладають шляхом пошуку в словнику варіантних відповідників. У даному випадку перекладач вирішує завдання вибору одного адекватного в даному контексті варіантного відповідника слова оригінала з кількох, поданих у словнику. Для правильного перекладу необхідно точно визначити лексико-семантичний варіант слова (тобто в якому саме значенні його вжито). Це роблять на підставі інформації про тематику тексту і речення, яке перекладається, характер відповідності змісту речення, в якому вжито дане слово-хибний друг

перекладача, змісту всього тексту та семантичну узгодженість лексичних елементів даного речення.

1.3 Мовні маркери англomовного туристичного дискурсу

Стан мовознавчої науки за останнє сторіччя характеризується бурхливим розвитком і зміною аспектів, що потрапляють у центр лінгвістичних досліджень. На межі XX і XXI століть центральні позиції в мовознавстві займають комунікативна й когнітивна мегапарадигми, що визначають загальне спрямування лінгвістичного знання. У центрі уваги лінгвістів опинилися такі безпосередні об'єкти опису, як «текст», «дискурс».

Поняття дискурсу є одним із основних понять сучасної прагматичної лінгвістики та лінгвістики тексту. Чіткого і загальноприйнятого визначення «дискурсу», який би охоплював всі випадки його вживання, не існує, і не виключено, що саме це сприяло широкій популярності, придбаній цим терміном за останні десятиліття: пов'язані нетривіальними відношеннями різні розуміння вдало задовольняють різні поняттєві потреби, модифікуючи більш традиційні уявлення про мовлення, текст, діалог, стиль і навіть мову.

Для визначення нашого розуміння дискурсу всі існуючі підходи можна звести до таких: 1. Дискурс розуміють як когнітивний процес, пов'язаний із творенням мовленнєвої поведінки [9, 9]. 2. Дискурс розглядається як текст, сконструйований мовцем для слухача [11]. 3. Дискурс визначається як будь-який кінцевий відтинок мовлення, що є певною єдністю з погляду змісту, передається з вторинними комунікативними цілями та має відповідну до цих цілей внутрішню організацію, причому є пов'язаним з іншими культурними факторами, аніж ті, що відносяться власне до мови [61, 144]. 4. Дискурс тлумачиться як такий емпіричний об'єкт, з яким має справу лінгвіст, коли він виявляє сліди суб'єкта акту висловлювання, формальні елементи, що вказують на

привласнення мови мовцем [52, 77].

На мотивованість дискурсу вказує В. А. Митягіна, на думку якої дискурс – це «будь-який текст (або частина тексту), в якому є ознаки одного й того ж конкретного мотиву» [34, 90]. Н. Д. Арутюнова ототожнює дискурс з певним видом тексту. Так, дискурс – це текст, який містить міркування, тобто текст, в якому фіксується певний хід думки, а комунікативний дискурс – це текст, що містить взаємозалежні судження деяких суб'єктів [1]. Англійський дослідник Р. Ходж розглядає текст і дискурс як такі, що доповнюють один одного, акцентуючи при цьому або соціальний, або мовний рівень [70, 215].

Дискурс тлумачиться як складне комунікативне явище, що включає в себе соціальний контекст, інформацію про учасників комунікації, знання процес продукування та сприйняття текстів. Дискурс, за Т. ван Дейком, – це складна комунікативна подія, «суттєва складова соціокультурної взаємодії, характерні риси якої – інтереси, цілі та стилі» [11].

Н. Д. Арутюнова визначає дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, соціокультурними, прагматичними, психологічними чинниками; це – текст в подієвому аспекті; мовлення, що розглядається як цілеспрямоване соціальне явище, дія; дискурс – це мовлення, занурене в життя» [1].

Отже, аналізуючи все вищесказане, можна зробити висновок: хоча теорія дискурсу вже досить тривалий час опрацьовується і досліджується вченими-лінгвістами, загально визнаного підходу та універсального визначення поняття «дискурс» ще досі не існує. Воно (поняття) розглядається з точки зору найрізноманітніших аспектів: і як комунікативний процес, і як текст, і як система, і як комунікативна подія. Але, не дивлячись на те, що всі ці підходи базуються на різноманітних рисах та характеристиках, вони не виключають одне одного.

Туристичний дискурс розуміється як «мова, реалізована в інституційних ситуаціях спілкування в предметній галузі туризму» [40, 104–109]. Автор доводить, що туристичний дискурс є гібридним, тому як поєднує риси рекламного, науково-

популярного та дидактичного дискурсів.

Н.В. Філатова, посилаючись на логічне визначення Т.А. ван Дейка, розглядає туристичний дискурс як «актуально виголошений текст», пов'язаний з комунікацією в сфері туризму [52, 79]. На думку Е. В. Мошняга, туристичний дискурс являє собою вербально опосередковану діяльність в туризмі [52, 72].

Для К. Вестіто туристичний дискурс – це вживання мови в усній формі і на письмі, форми практики (діяльності), в якій створюються і розповсюджуються соціальні та культурні значення місць і народу; мови, що бере участь в просуванні туризму, представлені певними жанрами [82].

Г. Каппелла співвідносить досліджуваний об'єкт з мовою, що використовується в туризмі; туристичний дискурс, на думку автора, демонструє різні рівні спеціалізації, які асоціюються з різними типами текстів, адресованими певній аудиторії [63].

Учасники туристичного дискурсу (працівники сфери туризму і клієнти) знаходяться в різних статусних позиціях, де спілкування – асиметричне. У дискурсі працівників туризму присутні маркери нерівного статусу учасників, наприклад, ввічливі додавання “*Sir*”, “*Madam*”, “*Mr. Smith*” та ін. [44, 66]. Крім того, дискурси, породжувані туристичним персоналом, наприклад, поради, рекомендації, відрізняються некатегоричністю.

Створюючи туристичний дискурс, необхідно враховувати якості національно-культурного дискурсу в цілому, в нашому випадку англомовного, такі як оптимістичний настрій і доброзичливе ставлення до людей, переважання конструкцій з вираженим активним дієчем, евфемізмів; неприпустимість прямого впливу на адресата, повага особистого простору (*privacy*), відсутність у висловлюваннях категоричності [34, 87].

Аналіз лінгвістичних та лінгводидактичних літературних джерел дозволив виділити такі жанри туристичного дискурсу: бесіда офіціанта з відвідувачами; екскурсія; діалог турагента з клієнтом; діалог працівника готелю з клієнтом; діалог персоналу інформаційного центру з туристом [31, 47].

Створюючи жанри туристичного дискурсу, персонал реалізує певні комунікативні наміри (див. табл. 1.1.)

Таблиця 1.1

Жанри туристичного дискурсу

	Бесіда офіціанта з відвідувачами	Діалог турагента з клієнтом	Діалог працівника готелю з клієнтом	Діалог персоналу інформаційного центру з туристом	Екскурсія
Комунікативні наміри	1) пояснення пунктів меню в ресторані, кафе	1) надання достовірної інформації споживачам щодо турпродукту	1) пояснення маршруту до місць, розташованих у місті (поза готелем)	1) повідомлення про визначні пам'ятки, заходи та ін.	1) екскурсійна розповідь
	2) рекомендація щодо вибору страви	2) поради, рекомендації туристам щодо квитків і резервування	2) пояснення, як пройти до кафе, спортзалу та ін. (об'єктів надання послуг в готелі)	2) пояснення маршруту, як дістатися до якого-небудь пункту	2) інструктаж з техніки безпеки. (входить у вступ екскурсії)

Як видно з наведеного вище переліку комунікативних намірів, реалізація жанрів туристичного дискурсу залежить від здатності туристського персоналу працювати з текстами туристичної сфери спілкування, передавати інформацію, що міститься в них. Тому далі розглянемо особливості спеціальних туристичних текстів як інструментів професійної діяльності сфери туризму і артефакту культури.

До туристичних текстів вітчизняні [33; 34; 41; 52] та зарубіжні дослідники [70; 71; 67; 62] відносять такі тексти: рекламні туристичні тексти, брошури, проспекти, листівки, путівники, довідники, каталоги, статті спеціалізованих журналів і туристичних рубрик газет, книги з описом подорожей, веб-сторінки туристичних бюро, звіти, відгуки про поїздки, щоденники подорожей, приватні враження туристів, висловлені на інтернет-форумах, «замовні» враження

відомих особистостей про здійснені подорожі тощо.

Будь-який текст туристичної спрямованості має специфічну формальну, (предметно-понятійну) і логіко-композиційну структуру. Аналіз літератури дозволив виявити специфіку англomовних текстів туристичної сфери спілкування:

1. Лексика в розглянутих текстах складається з трьох прошарків: загальноживані, стилістично нейтральні слова (наприклад, *historical, cultural, architecture, sight, attract*), загальнонаукові слова (наприклад, *phenomenon, relic, circular, erect*), архітектурні, історичні, мистецтвознавчі терміни (*pinnacles, masonry, crenellate*) [33, 185]. У текстах туристичної сфери спілкування містяться концепти, тобто ментальні національно-специфічні утворення, змістом яких є вся сукупність знань про дані об'єкти або явища, а виразом - сукупність мовних засобів [71]. Концепти можуть мати «локально-національні» риси (*Pullman sleeping accommodation*), універсальний характер для всіх культур (*destination, package tour*) [52, с. 81]. У текстах туристичної сфери спілкування переважають слова зі значенням предметності. Їм властива велика продуктивність. До них відносяться іменники власні і загальні, займенники, співвідносні з ними. Без цих слів може бути порушена вся понятійна сторона тексту. Вони вживаються у формі називного відмінка, сприяють логічній організації фраз у тексті і впливають на емотивно-прагматичний аспект змісту висловлювання [41, 76].

2. Позитивна оцінка туристичних об'єктів формується за допомогою кліше (*to be famous for, to be an important part of, to cater for, to be popular with*), відносних прикметників, якісних прикметників у найвищому ступені, модальних дієслів, фразеологізмів; прецедентних імен, стилістичних прийомів: метафори, порівняння-зіставлення, гіперболи; емоційно-експресивного синтаксису: еліптичні конструкції, повтор на рівні синтаксичної організації речення, фігура очікування, антитеза, риторичне запитання.

3. Використання конвенціональних скорочень, одиниць виміру, тимчасових інтервалів, термінів, як наслідок, лаконізму, притаманного публіцистичному стилю і рекламі [33, 186], числівників, топонімів [34, 87]; акронімів і аббревіатур [26, 168].

4. Синтаксична сторона варіюється залежно від типу тексту. Так, у тексті путівника, брошурах присутні паралельні конструкції, синтаксично складні речення, обумовлені науково-популярним і публіцистичним стилями викладу, а в проспектах переважає спрощений синтаксис [25, 38–44]. Більшість текстів туристичної сфери спілкування є креолізованими (полікодовими, семіотично ускладненими), тобто інформація представлена у вербальній та візуальній формах.

Тексти туристичної сфери спілкування виконують інформативну та переконливу функції, одна з яких домінує залежно від типу тексту. Розглянуті тексти вміщують інформацію культурологічного плану, країнознавчі відомості про історію, географію, економіку країни, що дозволяє учням/студентам здобувати відповідні знання. У них відображені цінності культури автора тексту і соціокультурні особливості тієї системи, в якій вони сформувалися, а також загальнолюдські, загальнонаціональні цінності [28, 116]. Разом з тим в даних текстах, що відображають ментальні моделі автора, можуть передаватися стереотипи, почуття зверхності, забобони по відношенню до описуваної країни, дестинації [32, 149].

Логіко-композиційна структура розглянутих текстів варіюється залежно від типу тексту. Так, композиційна структура газетної статті включає: 1) заголовок; 2) вступний абзац; 3) основну частину; 4) заключний абзац [34, 89]. У путівнику виділяють заголовок, який у більшості випадку носить інформаційний характер, підзаголовок, слоган-девіз (у рекламних виданнях), основний текст [34]. У прагматичних текстах, використовуваних у сфері туризму, присутні три комунікативних блоки: заголовок, основний інформаційний блок, заключний блок. Заголовок квитка, розклад руху транспорту, план об'єкта, карти, оголошення, інструкції виконують номінативну та орієнтовну функції. Інформаційний блок реалізує комунікативну функцію [34, 95].

Аналіз окремих типів текстів туристичної сфери спілкування дозволив виокремити три їхні види, представлені різними жанрами [52, 76–82]:

▪ **інформативні тексти:** статті туристичних журналів, газет та веб-сайтів, путівники, які є текстами з частковою креолізацією, мають розгорнуту вербальну

частину і виконують інформаційну функцію;

- **малоформатні тексти:** брошури, інструкції, реклами, оголошення, меню, розклад руху транспорту, квитки, в яких іконічні засоби органічно пов'язані з вербальною частиною і служать опорою для її розуміння. З перерахованих видів реклама і оголошення відносяться до текстів з повною креолізацією [51, 75]. Їх особливістю є обмеженість текстового формату, а, отже, стислість, лаконізм вербального тексту, економія мовних та немовних засобів. Дані тексти виконують інформаційну, інструктивну та регулятивну функції;

- **іконічні знаки** (чисто іконічні тексти): дорожні знаки, географічні карти (фізичні, туристичні), схеми метро, плани вулиць, парку, плани будівлі (поверху готелю, інших туристичних об'єктів), що виконують попереджувальну та регулюючу функції.

Отже, туристичний дискурс є гібридним типом дискурсу, оскільки поєднує риси рекламного, науково-популярного та дидактичного дискурсів. Вербальним виразником юридичного дискурсу є туристична лексика (кліше, прикметники, фразеологізми, прецедентні імена тощо). Текстам досліджуваної галузі притаманні стилістичні прийоми (метафори, порівняння-зіставлення, гіперболи); емоційно-експресивні синтаксичні конструкції тощо. Більшість текстів туристичної сфери спілкування є креолізованими, тобто інформація представлена у вербальній та візуальній формах.

Висновки до 1 розділу

У сучасний період великий інтерес у лінгвістиці викликають проблеми галузевих термінологічних систем, розширення їх меж, збільшення кількості компонентів, які входять до них. Термін є лексичною одиницею мови для спеціальних цілей, що позначає загальне поняття теорії спеціальної галузі знань або діяльності. Існують чотири різних напрями у вивченні терміна. Відповідно до першого, номінативно-семасіологічного напрямку, термін розглядається у межах

загальнолітературної мови як слово, яке має усі властивості слова як лексичної одиниці. Другий підхід – системно-структурний (чи структурно-семантичний), у межах якого термін визначається як слово чи словосполучення, що має спеціальне значення та обов'язково виступає одиницею терміносистем, де вступає в системні зв'язки з іншими лексичними одиницями. Третій, функціональний підхід до визначення терміна, підкреслює, що термін – поняття функціональне, оскільки терміни – це, передусім, слова, але слова в особливій функції. В межах четвертого, когнітивного підходу, термін розглядається як когнітивно-інформаційна структура, в якій акумулюється виражене в конкретній мовній формі професійно-наукове знання, накопичене людством за увесь період його існування.

Що ж стосується перекладу спеціальної галузевої термінології, в тому числі й у галузі туризму, то здійснюється він різними способами, а саме за допомогою таких міжмовних трансформацій: лексичних, лексико-семантичних та лексико-граматичних.

Туристичний дискурс розуміється як мова, реалізована в інституційних ситуаціях спілкування в предметній галузі туризму. Вважається, що туристичний дискурс є гібридним, тому що поєднує риси рекламного, науково-популярного та дидактичного дискурсів. Туристичний дискурс демонструє різні рівні спеціалізації, які асоціюються з різними типами текстів, адресованими певній аудиторії, де учасники такого дискурсу (працівники сфери туризму і клієнти) знаходяться в різних статусних позиціях, а їхнє спілкування є асиметричним.

РОЗДІЛ 2 СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

2.1 Лексико-семантичні та структурні характеристики англomовної термінології туризму

2.1.1 Тематична диференціація англomовної термінології туризму

Системний підхід до аналізу термінолексики зводиться до того, що одним із перших етапів опрацювання термінного складу галузі є з'ясування логіко-поняттєвих відношень між науковими поняттями та виокремлення тематичних груп. Крім ієрархічної впорядкованості, системність на лінгвістичному рівні зумовлюють семантичні та граматичні особливості термінів. Логічно виправданим і більше наближеним до характеру розподілу термінологічної лексики в межах галузі туризму є тематичний розподіл досліджуваної термінології на ґрунті виокремлення базових для виявленої в об'єктивній дійсності сфер діяльності й пов'язаних із ними ядерних термінів. У зв'язку з цим можна дослухатися до думки лінгвістів, які стверджують, що «у кожній термінологічній системі виділяється певна кількість так званих базових термінів, що, будучи ключовими елементами в дефініціях і, відповідно, в породженні значень інших членів терміносистеми, виступають у ролі структурно-функціональних ядер тематичних груп термінів». За логіко-поняттєвими та предметно-семантичними ознаками в англomовній термінології туризму можна виділити 14 тематичних груп термінів, деякі з яких структуровані на підгрупи. Ці підгрупи формують лексико-семантичні угруповання, кожне з яких є назвою відповідної підгрупи.

Тематична група «**Види туризму та подорожей**» є однією з найбільших: Цю тематичну групу складають 2 підгрупи – «**Види туризму**» ((46) *religious tourism*, (28) *cultural tourism*, (47) *ethnic tourism*, (69) *Retro tourism*, (111)

responsible tourism, (124) agrotourism, (127) yachting tourism, (135) farm tourism, (136) health tourism, (20) green tourism, (71) mass tourism, (72) industrial tourism, (73) agricultural tourism, (112) space travel/tourism, (67) New Age tourism, (74) virtual tourism, (75) extreme tourism, (139) ecotourism, (127) marine tourism, (107) nature-based tourism.) та «**Види подорожей**» ((10) *familiarization trip*, (30) *package tour*, (1) *round-the-world cruise*, (138) *world round tour*, (144) *business travel*, (145) *leisure travel*).

Тематична група термінів «**Розміщення туристів**», що називають будь-які об'єкти, в яких туристам епізодично чи регулярно надають місце для ночівлі, представлена такими підгрупами: «**Засоби розміщення**» ((142) *hotel*, (48) *capsule hotel*, (62) *boatel*, (21) *bungalow*, (64) *floatel*, (63) *rotel*, (12) *apart-hotel*, (3) *boarding house*, (49) *apartment hotel*, (59) *hostel*, (58, 76) *boutique hotel*, (128, 142) *motel*, (65) *penthouse*, (57) *ski chalets*, (5) *the pousadas*, (60) *château*, (128) *tourist centers*, (128) *sanatoriums*, (128) *camping-sites*), «**Приміщення**» ((35) *back of house*, (100) *double room*, (100) *king room*, (164, 165) *guest room*, (165) *public room*, (77) *connecting rooms*, (78) *De Luxe room*, (51) *junior suite*, (78) *Terrace/Executive/Regal suite*, (26) *standart twin rooms*, (100) *single room*), «**Типи розміщення**» ((47) *bed and breakfast*, (79) *half pension*, (79) *full pension*, (36) *all-inclusive*, (80) *half board*, (80) *full board*).

У тематичній групі «**Транспорт**» виокремлюємо підгрупи, представлені термінами, що номінують різновиди транспортних засобів, які забезпечують перевезення туристів, класифікацію транспортних шляхів: «**Транспортні засоби**». Відповідно до призначення транспорту ця підгрупа поділяється на мікрогрупи: «**Наземний транспорт**» ((52) *camping trailer*, (81) *funicular*, (45) *double-decker*, (82) *connecting train*, (83) *car ferry*); «**Водний транспорт**» ((84) *boat*, (85) *glass-bottomed boat*, (86) *hydroplane*, (87) *cruise liner*, (86) *ship*, (88) *canal boat*, (85) *ferry*, (89) *rowing boat*, (89) *motorboats*, (89) *piloted boat*, (84, 90) *catamaran*, (2) *sailing ship*); «**Повітряний транспорт**» ((44) *charter plane*, (91) *jumbo jet*, (25) *terminal*, (167) *charter flight*, (44, 168) *scheduled flight*, (171)

unscheduled flight, (174) green channel, (175) red channel); «**Види доріг**» ((92) *autobahn, (93) freeway, (61) beltway*) та «**Класи транспортного сервісу**» ((156) *business class, (53) cabin class, (43, 156) economy class, (156) premium economy class*).

До структури тематичної групи «**Відпочинок та розваги**» належать підгрупи, номіновані термінами, що позначають систему розваг і заходів, орієнтованих на туристів: «**Види спорту**» ((94) *hot-air ballooning, (139) bathing, (14) caravanning, (139) scuba diving, (96, 139) whale-watching, (96) island-hopping, (123) snorkeling, (123) scuba diving, (42) deep sea fishing, (85) dolphin watching, (84) table tennis, (84) beach rugby, (84) water rides, (94) hand-gliding, (94) paragliding, (123) boat excursions*) та «**Туристичні об'єкти**» ((54) *thermal springs, (90) the Great Barrier Reef, (41) coral reefs, (96) national parks, (96) rainforests*).

Тематична група «**Устаткування**» представлена такими термінами: (101) *twin beds, (34) double beds, (101) kingsize/ (50) queensize bed, (55) rollaway bed*.

Тематичну групу «**Інвентар туриста**» репрезентують такі терміни: (175) *hand luggage, (148) checked baggage, (149) unchecked baggage, (7) life jacket, (172) accompanied baggage, (173) unaccompanied baggage, (99) port-to-port carriage*.

Тематична група «**Харчування**» репрезентована підгрупами «**Заклади харчування**» ((24) *cafeteria, (185) cocktail lounge*) і «**Типи ресторанного сервісу**» ((118) *appetizer, (31) Continental buffet breakfast, (11) buffet restaurants, (180) Finger buffet, (184) Fork Buffet*).

Тематична група «**Учасники туристичної індустрії**» структурована підгрупами, що репрезентовані термінами, які називають відпочивальників і подорожуючих, а також обслуговуючий персонал: «**Обслуговуючий персонал**» ((116) *tourism officials, (174) customs officials, (56) tour operator, (29) free tour conductor, (141) accommodation provider, (105) bartender, (143) host, (140, 149) carrier*); «**Туристи**» ((140) *passenger, (169) migrants, (120) migrant workers (137) day tripper, (146) domestic tourist, (147) international tourist, (116) traveller, (63) walk-in customer*).

Процеси, які відбуваються в індустрії туризму, можна поділити на такі, що супроводжують **бронювання** ((103) *to book*, (39) *advance reservation*, (140) *booking request*), супроводжують **розміщення туристів** ((33, 121) *check-in*, (38) *check-out*, (113) *early-bird registration*), пов'язані з використанням **транспортних засобів** ((40) *customs clearance*).

Тематична група «**Послуги**» номінована такими термінами: (140) *booking*, (22) *housekeeping*, (15) *add-on*, (27) *business services*, (9) *wet lease arrangements*, (120, 132) *transit*, (119) *valet parking*.

Корпус найменувань тематичної групи «**Тарифи та оплата**» позначає систему ставок платежів за туристичні послуги ((19) *business fare*, (32) *day return*, (113) *registration fee*, (141) *corkage charge*)

Тематична група «**Документи**» представлена термінами, що позначають документи, необхідні для обслуговування туристів ((13) *customs declaration*, (162) *long stay visa*, (121) *boarding pass*, (37) *personal cheques*, (37) *traveller's cheque*, (177) *entry visa*, (178) *exit visa*, (163) *short stay visa*, (163) *Multiple-Journey visa*, (109) *through ticket*, (140) *open-date ticket*, (191) *arrival card*, (191) *departure card*).

Відповідно до типу організацій, які здійснюють реалізацію туристичного продукту чи туристичних послуг, виокремлено тематично групу «**Організації**» ((171) *The Air Terminal Unit*, (66) *commercial agency*, (172) *transportation companies*).

Тематична група «**Класифікація туризму за сезонністю**» охоплює терміни, що позначають частотність відвідування туристичної місцевості у певний час року ((8) *busy season*, (110) *dead season*, (108) *high season*, (106) *peak season*, (107) *low season*, (115) *blackout period*, (16) *slack season*).

Тематична структурація англomовної термінології туризму зумовлена специфікою репрезентованої галузі, тими категоріями, які в ній концептуалізовані. Відповідно до них номінативний простір сучасної термінології туризму було поділено на **чотирнадцять** тематичних груп: «**Види туризму та подорожей**», «**Розміщення туристів**», «**Транспорт**», «**Відпочинок**

та розваги», «Устаткування», «Інвентар туриста», «Харчування», «Учасники туристичної індустрії», «Процеси в індустрії туризму», «Послуги», «Тарифи та оплата», «Документи», «Організації», «Класифікація туризму за сезонністю». Проаналізовані тематичні групи різняться своїм складом і кількістю мікросистем, що входять до складу тематичних груп.

Ядерну частину номінативного простору галузі туризму становить тематична група «Розміщення туристів», яка охоплює 19,7% усіх термінів туристичної галузі. Друге за кількісним складом місце посідає тематична група «Транспорт», яку репрезентують 32 одиниць, що становить 16,6% від усього аналізованого корпусу номінацій. Тематична група «Види туризму та подорожей» репрезентована більш ніж 24 назвами (13,5%). Тематичні групи «Відпочинок та розваги» також охоплює понад 20 найменувань (10,9%). Меншими за кількістю термінів є групи «Учасники туристичної індустрії» (16 од. 8,3%); «Документи» (13 од. 6,7%); «Процеси в індустрії туризму» (7 од., 3,6%); «Інвентар туриста» (7 од. 3,6 %); «Послуги» (7 од. 3,6 %); «Класифікація туризму за сезонністю» (7 од., 3,6%); «Харчування» (7 од. 3,6 %); «Устаткування» (5 од. 2,6 %); «Тарифи та оплата» (4 од. 2,1 %). Склад найменшої за кількістю термінів тематичної групи «Організації» обмежений у нашій вибірці 3 найменуваннями (1,6% від усієї кількості).

2.1.2 Метафоризація як спосіб утворення термінів туристичної галузі

У термінології туризму функціонують спеціальні лексеми, утворені внаслідок метафоризації на основі предметних перенесень, адже у процесі пізнання навколишнього світу людина вчиться не лише розрізняти предмети, але й зіставляє їх один з одним, робить узагальнення, виражає результати своєї діяльності за допомогою нових слів. Тому предметний світ є надзвичайно

близьким до людини. Процес створення нових термінів за допомогою метафоризації є яскравим підтвердженням такого взаємозв'язку, бо номінативна одиниця набуває нового, образного, значення, яке співіснує з вихідним, прямим.

Метафора як тип переносного вживання слова ґрунтується на виділенні в певному новому предметі, явищі схожих чи однакових ознак з ознаками вже існуючих, названих об'єктів, тобто на порівнянні й ототожненні за спільними рисами певних предметів, явищ.

Сутність гетерогенної природи метафоричних перенесень полягає в особливостях метафоротворчих процесів, пов'язаних із механізмом взаємодії двох різнорідних галузей: 1) звідки черпається найменування; 2) куди воно спрямовується. Людина як творець метафори, обираючи аналогії для нових найменувань, використовує найбільш вивчені світи: свій власний, тваринний, рослинний, предметний та ін.

Метафори в туристичній термінології мають власну специфіку: більшість метафор вважаються «стертими», загальноприйнятими, зафіксованими в словниках. Вже не відчувається їхньої фігуративної природи, вони апелюють до знайомих образів і тому не ускладнюють розуміння. Наприклад, пересування окремих туристів або ж туристичних груп традиційно представляють як потік – *tourist flow*, а шлях пасажирського транспортного засобу з одного пункту до іншого як лінію – *transport line*.

Виявлені терміни-метафори, використовувані в галузі туризму можуть поділятися на однослівні ((116) *traveller*, (95) *kick-back*) та багатослівні – дво- та трикомпонентні ((96) *island hopping*, (97) *accommodation ladder*). Переважна більшість метафор є двокомпонентними словосполученнями, в яких один з компонентів витупає метафоричною номінацією.

Верства загальноновживаної лексики, одиниці якої внаслідок метафоризації отримали спеціальні значення в англомовній туристичній термінології, представлена різноманітними назвами, що дає можливість виокремити такі тематичні групи (див. табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Джерела метафоризації в англомовній термінології туризму

№	Метафоричне джерело	Кількість метафоричних термінів	Відсоткове співвідношення метафоричних термінів
1	2	3	4
1	Людина:	17	40,5%
	Соматизми	7	16,7%
	Побут людини	6	14,3%
	Соціальне життя людини	4	9,5%
2	Фауна	1	2,4%
3	Природа	5	11,9%
4	Простір-час	10	23,7%
5	Кольори	2	4,8%
6	Оцінні характеристики туризму	7	16,7%
7	Всього:	42	100%

Як показав аналіз матеріалу, характерною особливістю туристської термінології є широкий антропоморфний фонд термінів-метафор, який переважає над усіма іншими групами. Явище, коли сама людина, її побут, життя та інше стають основою при створенні нового терміна, досить частотне в різних терміносистемах. Дослідники позначили його як «процес олюднення в позначенні спеціальних понять». У терміносистемі сфери туризму виокремлено **антропоцентричні метафори**, які представлені такими групами:

- **соматизми:** (179) *heads in beds*, (98) *back-to-back*, (180) *finger buffet*, (181) *empty leg flight*, (182) *shoulder season*, (189) *open-jaw ticket*, (99) *sea-leg*;

- **соціальне життя людини, його статус:** (100) *king room*, (101) *king (size) bed*, (26) *twin room*, (50) *queen (size) bed*;

- **побут людини:** (183) *bucket shop*, (141) *cork charge*, (184) *fork buffet*, (17, 102) *hotel chain*, (185) *cocktail lounge*, (186) *silver service*.

Таким чином, в туристичній термінології переважають терміни-метафори, основою метафоричного перенесення яких є людина як біологічна і соціальна істота. Це пояснюється тим, що фахівець запозичує із загальної картини в мовну картину світу спеціальності слова загальнолітературної мови, використовуючи їх для позначення якостей, процесів, властивих людині, що виражається в різних за формою та підставами перенесення термінах-метафорах. Підсумовуючи сказане, зазначимо, що термінологічна картина світу не існує ізольовано, вона тісно пов'язана з повсякденною картиною світу.

Друге і третє за продуктивністю місце займають метафори групи «**простір і час**» ((96) *island hopping*, (103) *last minute*, (104) *happy hour*, (105) *long drink*, (105) *short drink*, (63) *walk-in customer*, (106) *peak season*, (107) *low season*, (108) *high season*, (109) *through ticket*) та групи «**оцінні характеристики туризму**» ((8) *busy season*, (16) *slack season*, (110) *dead season*, (111) *responsible tourism*, (74) *virtual tourism*, (75) *extreme tourism*, (112) *space travel*)

Менш продуктивними в розглянутих терміносистемах є переноси, в основі яких лежать **назви фауни** ((113) *early-bird registrartion*), **явища природи** ((187) *snowtrain*, (187) *ski train*, (188) *sky bed*, (114) *sun lounge*, (114) *sun terrace*) та **кольори** ((20) *green tourism*, (115) *blackout period*).

Домінування джерел метафоризації, пов'язаних з людиною, пояснюється антропоцентризмом метафоричних систем. Все, що пов'язано з людиною, що є доступним і зрозумілим для неї, легко запам'ятовується і вибудовує у свідомості ті зв'язки, які в подальшому лягають в основу номінації нових об'єктів. Дослідження переконує в тому, що становлення й розвиток лексики галузі туризму не може обійтися без метафори, бо цей троп має потужний гносеологічний та онтологічний потенціал.

2.1.3 Синонімія та варіативність в англомовній термінології туризму

Будь-якій термінології, як і мові в цілому, притаманна синонімія лексичних одиниць. Поняття синонімії передбачає збіг за основним значенням слів, морфем, конструкцій та фразеологічних одиниць, але при цьому наголошується, що синоніми:

- висловлюють одне поняття;
- відрізняються відтінками значень чи стилістичним забарвленням;
- здатні замінити один одного в контексті.

В термінології синоніми співвідносяться з одним і тим самим поняттям та об'єктом, не характеризуючи різні його властивості.

Вивчаючи туристичну термінологію англійської мови, можна виділити такі види синонімів (див. Табл. 2.2):

Таблиця 2.2

Види синонімів в англійській туристичній терміносистемі

№	Вид синонімів:	Кількість термінів-синонімів англійської мови	Відсоткове співвідношення термінів-синонімів англійської мови
1	2	3	4
1	Графічні терміни	12	17,1%
2	Фонетичні варіанти	10	14,3%
3	Фонетико-графічні варіанти	8	11,4%
4	Словотвірні варіанти	6	8,6%
5	Синтаксичні варіанти	10	14,3%
6	Морфолого-синтаксичні варіанти:	24	34,3%

	Еліптичні	12	17,1%
	Композитні	6	8,6%
	Телескопізми	6	8,6%
7	Всього:	70	100%

Дослідивши явище синонімії серед терміносистеми туристичної галузі та спираючись на дані таблиці, було детально розглянуто такі види синонімів:

1. Графічні — терміни, що відрізняються лише написанням. Англійські синонімічні туристичні терміни представлені у кількості 12 одиниць, що складає 17,1% від кількості усіх варіантів. Наприклад: (116) *traveler* – *traveller*, (117) *pressurized* – *pressurised*, (10) *familiarization trip* – *familiarisation trip*, (37) *traveler's cheque* – *traveller's cheque*, (118) *appetizer* – *appetiser*, (128) *camping-site* – *campingsite*.

2. Фонетичні варіанти — це варіанти, що відрізняються лише вимовою. Досліджувані терміни представлені у кількості 10 одиниць, що складає 14,3% від кількості усіх варіантів: (44, 168) *scheduled flight* /'sedju:ld/ – /'skedju:ld /, (119) *valet parking* /'vælit/ – /'vælei/, (120, 132) *transit* /'trænzɪt/ – /'trænsɪt/ , (121) *boarding pass* /pa:s/ – /pæs/, (122) *hydrotherapy* /,haɪdrəʊ'therəpi/ – /,haɪdrə'therəpi/.

3. Фонетико-графічні варіанти — варіанти, що відрізняються лише вимовою та варіантним написанням однакових лексем. В англійській термінології туризму було виявлено 8 подібних варіантів (11,4%): (123) *snorkeling* /'snɔ:kliŋ/ – *snorkelling* /'snɔ:kəliŋ/ , (124) *agrotourism* /,ægrəʊ'tʊərɪzəm/ – *agritourism* /,ægrɪ'tʊərɪzəm/ , (125) *barber's shop* /'ba:.bɔz/ – *barber shop* /'ba:.bə/ , (126) *draught* /dra:ft/ – *draft* /dræft/.

4. Словотвірні варіанти – варіанти, що відрізняються дериваційними афіксами чи порядком слідування варіантів. В досліджуваному корпусі термінів цей тип варіантності представлений значно меншою кількістю синонімів – всього 6 термінів (8,6%): (127) *yachting tourism* – *yacht tourism*, (128) *camping-site* –

campsite, (129) turning down – turndown.

5. Синтаксичні варіанти – варіанти-словосполучення, що відрізняються синтаксичним способом формування (порядком слів і відношеннями між ними). Подібні синоніми представлені у кількості 10 одиниць в англійській мові (14,3%): *(130) date of departure – departure date, (131) date of arrival – arrival date, (120, 132) country of origin – origin country, (134) tourism demand – demand for tourism, (133) tourism infrastructure – infrastructure of tourism.*

6. Морфолого-синтаксичні варіанти – варіанти, де один з них представляє собою термін-словосполучення чи складний термін, а інший — це його короткий варіант, отриманий внаслідок синтаксичних чи морфологічних перетворень (змін). Виокремлюють такі різновиди морфолого-синтаксичних варіантів:

- еліптичні, створені внаслідок пропуску одного з елементів багатоконпонентного терміна без зміни його значення. В англійській мові помічено 12 таких термінів (17,1%): *(135) farm stay tourism – farm tourism, (136) healthcare tourism – health tourism, (137) day tripper – tripper, (138) world round tour – world tour, (123, 139) scuba diving – diving, (140) open-date ticket – open ticket;*

- комполитні – утворені складанням слів чи основ багатоконпонентного терміну. В англійській терміносистемі туризму всього зафіксовано лише 6 композитних варіантів (8,6%): *(73) agricultural tourism – agritourism, (10) familiarization trip – fam trip, (49) apartment hotel – (12) apart-hotel;*

- телескопізми – утворені складанням частин слів багатоконпонентного терміна чи літер (акронімні варіанти). Терміни даного типу досить широкоживані в англійській мовній системі, але мною наводяться приклади лише 6 одиниць (8,6%). Наприклад: *(64) floatel – floating hotel, (141) corkage – cork charge, (142) motel – motor hotel.*

Таким чином, морфолого-синтаксичні варіанти туристичних термінів в англійській мові складають найчисленнішу групу і налічують 34,3 %, що можна

пояснити прагненням англійської терміносистеми до семантичної ємності терміна та економії мовних засобів.

2.1.4 Полісемія в англомовній термінології туризму

Під полісемією (багатозначністю) прийнято розуміти наявність у одного і того ж слова кілька пов'язаних між собою значень, що, зазвичай, виникають в результаті видозміни і розвитку первісного значення цього слова.

Виявлені полісемічні терміни виникли в результаті термінологізації багатозначних слів і подальшого їх уточнення в англомовній термінології туризму. Яскравим випадком розширення значення слугує англомовний термін *host* (143, 169). Його початкове значення «людина, яка приймає гостей у себе вдома» (“*a person who has invited the guests*” [91]). У термінологію туризму це слово увійшло зі значенням власника готелю чи ресторану (“*a landlord of a hotel or inn, also sometimes of a restaurant*” [91]). Надалі, із розвитком сфери туристичних послуг ця номінація почала позначати ще й представника приймаючої сторони, який надає подорожуючим певні туристичні послуги (“*a representative of the group (organizer) that may arrange optional excursions and answer questions but does not have escort authority; a representative who provides only information or greeting services or who assists at the destination with ground arrangements without actually accompanying the tour*” [91]).

Ще одним прикладом є термін (33, 121) “*check-in*”, що в мікрополі «індустрія гостинності» має значення реєстрації відвідувачів після прибуття готель чи інше помешкання (“*procedure for registration of guests on arrival in hotels and other accommodation establishments, commonly by signing a register*” [91]). В мікрополі «перевезення» цей термін набуває нового значення “*procedure for passengers completing airline formalities before flight departure, also sometimes applicable in other forms of transport*” [91].

Процес розвитку значень нескінченний і визначається насамперед розвитком наукових поглядів. Результатом цього процесу є нові терміни, які створюються шляхом перенесення значення, адже мова – це не тільки засіб для передачі і збереження інформації, але й інструмент, за допомогою якого виникають нові поняття.

2.1.5 Антонімія в англомовній термінології туризму

Наявність антонімічних зв'язків, які базуються на протилежності понять, виражених словами, є вагомим проявом системності термінологічної лексики. Антоніми використовуються для позначення крайніх точок термінологічного поля. Результати проведеного нами дослідження дозволяють зробити висновок про те, що явище антонімії є характерним для англійської субмови туризму, де антоніми утворюють елементарні мікрополя і є необхідним засобом вираження реально існуючих протилежних відношень між поняттями досліджуваної нами галузі.

За формальною структурою англійські терміни-антоніми фахової мови туризму поділяються на наступні основні різновиди: **лексичні (або різнокореневі)** та **словотвірні (або спільнокореневі, граматичні, афіксальні)** антоніми. У **лексичних антонімах** значення протилежності реалізується шляхом семантичного протиставлення корневих морфем. Цей тип антонімії представлений такими прикладами: (144) *business travel* – (145) *leisure travel*, (146) *domestic tourist* – (147) *international tourist*.

Словотвірні антоніми – це терміни, які виражають значення протилежності за допомогою афіксальних морфем. В досліджуваній терміносистемі вони представлені здебільшого прикметниками, наприклад: (148) *checked baggage* – (149) *unchecked baggage*, (150) *direct spending* – (151) *indirect spending*.

Дослідження свідчить, що в англомовній терміносистемі туризму

переважають лексичні антоніми. Словотвірні представлені меншою кількістю пар. Переважно це терміни, які антонімізувалися за допомогою префіксів протилежного чи заперечного значення (*un-, in-, non-*): (172) *accompanied baggage* – (173) *unaccompanied baggage*, (150) *direct spending* – (151) *indirect spending*, (152) *price competition* – (153) *non-price competition*. В англійській термінології туризму протиставлення термінів може також здійснюватися з допомогою використання парних полярних префіксів, таких, наприклад, як *en-/de-* ((190) *enplane* – (190) *deplane*), *im-/ex-* ((154) *immigration* – (154) *emigration*), *in-/out-* ((155) *inbound* – (155) *outbound*), *down-/up-* ((156) *downgrade* – (157) *upgrade*), *on-/off-* ((158) *online connection* – (158) *offline connection*).

За структурою у термінолексичній фаховій мові туризму можна виділити терміни-антоніми **однослови**: (190) *enplane* – (190) *deplane*, (158) *off-line* – (158) *on-line*, (159) *latitude* – (159) *longitude*. Незначну групу антонімів складають **композиції**, в яких антонімічність одного з компонентів складного слова спричинює антонімію всього терміна: (160) *long-haul* – (161) *short-haul*, (162) *long-stay* – (163) *short-stay*. Проте найчисленнішу групу виявлених нами антонімічних пар у складі англійської підмови туризму становлять **словосполучення**, більшість з яких є аналітичними, найчастіше атрибутивними конструкціями з двох або більше компонентів, що передають видові поняття і складаються з терміна – виразника родового поняття й антонімічних атрибутів, наприклад: (164, 165) *guest rooms* – (165) *public rooms*, (166) *tourist generating country* – (166) *tourist receiving country*; (146) *domestic tourist* – (147) *international tourist*. Номінації родових антонімічних термінів-словосполучень виражають єдність протилежних понять, атрибути – протилежні їхні ознаки, тобто значення атрибутів протиставляються за одним із семантичних компонентів.

За семантичним критерієм, тобто залежно від типу протилежності, антоніми англійської термінологічної підсистеми туризму поділяються на такі різновиди: **контрарні**, **контрадикторні**, **комплементарні** та **векторні**.

Контрарні (градуальні) терміни-антоніми позначають два діаметрально

протилежні видові поняття певного родового поняття, яке характеризується властивістю ступеневого зростання або спаду і між крайніми виявами якого можливі проміжні ланки. Як виявилось, такі антонімічні одиниці не є типовими для досліджуваної терміносистеми, і тому мною не було зафіксовано термінів-антонімів даного виду.

Контрадикторні антоніми утворюють пари, члени яких позначають полярно-протилежні поняття та взаємовиключають один одного. Один з антонімів цієї пари заперечує відмінну сему в семантичній структурі другого антоніма, виключає, але не заміняє її ніякою іншою семою. Одиниці такої опозиції в основному представлені парами спільнокореневих термінів, один з яких утворений за допомогою заперечного словотвірного префікса, який має значення відсутності якої-небудь ознаки, наприклад: (152) *price competition* – (153) *non-price competition*; (168) *scheduled* – (171) *unscheduled*; (172) *accompanied baggage* – (173) *unaccompanied baggage*. Контрадикторні терміни можуть бути також виражені різнокореневими словами з протилежним, полярним значенням, наприклад: (174) *green channel* – (175) *red channel*; (164, 165) *guest rooms* – (165) *public rooms*.

Досить широко у терміносистемі туризму представлені **комплементарні терміни-антоніми**, які виражають не взаємозаперечення, а взаємне передбачення, додатковість (комплементарність). Вони відрізняються тим, що кожен член комплементарної опозиції характеризується позитивним змістом, не містить в собі негативних ознак. Такі одиниці співвідносяться на основі контрасту виражених ними ознак, не виключаючи один одного в межах понятійної пари. Вони доповнюють один одного до вираження меж прояву тієї чи іншої ознаки.

Комплементарність представлена в основному в термінологічних словосполученнях, побудованих на відношеннях роду і виду. Обсяги видових понять комплементарної антонімічної пари становлять увесь обсяг родового поняття, а один з антонімів не тільки заперечує відмінну сему у плані змісту

другого антоніма, але й заміняє її іншою, наприклад: (167) *charter flight* – (168) *scheduled flight*; (146) *domestic tourist* – (147) *international tourist*; (169) *push factors* – (170) *pull factors*.

Векторні антоніми – це антоніми із значенням протилежності різноспрямованих дій, рухів, ознак, властивостей. Вони мають усі семантичні характеристики комплементарних антонімів, які доповнюються лише наявністю спрямування, тому їх з повним правом можна вважати різновидом останніх, наприклад: (177) *entry visa* – (178) *exit visa*; (191) *arrival card* – (191) *departure card*.

Серед векторних антонімів окремо виділяють **антоніми-конверсиви**. Вони відрізняються від усіх вище розглянутих типів тим, що характеризують не різні денотати, а один і той самий денотат або відображають погляд на одну і ту ж подію, ситуацію, але з різних точок зору(сторін), позицій. У випадку антонімів-конверсивів мається на увазі такий тип семантичного протиставлення, при якому різні поняття контрастують в логічному відношенні, будучи зворотними за своїм характером і спрямованістю призначення позначеннями одного і того ж явища, дії. Члени конверсивної опозиції виражають зворотні, парні дії, неможливі окремо. У ході аналізу нами було виявлено лише одну пару антонімів-конверсивів: (166) *tourist generating country* – (166) *tourist receiving country*.

Отже, результати дослідження антонімічних відношень в англійській терміносистемі туризму свідчать, що явище антонімії характерне не лише для загальноживаних лексичних одиниць, але й для термінологій, зокрема для досліджуваної. У терміносистемі галузі туризму антоніми представлені такими типами: контрадикторні, комплементарні, векторні. За словотвірною структурою антоніми цієї терміносфери представлені кореневими, похідними, складними словами, а також одно-, дво- і трикомпонентними словосполученнями.

2.1.6 Структурна класифікація англомовних термінів туризму

Термінознавство завжди було і залишається актуальним і перспективним напрямом дослідження в лінгвістичній науці. Вивчення лексики індустрії туризму в англійському мовознавстві становить інтерес як для лінгвістів, так і для фахівців галузі туризму, оскільки ця галузь дуже активно розвивається і перетворюється на досить розгалужену і перспективну галузь. Туристична галузь характеризується значною кількістю різних видів діяльності, що у комплексі формують індустрію туризму. Що ж стосується утворення туристичних термінів в англійській мові, то воно може відбуватися декількома основними способами:

1. Вторинна номінація – використання наявного в мові слова для називання наукового поняття: *tour, cruise*.

2. Словотвірний – утворення термінів за допомогою префіксів, суфіксів, складанням слів і основ, скороченням слів: *bartender, tourist, departure, immigration, add-on*.

3. Синтаксичний – використання словосполучень для називання наукових понять: *accommodation ladder, international tourist*.

4. Запозичення – називання наукового поняття іншомовним словом: *івент-менеджмент, кафетерій, караванінг, пентхаус, ротель*.

Дослідивши певну кількість термінів туристичної галузі, вдалося визначити, що в досліджуваних термінологічних групах переважають іменники, однак також були виявлені дієслова та прикметники, що можна спостерігати у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Класифікація англомовних туристичних термінів за частиномовним статусом

	Кількість терміноодиниць	%
Іменники	193	91,5%
Дієслова	6	2,8%

Прикметники	12	5,7%
Всього	211	100%

Аналізуючи формальну сторону терміна, всі термінологічні одиниці можна поділити на дві великі категорії – терміни-слова (однокомпонентні) та терміни-словосполучення (багатокомпонентні). Розподіл термінологічних одиниць сфери туризму на основі компонентного складу представлено в таблиці 2.4:

Таблиця 2.4

Термінологічні моделі за компонентним складом

	Кількість термінів	% від загальної кількості
Однокомпонентні	69	32,7%
Двокомпонентні	126	59,7%
Трикомпонентні	16	7,6%
Всього	211	100%

Однокомпонентні терміни служать для позначення понять, які є базовими, основними для даної галузі знання, і в середньому вони використовуються частіше, ніж багатокомпонентні терміни.

Дослідження **однокомпонентних** термінів англійської терміносистеми туризму показало, що серед термінів цієї системи найбільшу частку складають іменники: *motel, hotel, bungalow, floatel, penthouse, hostel, terminal, ship, motorboats*. Слід також відмітити, що більшість однокомпонентних термінів, переважно іменників, що становлять відповідно **91,5% від загального числа всіх частин мови**, утворені афіксальним способом. **Іменники, що функціонують в системі сфери туризму, за семантичною ознакою можуть бути розподілені на три семантичні класи, що позначають:**

- 1) процес;
- 2) діяча;
- 3) туристичні предмети, об'єкти, явища.

Для утворення туристських термінів - іменників, що позначають процес, в англійській мові найбільшою продуктивністю користуються словотвірні моделі з суфіксом *-ing*: *camping, snorkeling, caravanning, bathing, paragliding, booking, housekeeping*. З меншою продуктивністю в утворенні іменників даного класу беруть участь такі суфікси, як: *-tion* (*accommodation, reservation, registration, declaration*), *-al* (*arrival*), *-ure* (*departure*), *-age* (*corkage, carriage, baggage, luggage*). Терміни, що позначають діячів туристичної сфери утворюються за допомогою суфіксів *-er, or, ist*: *operator, conductor, provider, bartender, tourist, passenger, carrier*. Що ж стосується префіксації, цей спосіб творення не є особливо продуктивним, тим не менш, налічується 11 термінів туризму в англійській мові, утворених саме завдяки йому: наприклад: *outbound, emigration, online, offline, inbound, immigration*.

Окрім афіксального способу творення термінів, слід зазначити й **словоскладання**: 26 англійських термінів утворені таким способом. Для англійського словоскладання в туристській термінології характерні такі моделі: N + N (*motorboat, freeway, beltway*); V + prep (*check-in, check-out*); Adj + N (*ecotourism, agrotourism*)

Способи термінотворення представлено в табл. 2.5:

Таблиця 2.5

Способи творення однокомпонентних термінів туризму

Способи термінотворення		Кількість лекс. одиниць	% кількість однокомпонентних термінів
Афіксація	Суфіксація	32	46,3%
	Префіксація	11	16%
Словоскладання		26	37,7%

Багатокомпонентні терміни-словосполучення міжнародного туризму мають різну структуру і складають значну частину даної термінології, а

найпоширенішими з них є дво- та трикомпонентні терміноодиниці.

Таблиця 2.6

**Способи творення багатоконпонентних термінів сфери туризму в
англійській мові**

Термінологічне словосполучення	Модель	Всього одиниць	Всього %	Ілюстрації
Двокомпонентні	N + N	48	38,1%	<i>business travel, leisure travel, boutique hotel, tourist centers, king room, car ferry, dolphin watching</i>
	Adj + N	65	51,6%	<i>religious tourism, responsible tourism, nature-based tourism, familiarization trip, green tourism</i>
	N + prep/conj + N	13	10,3%	<i>bed and breakfast, date of departure, demand for tourism, infrastructure of tourism, country of origin</i>
Всього:		126	100%	
Трикомпонентні	Adj + N + N	11	68,8%	<i>Great Barrier Reef, Continental buffet breakfast, Multiple Journey visa, Air Terminal Unit, empty leg flight</i>
	N + Adj + N	5	31,2%	<i>bed and breakfast, date of departure, demand for tourism, infrastructure of tourism, country of origin</i>
	Всього:	16	100%	

Підсумовуючи все вище згадане, можна сказати, що найуживанішою частиною мови серед туристичних термінів є іменник, а найпродуктивнішою структурною моделлю є двокомпонентна, яка налічує 59,7% від усієї кількості термінів.

2.2 Застосування перекладацьких трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою

Наука про переклад і теорія перекладу або перекладознавство – одна з молодих наук. У світі постійно зростає потреба спілкування в таких сферах діяльності як наука, культура, публіцистика. В більшості випадків таке взаємне спілкування можливе завдяки перекладу. На сьогодні існує безліч класифікацій перекладацьких трансформацій, запропонованих різними авторами. Проте більшість лінгвістів погоджуються, що всі перекладацькі трансформації поділяються на лексичні, граматичні та змішані, або комплексні.

Матеріалом для перекладу слугували 211 англомовних туристичних термінів з інтернет-джерел.

2.2.1 Лексичні трансформації при відтворенні англомовних термінів туризму.

Під час застосування лексичних трансформацій перекладач шукає не іншомовне позначення слова, а його нову номінацію вихідною мовою, для того щоб перейти до мови перекладу на формально-знаковому рівні. Як зазначається дослідниками, основними лексичними трансформаціями є транскодування (транслітерація, транскрипція, змішане транскодування, адаптивне транскодування), калькування, переклад за допомогою лексичного еквівалента. В. І. Карабан [20, 56] визначає транскодування як спосіб перекладу, під час якого звукова та/або графічна форма слова вихідної мови повністю або частково передається засобами абетки мови перекладу. При цьому виділяються чотири види транскодування: транслітерування, транскрибування, змішане транскодування і адаптивне транскодування.

Транслітерація (від лат. *trans* – крізь, через та *litera* – літера) – механічна передача тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою,

засобами іншої графічної системи при другорядній ролі звукової точності, тобто передача однієї писемності літерами іншої. Транслітерація частіше за все вживається для відтворення термінів, специфічних для конкретної галузі техніки. Засобом транслітерації з англійської мови в українську запозичені такі туристичні терміни: *botel* 'ботель', *rotel* 'ротель', *motel* 'мотель', *flotel* 'флотель'. Тенденція в словотворенні до компактності зумовила появу телескопічних термінів на позначення засобів розміщення, які складаються з початкової частини першого і кінцевої частини другого слова: ботель (з англ. *boat* – човен, судно, *hotel* – готель), мотель (з англ. *motor* – двигун, *hotel* – готель), ротель (з нім. *rollende* – прокатка, *hotel* – готель) і т.п. Приклади транслітерації можна спостерігати в таких реченнях:

- *apart-hotel* 'апарт-готель': (12) *The location of the Apart-hotel "AQUArelle" is a significant advantage. (AH)* – Розташування апарт-готелю (готелю категорії 3 зірок) «Акварель» є значною перевагою туру;

- *rotel* 'ротель': (6) *While the rotel rooms are only 3ft high, they are wide enough to deliver passengers a comfortable night's sleep. (LBH)* – Хоча й кімнати у ротелі заввишки всього 0, 91 м, проте вони достатньо широкі, аби забезпечити пасажиром комфортний сон;

- *flotel* 'флотель': (64) *Flotels are used as hotels on rivers or in harbour areas, or as accommodation of working people, especially in the offshore oil industry. (LBH)* – Флотелі – рекреаційні заклади, що функціонують на плаву, або як житлові приміщення для робочих верств населення, зокрема тих, які працюють у галузі офшорної нафтової промисловості.

Основна частина запозичених термінів спочатку має нульову флексію, а, отже, змінюється відповідно до парадигми чоловічого або жіночого роду, тому до українського терміна *апарт-готель*, відтвореного за допомогою транслітерації, додається закінчення чоловічого роду *-ю*. Терміни *rotel* 'ротель' та *flotel* 'флотель' відтворюються аналогічним способом: вони змінюють своє закінчення відповідно до чоловічого роду множини *-і*. Аналогічним способом були

перекладені терміни в таких реченнях: (84), (90), (102), (105), (124), (141).

Транскрипція (від лат. *transcriptio* – переписування) – відтворення звуків іншомовного слова (зазвичай власного імені, географічної назви чи наукового терміну) за допомогою літер абетки мови перекладу. Транскрипція застосовується найчастіше через те, що більшість термінів не вимагають тлумачення, а є зрозумілими через попереднє своє застосування. Засобом транскрипції з англійської мови в українську запозичені такі туристичні терміни:

-business-class 'бізнес клас': (19) *As regards practical arrangements, efforts are first made to obtain upgrades to first class against payment of the full business-class fare. (ODS)* – На практиці спочатку робляться зусилля домогтися підвищення класу до першого при оплаті бізнес-класу за повним тарифом.

У наведеному фрагменті звук [ɪ] у англійському слові *business* передається українським голосним [e], тобто, у такому випадку, відбувається проста субституція – передача одного звуку мови оригіналу одним звуком мови перекладу.

-event management 'івент-менеджмент': (23) *Event management is the application of the management practice of project management to the creation and development of festivals and events. (FU)* – Івент-менеджмент – це форма управління проектом з планування і організації фестивалів та інших заходів.

У наведеному вище фрагменті також зустрічаються випадки простої субституції, коли в англійському слові *management* голосний звук [ɪ] передається українським голосним [e], та звукової конвергенції, де довгий голосний звук [æ] у англійській мові передається коротким голосним [e] в українській мові.

-Châteaux 'Шато': (60) *There are many estates with true châteaux on them in Bordeaux, but it is customary for any wine-producing estate. (LBH)* – У місті Бордо налічується багато маєтків з справжніми шато, проте це звична річ для будь-якої виноробної садиби.

У цьому фрагменті слід звернути свою увагу на те, що туристичний термін *châteaux* є запозиченим в англійську мову з французької з відповідним

звукосполученням – [ʃato], яке також відтворюється і в українській мові – [шато]. Досліджуючи вже безпосередньо саме транскрибування слова, то англійське буквосполучення *ch*, що у транскрипції відтворюється як [ʃ] в українській мові має абсолютний відповідник – приголосний звук [ш], а буквосполучення *eaux* в обох мовах відтворюється голосним звуком [о].

-*Chalets* 'Шале': (57) *We offer the widest range of catered ski chalets in France, Austria, Italy, Andorra, Switzerland, USA, and Canada, from all the favourite tour operators.* (SC) – Усі улюблені туроператори пропонують вашій увазі найбільшу кількість гірських шале у Франції, Австрії, Італії, Андоррі, Швейцарії, США, Канаді.

Розглядаючи вище наведений приклад з туристичним терміном *chalets* слід зазначити, що в англійській мові він має наступну транскрипцію: ['ʃæleɪ], з чого можна зазначити випадок звукової конвергенції, де довгий голосний звук [æ] у англійській мові передається коротким голосним [а] в українській мові, а дифтонг [eɪ] в англійській мові передається коротким голосним [е] в українській мові. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (59), (58), (65), (62).

Відносини між двома довільно обраними фонетичними системами не можуть бути симетричними. Разом з тим, характер процесу освоєння лексичних запозичень, якими є туристичні терміни, відтворені за допомогою транскрипції, визначається внутрішніми специфічними характеристиками як всієї макросистеми мови-джерела, так і мови-реципієнта.

Адаптивне транскодування – один із способів перекладу, коли форма слова вихідної мови певним чином адаптується до фонетичної та/або граматичної структури мови перекладу, наприклад:

-*cafeteria* 'кафетерій': (24) *In addition to providing quick service, the cafeteria requires fewer service personnel than most other commercial eating establishments.* (LBH) – Окрім надання швидкого обслуговування, в кафетерії необхідно менше обслуговуючого персоналу, ніж в більшості інших комерційних

закладів громадського харчування;

-*capsule hotel* 'капсульний готель': (48) *It is obvious that in order to ensure an adequate level of service in the capsule hotel the managing companies will require the most convenient and effective way to care for textiles.* (MH) – Очевидно, що для забезпечення належного рівня сервісу в капсульних готелях, керуючим компаніям необхідно застосовувати максимально оперативні, зручні та ефективні способи догляду за текстильними виробами;

-*cultural tourism* 'культурний туризм': (28) *Cultural tourism is becoming increasingly popular within both the cultural and tourism sectors, but what does cultural tourism actually mean in practice?* (WPD) – Культурний туризм стає все більш популярним в обох секторах: культури та туризму, але що насправді розуміють під культурним туризмом?;

-*the pousadas* 'пушади': (5) *The Pousadas were envisaged and created in the early 1940s by Government Minister António Ferro, also a poet and playwright, who had the idea of creating hotels that were both rustic and genuinely Portuguese.* (AH) – «Пушади» були створені на початку 1940-х років міністром уряду, а також поетом та драматургом, Антоніо Ферро, який мріяв створити готелі, які б поєднали у собі пасторальний стиль та слугували символом португальської ідентичності.

-*coral reefs* 'коралові рифи': (41) *But there is also concern that dying coral reefs will make tourist destinations like Belize less attractive for the masses.* (LBH) – Однак існують побоювання, що через гинучі коралові рифи туристичні центри, як Беліз, будуть менш привабливими для туристів.

При перекладі запозиченим термінам надаються афікси і флексії відповідних граматичних категорій мови перекладу, що дозволяє здійснити подальшу словозміну термінів у її системі. При афіксальному словотворенні, відбувається калькування вже існуючих афіксів в англійській мові, тобто передача їх граматичних значень словотвірними засобами мови перекладу, наприклад: *capsule* 'капсульний'; *cultural* 'культурний'. Переважна частина

англомовних термінів мають нульову флексію і після запозичення українською мовою змінюються згідно з парадигмою жіночого чи чоловічого роду, наприклад: *coral* 'кораловий' (ч.р.). Крім того, іменник *cafeteria* в українській мові отримує закінчення чоловічого роду *-ий*. У випадку із запозиченим в англійську мову терміном *pousadas* 'пушади' можна спостерігати заміну афікса *-as* у *pousadas* на відповідний суфікс *-и* в українському слові 'пушади', а також представлений випадок, коли дифтонг [ou] в англійській мові передається коротким голосним [y] в українській мові. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (24), (76), (81), (92), (122), (133), (136), (84).

Якщо транслітерація / транскрипція використовується в основному при перекладі окремих слів-термінів, то переклад термінологічних словосполучень здійснюється більше засобами калькування.

Серед термінів іншомовного походження на позначення засобів розміщення туристів можна виділити лексеми, які називають реалії інших країн, наприклад: іспанські *paradores* 'парадори', мексиканські *haciendas* 'гасієнди', японські *ryokans* 'рьокани' тощо. Такі запозичення відображають автентичні традиції та культуру країни, внаслідок чого в терміносистемі залишаються нечисленними рідковживаними екзотизмами.

Калькування (від фр. *calque* – копія, наслідування) – переклад лексичних одиниць оригіналу шляхом заміни їх складових частин – морфем або слів – їх лексичними відповідниками в мові перекладу. Калькування як прийом перекладу частіше застосовується в перекладі складних слів (термінів). Воно може застосовуватися також стосовно тільки одного з компонентів складеного слова (терміна).

Калькування може використовуватися для перекладу термінів-слів, коли складне слово передається словосполученням: *doublebed* 'двоспальне ліжко': (34) *Upstairs there are two bedrooms with bathrooms one 3 seater and the other 4 seater duplex and another floor above double rooms with doublebed. (LBH)* – На другому поверсі є дві спальні з ванними кімнатами: одна розрахована на 3 місця, а інша –

на 4, а поверхом вище, над двомісним номером, знаходиться номер з двоспальним ліжком.

Цей прийом також використовується у випадках перекладу термінів-словосполучень: *thermal springs* 'термальні джерела': (54) *The thermal springs and gorgeous countryside here have been in harmony for centuries, while the vicinity offers more than enough interesting ways for spa guests to spend their free time. (TBA)* – **Гарячі термальні джерела** в поєднанні з чудовим краєвидом гармонійно співіснують вже декілька сторіч, а прилеглі околиці пропонують гостям курорту достатньо можливостей для вільного проведення часу;

- *green tourism* 'зелений туризм': (20) *The practices of green tourism lead to sustainable development of local culture and the natural environment. (TBA)* – Поширення такого виду відпочинку, як **зелений туризм**, є результатом стрімкого розвитку рівня місцевої культури і покращення стану навколишнього середовища;

- *familiarization trips* 'ознайомлювальний тур': (10) *Familiarization trips can be a great learning tool for travel agents and meeting planners. (WTD)* – *Ознайомлювальний тур може бути відмінним навчальним інструментом для туристичних агентів; round-the-world cruise* 'кругосвітній круїз': (1) *After a long years of work they decided to go on a round-the-world cruise. (AF)* – *Після довгих років роботи вони вирішили поїхати в кругосвітній круїз.*

Калькування є виправданим при перекладі термінологічних словосполучень тоді, коли складові елементи цих словосполучень вже посіли певне місце у термінологічній системі мови перекладу і є доступними для розуміння спеціалістів. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (20), (79), (80), (91), (104), (110), (114), (150).

Переклад за допомогою лексичного еквівалента полягає у відтворенні термінів кримінального права за допомогою постійного лексичного відповідника, який точно збігається із значенням слова вихідної мови. Терміни, які мають еквіваленти у рідній мові, відіграють важливу роль при перекладі.

Еквівалентами вважають такі відповідники між словами двох мов, які є постійними, рівнозначними та, як правило, незалежними від контексту: *check-out* 'виїзд'; *customs clearance* 'митне оформлення'; *customs declaration* 'митні декларації'; *sailing ship* 'парусне судно'.

Приклад перекладу за допомогою лексичного еквівалента можна прослідкувати в реченні: (7) *Passengers were instructed to put on their life jackets.* (RS) – Пасажирам було запропоновано вдягнути рятувальні жилети. В цьому реченні англійська лексема *life jackets* відтворена семантично тотожною українською лексемою 'рятувальні жилети'. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (84), (97), (100), (113).

Отже, при відтворенні туристичних термінів використовуються такі формальні лексичні способи, як транскрипція, транслітерація, адаптивне транскодування, калькування та переклад за допомогою лексичного еквівалента. Основною їх перевагою є те, що такі засоби дозволяють зберегти зовнішню форму та значення слова або словосполучення.

Співвідношення формальних лексичних способів перекладу термінів туристичного дискурсу наведено на рис. 2.1, з якого видно, що найчастіше використовується адаптивне транскодування та калькування (у рівній кількості, по 32,1% випадків з усієї кількості лексичних трансформацій).

Рис. 2.1. Кількісне співвідношення використання лексичних

трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму

У свою чергу, транслітерація та транскрипція стоять відповідно на третьому та четвертому місцях серед лексичних трансформацій, становлячи відповідно 17,8% та 13,7%. Це зумовлене тим, що більшість термінів туристичного дискурсу ще поки не мають великої кількості відповідних лексичних еквівалентів в українській мові, адже галузь туризму розвивається все більше, а також асимілюються, тому достатня їхня кількість перекладається, застосовуючи транслітерацію та транскрипцію. Найменше кількісно представленими є терміни, перекладені за допомогою лексичного еквівалента (4,3%).

2.2.2 Лексико-семантичні трансформації при відтворенні англомовних термінів туризму.

Аналізуючи лексико-семантичні трансформації, до яких вдаються в процесі перекладу текстів, В. І. Карабан виділив наступні причини їх виникнення: 1) різні ознаки одного денотата в різних мовах; 2) різниця у смисловому обсязі (збільшення або зменшення числа лексико-семантичних варіантів); 3) різна словосполучність; 4) різні вживання слів одного значення [20, 28].

До лексико-семантичних способів належать генералізація, диференціація, конкретизація та модуляція. При використанні лексико-семантичних трансформацій відбувається семантична адаптація англомовних туристичних термінів, коли запозичені слова включаються в семантичну систему української мови шляхом придбання синонімів і родо-видових зв'язків. При семантичній адаптації термінів може відбуватися звуження або розширення смислового діапазону англомовного слова.

Розширення супроводжується появою у загальноживаних слів додаткових термінологічних значень на основі існуючих в мові-джерелі в результаті

актуалізації різних сем, наприклад, шляхом використання трансформації генералізації.

Генералізацією називається заміна одиниці мови оригіналу, котра має більш вузьке значення, одиницею мови перекладу з більш широким значенням, тобто перетворення, зворотне конкретизації. Створювана відповідність висловлює родове поняття, що включає початкове видове. Наприклад, слово *terminal* має значення 'термінал', 'будівля аеропорту', а в перекладі відтворюється більш загальним 'Аеровокзал': (25) *Terminal 4 at JFK International Airport is a successful paradigm for air terminal management and a model of public/private partnership. (AF)* – **Аеровокзал 4** Міжнародного аеропорту імені Джона Кенеді є успішним зразком організації роботи аеровокзалу. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (56).

Звуження семантичного значення слова відбувається тому, що багатозначні слова зазвичай запозичуються в одному зі своїх значень, тобто, використовується диференціація або конкретизація.

Конкретизацією називається заміна слова або словосполучення мови оригіналу з більш широким предметно-логічним значенням словом і словосполученням мови перекладу з більш вузьким значенням. В результаті застосування цієї трансформації створювана відповідність і вихідна лексична одиниця опиняються в логічних відносинах включення: одиниця мови оригіналу передає родове поняття, а одиниця мови перекладу – видове поняття: (27) *Bearing in mind the importance of microfinance instruments such as credit, savings and related business services in providing access to capital for people living in poverty... (ICG)* – Пам'ятаючи про важливість інструментів мікрофінансування, таких, як послуги у сфері кредитно-ощадної діяльності та пов'язані з ними **послуги в сфері підприємництва**, для забезпечення людям, що живуть за межею бідності, доступу до капіталу. Так, у наведеному прикладі термін *business services*, що буквально означає 'бізнес-послуги', відтворено лексемою 'сфера підприємництва', тобто, уточнено різновид бізнесу. Аналогічним способом були

перекладені терміни в таких реченнях: (3), (12), (16).

Модуляцією або смисловим розвитком називається заміна слова або словосполучення мови оригіналу одиницею мови перекладу, значення якої логічно виводиться із значення вихідної одиниці. Найбільш часто значення співвіднесених слів в оригіналі та перекладі виявляються при цьому пов'язаними причинно-наслідковими відносинами.

Іменникове словосполучення *busy season* можна окремо перекласти як *busy* 'зайнятий', *a season* 'сезон' (пора року), тобто пора року, коли кількість туристів досягає максимальної позначки. Оскільки в українській мові немає абсолютного еквіваленту цьому словосполученню і буде недоцільним його переклад 'зайнятий сезон', тоді доводиться вдаватися до прийому модуляції: (8) *I don't think you understand that this is my busy season, Cullum said. He held out his hands and Roland tossed him the ball.* (МН) – «Мені здається, ти не розумієш, що гарячий сезон зараз у розпалі», – сказав Каллем.

Іменник *housekeeping* має значення 'ведення домашнього господарства', а також 'підтримання чистоти і порядку', але, беручи до уваги, що тут мається на увазі господарство готельного бізнесу, то для кращого розуміння та звучання лексичних одиниць при перекладі було вирішено змінити його значення на 'сфера побутового обслуговування': (22) *More than the half of the jobs in housekeeping is found in hotels, motels, restaurants and others.* (АН) – Більше половини вакансій у сфері побутового обслуговування надають готелі, мотелі, ресторани. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (21), (82), (88), (101), (126), (129), (135), (157).

Співвідношення лексико-семантичних способів відтворення метафоричних термінів комп'ютерного дискурсу представлено на рис. 2.2.

Рис. 2.2 Кількісне співвідношення використання лексико-семантичних трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму.

Таким чином, у половині випадків (50%) туристичні терміни відтворюються шляхом використання модуляції. Також частотною трансформацією є генералізація та конкретизація, що використовуються у рівній кількості – по 25% під час застосування лексико-семантичних трансформацій.

2.2.3 Граматичні та лексико-граматичні трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою.

Граматичні трансформації полягають у перетворенні структури речення у процесі перекладу відповідно до норм мови, на яку здійснюється переклад. Серед граматичних перекладацьких трансформацій при перекладі термінів туристичного дискурсу використовуються прийоми додавання та вилучення.

Приєм додавання полягає у введенні в переклад лексичних елементів, що відсутні в оригіналі, з метою правильного відтворення смислу речення (оригіналу), що перекладається та дотримання мовленнєвих і мовних норм, що існують у культурі мови перекладу. Так, наприклад, словосполучення англійською мовою буде абсолютно та повністю зрозуміле носіям цієї мови, тоді як для українського перекладу потрібно додати декілька додаткових слів, щоб розкрити зміст написаного: (68) *Over this past year, we have been fortunate enough*

to have been invited on several press trips. (RS) – Лише за останній рік нам дуже пощастило, що нас включили до списку учасників поїздок для працівників преси.; *(119) Valet parking is available and a shuttle to Munich Airport can be provided upon request. (AF)* – За запитом надається послуга паркування автомобіля службовцем готелю, а також організовується трансфер до аеропорту Мюнхена.; *(77) Connecting rooms are also available for parents and children, as well as the option of extra beds to allow the family to share one room. (WPD)* – Для сімей з дітьми пропонуються поєднані між собою номери; а також можливість надання додаткових ліжок, щоб уся сім'я могла розташовуватися в одній кімнаті. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (9), (76), (78), (85), (140), (165), (129), (79).

Вилучення виправдане з точки зору адекватності перекладу, передусім норм мови перекладу. Цей прийом полягає в усуненні в тексті перекладу тих плеонастичних або тавтологічних лексичних елементів, які за нормами мови перекладу є частинами імпліцитного смислу тексту. При перекладі термінів туристичного дискурсу застосування прийому вилучення зумовлене вже сформованими особливостями використання того чи іншого терміна. Наприклад: *(37) There are no banking facilities, but undated personal cheques and traveller's cheques may be cashed at the Island Secretary's office. (ICG)* – Банківських установ немає, але в канцелярії секретаря острова можна перевести в готівку недатовані іменні та дорожні чеки; *(44) DHL can organize scheduled flights and chartered planes from a wide range of major carriers. (AF)* – DHL Global Forwarding організовує регулярні та чартерні рейси від різних перевізників. Розглядаючи ці два приклади, можна зазначити, що речення в українській мові – семантично повні і не потребують повторення одних і тих самих лексем, тому повторювані елементи (*cheques – cheques; flights – planes*) при перекладі цих двох речень з англійської мови на українську вилучено з контексту, за умови, що зміст повідомлення не змінюється. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (89), (97), (120), (128), (132).

У випадку, коли словосполучення складається з термінів, які ще не закріплено в певній галузі науки чи техніки мовою перекладу і які потребують тлумачення, використовується прийом експлікації.

Експлікація, або описовий переклад – це лексико-граматична трансформація, за якої лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, експлікуючи її, тобто дає більш-менш повне пояснення або визначення цього значення мовою перекладу. За допомогою експлікації можна передати значення будь-якого без еквівалентного терміна мови-джерела.

В англійській мові існують туристичні терміни, які в українській мові не мають однослівного еквівалента та не можуть бути відтворені жодним зі способів, наведених вище, з повним збереженням семантичного змісту, тому доцільним є використання описового перекладу: (18) *Bed and breakfast inns can normally accommodate no more than 6 guests and they sometimes serve an evening meal. (AH)* – Готелі, що надають номери зі сніданками, можуть зазвичай розміщувати не більше 6 клієнтів, і в них інколи подають вечері; (108) *The high season lasts from May to September. (WTD)* – Період підвищеного туристичного потоку припадає на травень – вересень.

Експлікація є надзвичайно продуктивним засобом перекладу туристичних термінів, оскільки у зв'язку з бурхливим розвитком туристичної сфери з'являється багато нових термінів, які ще не отримали еквівалентів у мові перекладу. За допомогою експлікації перекладаються багатокomпонентні термінологічні словосполучення, як, наприклад, *back of the house* (букв. *задня частина будинку*), яке не має еквівалента в українській мові, тому при його відтворенні необхідно описати певні подробиці готельного бізнесу: (35) *The back of the house (BOH) is currently being renovated and this new project also includes the Philips new generation bulbs. (LBH)* – В даний час проводиться ремонт службових приміщень готелю, який передбачає заміну старих ламп на лампи Philips нового покоління.

Описовий переклад використовується також при відтворенні термінів-

метафор, що не мають еквівалентів у мові перекладу, наприклад, *queen size bed*: (50) *All our standard junior suites have twin beds (2x90cm) or a queen size bed (160cm), bedroom, living room, balcony and most have 2 bathrooms (one with bath tub and one with shower).* (ТУН) – У всіх наших стандартних напівлюксах є спальня з двома односпальними (2x90 см) або одним широким двоспальним ліжком (160 см), вітальня, балкон і, в більшості з них, дві ванні кімнати (одна з ванною, інша з душем). Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (47), (77), (85), (89), (95), (107), (113), (137).

Грамотичні заміни використовуються як один з найпоширеніших видів перекладацьких трансформацій. У процесі перекладу заміни можуть піддаватися форми слів, частини мови, члени речення, наприклад, іменник *reservation* у поєднанні з прикметником відтворюється дієсловом забронювати: (39) *You must make an advance reservation at the hotel reception for individual services in the centre.* (АН) – Ви повинні заздалегідь забронювати на стійці реєстрації індивідуальні послуги в центрі.

Крім того, на рівні форми слова може відбуватись заміна граматичної категорії числа, наприклад: (42) *States also reported on action taken in regard to information on deep-sea fishing activities.* (LBH) – Держави також прозвітували по заходи стосовно інформації щодо океанічного промислу риби.

Заміна категорії числа відбувається через істотні розбіжності у вживанні іменників однини і множини в українській та англійській мовах. Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (96), (152), (155), (10), (39).

Під транспозицією в перекладознавстві розуміють відтворення словосполучення чи речення зі зміною порядку слів, наприклад:

- (15) *They are likely to be sophisticated users with many add-on devices and peripherals as well as additional software to make them more efficient.* (HD) – Швидше за все, ці досвідчені користувачі працюють з безліччю пристроїв, що підключаються, а також з додатковими програмними засобами, що підвищують ефективність роботи;

- (19) *As regards practical arrangements, efforts are first made to obtain upgrades to first class against payment of the full business-class fare. (ODS)* – На практиці спочатку робляться зусилля домогтися підвищення класу до першого при оплаті бізнес-класу за повним тарифом;

- (31) *The hotel serves a continental buffet breakfast including a wide variety of regional products and home-made cakes. (LBH)* – Крім того, гостям пропонується **континентальний сніданок «шведський стіл»**, що включає різні страви регіональної кухні та домашню випічку;

- (189) *In fact, you're probably better off looking for an open-jaw ticket which are surprisingly easy to find – if you know where to look. (MH)* – Насправді, Вам краще шукати квиток з незамкнутим маршрутом, який напрочуд легко знайти, якщо ви знаєте, де шукати;

- (85) *Memorable glass-bottom boat trips from Corralejo to the island of Los Lobos or ferry trips to Lanzarote, big game fishing along the southern coast of Morro Jable or even dolphin watching are all exciting things to do in Fuerteventura. (LDI)* – На Фуертевентурі вас чекає безліч захоплюючих занять: незабутні морські прогулянки на теплоході зі скляним дном з Корралехо на острів Лос-Лобос, поїздки на поромі на Лансароте, ловля великої риби на південному узбережжі, в Морро-Хабле, а також спостереження за дельфінами.

Аналогічним способом були перекладені терміни в таких реченнях: (31), (49), (67), (102), (130).

Співвідношення граматичних та лексико-граматичних способів відтворення термінів туристичного дискурсу представлено на рис. 2.3.

Рис. 2.3 Кількісне співвідношення використання граматичних та лексико-граматичних трансформацій при перекладі англомовних термінів туризму

Отже, серед граматичних та лексико-граматичних перекладацьких трансформацій найбільш частотними є додавання та описовий переклад, що використовуються у більшості випадків у рівній кількості (по 29,5%). Окрім того, часто вживаються прийоми транспозиції та вилучення, що зустрічаються у 18,7% та 15,9% випадків відповідно. Найменш частотною перекладацькою трансформацією є граматичні заміни, що складає лише 6,4% від загальної кількості граматичних та лексико-граматичних перекладацьких трансформацій, які використовуються при перекладі туристичних термінів.

Перекладацький аналіз фактичного матеріалу дозволив виявити такі способи відтворення термінів туристичного дискурсу: лексичні (транскрипція, транслітерація, калькування, адаптивне транскодування, еквівалентний переклад), лексико-семантичні (генералізація, конкретизація, модуляція), граматичні (додавання, вилучення) та лексико-граматичні (описовий переклад, граматичні заміни та транспозиція). Співвідношення перекладацьких трансформацій при відтворенні туристичних термінів представлені на рис. 3.4.

Рис. 2.4. Співвідношення перекладацьких трансформацій при відтворенні англомовних термінів туризму українською мовою

Отже, при відтворенні термінів туристичного дискурсу найбільш частотними є лексичні трансформації, що складають 42,6% від загальної кількості. Також часто використовуються лексико-семантичні (31,8%), в той час як граматичні (13,7%) та лексико-граматичні (11,9%) вживаються в найменшій кількості випадків.

В загальній кількості найбільш уживаними перекладацькими трансформаціями є модуляція (15,6%), калькування (13,7%), адаптивне транскодування (13,7%), генералізація (8,1%), конкретизація (8,1%), транскрипція (7,6%), додавання (7,6%) та описовий переклад (7,6%). Не є частотними транслітерація (5,7%), транспозиція (4,8%), вилучення (3,7%), переклад за допомогою лексичного еквівалента (1,9%), граматичні заміни (1,9%).

Висновки до 2 розділу

Тематична структуризація англомовної термінології туризму зумовлена специфікою репрезентованої галузі, тими категоріями, які в ній концептуалізовані. Проаналізовані тематичні групи різняться своїм складом і кількістю мікросистем, що входять до складу тематичних груп. Ядерну частину номінативного простору галузі туризму становить тематична група «Розміщення туристів», яка охоплює 19,7% усіх термінів туристичної галузі. Друге за кількісним складом місце посідає тематична група «Транспорт», яку репрезентують 32 одиниць, що становить 16,6% від усього аналізованого корпусу номінацій. Тематична група «Види туризму та подорожей» репрезентована більш ніж 24 назвами (13,5%). Тематична група «Відпочинок та розваги» також охоплює понад 20 найменувань (10,9%). Меншими за кількістю термінів є групи «Учасники туристичної індустрії» (16 од. 8,3%); «Документи» (13 од. 6,7%); «Процеси в індустрії туризму» (7 од., 3,6%); «Інвентар туриста» (7 од. 3,6 %); «Послуги» (7 од. 3,6 %); «Класифікація туризму за сезонністю» (7 од., 3,6%); «Харчування» (7 од. 3,6 %); «Устаткування» (5 од. 2,6 %); «Тарифи та оплата» (4 од. 2,1 %). Склад найменшої за кількістю термінів тематичної групи «Організації» обмежений у нашій вибірці 3 найменуваннями (1,6% від усієї кількості).

Характерною особливістю туристської термінології є широкий антропоморфний фонд термінів-метафор, який переважає над усіма іншими групами. Явище, коли сама людина, її побут, життя та інше стають основою при створенні нового терміна, досить частотне в різних терміносистемах. Дослідники позначили його як “процес олюднення в позначенні спеціальних понять”. У терміносистемі сфери туризму виокремлено антропоцентричні метафори, які представлені такими групами: соматизми (*heads in beds*), соціальне життя людини, його статус (*king room*), побут людини (*cocktail lounge*). Таким чином, в туристській термінології переважають терміни-метафори, основою

метафоричного перенесення яких є людина як біологічна і соціальна істота. Друге і третє за продуктивністю місце займають метафори групи «простір і час» (*last minute*) та групи «оцінні характеристики туризму» (*busy season*). Менш продуктивними в розглянутих терміносистемах є переноси, в основі яких лежать назви фауни (*early-bird registrartion*), явища природи (*snowtrain*) та кольори (*green tourism, blackout period*).

У результаті дослідження структурно-словотвірних характеристик англomовної термінології туризму встановлено, що в досліджуваних термінологічних групах переважають іменники, також були виявлені дієслова та прикметники, проте прислівників в досліджуваному корпусі термінів не виявлено. Аналізуючи формальну сторону терміна, всі термінологічні одиниці були поділені на дві категорії – терміни-слова (однокомпонентні) та терміни-словосполучення (багатокомпонентні). Дослідження однокомпонентних термінів англійської терміносистеми міжнародного туризму показало, що серед термінів цієї системи найбільшу частку складають іменники. Дослідження багатокомпонентних термінів показало, що найпродуктивнішою моделлю творення туристичних термінів є двокомпонентна, яка налічує 59,7% від усієї кількості термінів.

Туристичні терміни вимагають застосування денотативної моделі перекладу, коли відбувається процес опису за допомогою мови перекладу тієї самої ситуації, яка описана мовою оригіналу. У цьому випадку першорядного значення набуває денотативна, а не комунікативна еквівалентність, а смисловою домінантою виступає їх предметно-логічне значення.

Перекладацький аналіз фактичного матеріалу дозволив виявити такі способи відтворення термінів туристичного дискурсу: лексичні (адаптивне транскодування, транскрипція, транслітерація, калькування, переклад за допомогою лексичних еквівалентів), лексико-семантичні (генералізація, конкретизація, модуляція), граматичні (додавання, вилучення, транспозиція, граматичні заміни) та лексико-граматичні (описовий переклад).

При відтворенні термінів туристичного дискурсу найбільш частотними є лексичні трансформації, що складають 42,6% від загальної кількості. Також часто використовуються лексико-семантичні (31,8%), в той час як граматичні (13,7%) та лексико-граматичні (11,9%) вживаються в найменшій кількості випадків.

Головними засобами запозичення туристичних термінів є адаптивне транскодування, транскрипція, транслітерація та калькування. Найчастіше використовується калькування (13,7%) та адаптивне транскодування (13,7%). Транскрипція використовується у 7,6%, в той час як транслітерація – лише у 5,7% випадків.

Аналіз лексико-семантичних способів перекладу термінів туристичного дискурсу дозволив виявити, що найчастіше туристичні терміни відтворюються шляхом використання модуляції (15,6%). Менш вживаними трансформаціями є також прийом генералізації та конкретизації – кожна застосовується у 8,1% випадків.

Серед граматичних та лексико-граматичних перекладацьких трансформацій найбільш частотним є додавання (7,6%) та описовий переклад (7,6%). Окрім того, часто вживається прийом транспозиції (4,8%). Найменш частотними перекладацькими трансформаціями є прийом вилучення, що складає 3,7% та прийом граматичної заміни, що налічує лише 1,9% від усієї кількості прикладів.

В загальній кількості найбільш уживаними перекладацькими трансформаціями є модуляція (15,6%), калькування (13,7%), адаптивне транскодування (13,7%), генералізація (8,1%), конкретизація (8,1%). Кількісно менш репрезентативними є транскрипція (7,6%), додавання (7,6%), описовий переклад (7,6%), транслітерація (5,7%), транспозиція (4,8%), вилучення (3,7%), граматичні заміни (1,9%) та переклад за допомогою лексичних еквівалентів (1,9%).

ВИСНОВКИ

У сучасний період великий інтерес у лінгвістиці викликають проблеми галузевих термінологічних систем, розширення їх меж, збільшення кількості компонентів, які входять до них. На сьогодні існує величезна кількість визначень терміна. Це пояснюється тим, що термін є об'єктом різних наук, і кожна наука прагне виділити в ньому ознаки, які є найістотнішими з її погляду.

Оскільки туризм лише недавно почали розглядати як галузь практичної діяльності та наукової раціоналізації, його підмова ще недостатньо сформована. Вона становить відкриту систему, яку щоразу поповнюють нові одиниці, адже має місце поява нових понять та вдосконалення та уточнення вже існуючих.

Тематична структурація англійської термінології туризму зумовлена специфікою репрезентованої галузі, тими категоріями, які в ній концептуалізовані. Ядерну частину номінативного простору галузі туризму становить тематична група «Розміщення туристів», яка охоплює 19,7% усіх термінів туристичної галузі. Друге за кількісним складом місце посідає тематична група «Транспорт», яку репрезентують 32 одиниць, що становить 16,6% від усього аналізованого корпусу номінацій. Тематична група «Види туризму та подорожей» репрезентована більш ніж 24 назвами (13,5%). Тематичні групи «Відпочинок та розваги» також охоплює понад 20 найменувань (10,9%). Меншими за кількістю термінів є групи «Учасники туристичної індустрії» (16 од. 8,3%); «Документи» (13 од. 6,7%); «Процеси в індустрії туризму» (7 од., 3,6%); «Інвентар туриста» (7 од. 3,6 %); «Послуги» (7 од. 3,6 %); «Класифікація туризму за сезонністю» (7 од., 3,6%); «Харчування» (7 од. 3,6 %); «Устаткування» (5 од. 2,6 %); «Тарифи та оплата» (4 од. 2,1 %). Склад найменшої за кількістю термінів тематичної групи «Організації» обмежений у нашій вибірці 3 найменуваннями (1,6% від усієї кількості).

Характерною особливістю туристської термінології є широкий антропоморфний фонд термінів-метафор, який переважає над усіма іншими

групами. У терміносистемі сфери туризму виокремлено антропоцентричні метафори, які представлені такими групами: соматизми, соціальне життя людини, його статус, побут людини. Таким чином, в туристській термінології переважають терміни-метафори, основою метафоричного перенесення яких є людина як біологічна і соціальна істота. Друге і третє за продуктивністю місце займають метафори групи «простір і час» та «оцінні характеристики туризму». Менш продуктивними в розглянутих терміносистемах є переноси, в основі яких лежать назви фауни, явища природи та кольори.

Англомовній термінології туризму притаманна розвинена синонімія. Терміни-синоніми представлені такими типами: графічними, фонетичними, фонетико-графічними, словотвірними, синтаксичними, морфолого-синтаксичними синонімами, серед яких морфолого-синтаксичні синоніми є найчисленнішими і становлять 34,3 % серед інших типів синонімів.

У результаті дослідження структурно-словотвірних характеристик англомовної термінології туризму встановлено, що в досліджуваних термінологічних групах переважають іменники, також були виявлені дієслова та прикметники, прислівників в досліджуваному корпусі термінів не виявлено. Аналізуючи формальну сторону терміна, всі термінологічні одиниці були поділені на дві категорії – терміни-слова (однокомпонентні) та терміни-словосполучення (багатокомпонентні). Дослідження однокомпонентних термінів англійської терміносистеми туризму показало, що серед термінів цієї системи найбільшу частку складають іменники. Дослідження багатокомпонентних термінів показало, що найпродуктивнішою моделлю творення туристичних термінів є двокомпонентна, яка налічує 59,7% від усієї кількості термінів.

Під час здійснення перекладу термінів головним завданням перекладача є досягнення семантичної еквівалентності вихідного і цільового термінів. Для досягнення цієї мети необхідно використовувати різноманітні перекладацькі перетворення, а на рівні компонентної еквівалентності – трансформації. Причина, що викликає потребу у використанні трансформацій, полягає у тому,

що кожна мова має свою власну, своєрідну структуру, і це необхідно враховувати під час перекладу. При цьому особливу увагу необхідно звертати на лексико-граматичні трансформації, тобто на структурні та лексико-семантичні розбіжності між англійською та українською мовами, які вимагають під час перекладу перебудови синтаксичної структури речення або певних змін на рівні значення термінів.

Найчастотнішими перекладацькими трансформаціями, які застосовано при відтворенні термінів туризму, є модуляція (15,6%), калькування (13,7%), адаптивне транскодування (13,7%), генералізація (8,1%), конкретизація (8,1%). Кількісно менш репрезентативними є транскрипція (7,6%), додавання (7,6%), описовий переклад (7,6%), транслітерація (5,7%), транспозиція (4,8%), вилучення (3,7%), граматичні заміни (1,9%) та переклад за допомогою лексичних еквівалентів (1,9%).

Перспективами подальших досліджень є вивчення способів перекладу культурно-маркованих термінів туристичної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н. Д. Метафора і дискурс. Теорія метафори. URL: <http://tlf.narod.ru/school/mikhalych> (дата звернення: 21.08.2023)
2. Барабанова О. А. Деякі аспекти деривації термінів гірництва. *Проблеми української термінології*: збірник наукових праць. Відповідальний редактор Л. Полюга. Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 675. С. 3–7.
3. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: навч. посіб для студентів філол. напряму підготовки. Вінниця : Нова книга, 2010. 232 с.
4. Біян Н. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів в англійській мові. *Іноземна філологія*. 2009. Вип. 121. С. 142–149
5. Болтянська Р. І. До питання про розгляд проблеми омонімія /полісемія. *Іноземна філологія*. 1975. № 38. С. 3–9.
6. Булик-Верхола С. З. Вторинна номінація як спосіб творення музичних термінів в українській мові. *Вісник: Проблеми української термінології*. Вид-во Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 620. С. 62–65.
7. Бялик В. Д. Шляхи маніфестації мовного конденсованого знання. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство)*. 2014. № 2. С. 18 – 22.
8. Василенко Д. В. Військова лексика англійської мови ХХ початку ХХІ століття: монографія. Горлівка : Вид-во ГДШМ, 2009. 220 с.
9. Вострова С. В. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англійського медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/СНІДу): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2003. 20 с.
10. Грибінник Ю. І. Процеси метафоризації і метонімізації у термінології геодезії та кадастру. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2014. Вип. 49. С. 311–313.
11. Дейк ван Т. А. К определению дискурса. URL:

<http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (дата звернення: 21.08.2023)

12. Дорошенко С. М. Про польову структуру української термінології нафтогазової промисловості. *Проблеми граматики і лексикології української мови*. Київ : НПУ, 2002. С. 151–158.
13. Дудок Р. І. Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках: монографія. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана-Франка, 2009. 358 с.
14. Д'яков А.С. Основи термінотворення. Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ : Видавн. дім «КМ Академія», 2000. 257 с.
15. Дворніченко Л.О. Полісемія і синонімія в терміносистемі К. С. Станіславського. *Вісник Київського університету. Літературознавство. Мовознавство*. 1990. Випуск 32. С. 104–109.
16. Дубічинський В. Організація термінографічної праці в Україні. *Проблеми української термінології*. Матеріали 6-ї Міжн. наук. конф. Львів. 2000. № 402. С. 3–5.
17. Заблоцький Ф. Д. Англійсько-український геодезичний словник / за ред. Б. Є. Рицара. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2010. 360 с.
18. Загнітко Анатолій. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. 402 с.
19. Іващишин О. Принципи диференціації термінологічних та нетермінологічних одиниць англomовного науково-технічного дискурсу. *Мова і культура. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури*. 2004. Вип. 7. С. 170–176.
20. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова Книга, 2002. 564 с.
21. Квитко И. С. Термин в научном документе. Львов: Вища школа 1976.128 с.
22. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения: учеб. пособие. Київ : УМК ВО, 1989. 104 с.
23. Кифяк В.Ф. Організація туризму. Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. 344 с.

24. Ковалик І. І. Синонімія і омонімія в межах словотворення. *Доповіді і повідомлення Львівського державного університету ім. І. Я. Франка*. Львів: Вид-во Львів. ун-ту, 1957. С. 57–59.
25. Ковешніков В. С. Інноваційні види туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 38–44.
26. Компонентно-структурний аналіз англомовних аббревіатур у спортивній лексиці / Під ред. О. В. Романчук, О. В. Матвіяс, У. М. Проценко, І. М. Стифанишин, Н. А. Юрко. *Функциональная лингвистика*. 2011. № 2, Т. 2. С. 167–169.
27. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. Вінниця : Нова Книга, 2001. 448 с.
28. Литвинко О. А. Словотвірні та семантичні характеристики англійської термінологічної підсистеми машинобудування: дис. канд. філол. наук: 10. 02. 04. Суми, 2007. 211 с.
29. Ліпінська А. В. Науково-технічна термінологія: навч. посіб. для дистанційного навчання / за ред. акад. М. І. Жалдака. Київ : Університет «Україна», 2007. 219 с.
30. Літинський В. Геодезичний енциклопедичний словник. Львів : Євросвіт, 2001. 668 с.
31. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. для ВНЗ. Київ : Знання, 2008. 661 с.
32. Мальська М. П., Микитенко Н. О., Котловський А. М. Англоукраїнський словник термінів сфери туризму : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 448 с.
33. Матвіяс О. В., Романчук О. В., Базиляк Н. О. Комплексні фразеологічні одиниці у термінологічній системі галузі туризму. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2016. Вип. 60. С. 184–187
34. Митягина В. А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе. *Иностр. яз. в высш. шк.* 2009. № 4. С. 88–97.

35. Михайленко М. В. Закрытый текст как базис терминосистемы. *Нові підходи до філології у вищій школі*. Запоріжжя. 1998. С. 60.
36. Мотрук В. П. Функціонування лексичних одиниць у науковому тексті (на матеріалі французької мови). *Мовознавство*. 1980. № 6. С. 86–90.
37. Мошняга Е. В. Терминосистема международного туризма как лингвокультурное явление. *Вестник городского педагогического университета. Сер.: Филология. Теория языка. Языковое образование*. 2009. № 1. С. 67–73.
38. Музичка Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 1/2018. С. 55–60. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018/12.pdf (дата звернення: 21.08.2023)
39. Панько Т. І. Українське термінознавство: підручник. Львів: Світ, 1994. 216 с.
40. Перішко І.В. Сучасні тенденції формування лексики у сфері туристичних послуг. *Молодий вчений*. 2018. № 3.2 (55.2). С. 104–109.
41. Перро С., Оернер Ж.М. Необхідність «туризмології». *Наукові записки КІТЕП*. Вип. 1. 2001. С. 73–78.
42. Петренко О. Способи творення англійської та німецької науково-технічної термінології. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2013. Вип. 115. С. 416–422.
43. Прима В. В. Англомовна туристична термінологія: аспекти дослідження. *Записки з романо-германської філології*. 2013. Вип. 1 (30). С. 198–204.
44. Прима В.В. Туристична термінологія: семантика і функціонування: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 124 с.
45. Семенов В.Ф., Фадєєва Г.І. Умови і сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі. *Регіональна економіка та управління*. 2017. № 5 (18). С. 149–156.
46. Селіванова О. О. Когнітивне підґрунтя термінотворення. *Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке*. Черкаси, 2012. С. 125–137.
47. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава :

Довкілля-К, 2006. 716 с.

48. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 372 с
49. Стоянова І. Ф. Лексико-семантична система англомовної травматологічної термінології: автореф. канд. філол. н.: 10.02.04. Одеса, 2007. 12 с.
50. Сучасний англо-український, українсько-англійський словник. Київ : “Школа”, 2009. 752 с.
51. Таюпова О. И. Типы коммуникативно-прагматической вариативности в малоформатных текстах. *Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2005. № 2. С. 73–78.
52. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса. *Вестник Моск. гос. гуманитарного ун-та им. М.А. Шолохова. Филологические науки*. 2012. № 2. С. 76–82.
53. Фурт Д. В., Дмитрук Л. А. Термінологія: навч. посібник. М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. іноземної філології, українознавства та соціально-правових дисциплін. Кривий Ріг, 2020. 172 с.
54. Харченко С. В. Науково-технічна термінологія: навч. посібник. Київ : Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ – друк», 2009. 112 с.
55. Цісар Н.З. Вторинна номінація в системі української медичної термінології : дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Львів, 2009. 267 с.
56. Черноватий Л. М., Карабан В. І, Омелянчук О. О. Переклад англомовної технічної літератури. Електричне та електронне побутове устаткування. Офісне устаткування. Комунікаційне устаткування. Виробництво та обробка металу. Навчальний посібник. Вінниця: Нова Книга 2006 296 с
57. Чернявская В. Е. Поликодовое пространство текста: лингвосемиотическая парадигма языкознания. Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век: сб. науч. ст. / под общ. ред. В. Е. Чернявской и С. Т. Золяна. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. С. 21–34.

58. Шепель Ю. О. Міжгалузева термінологічна омонімія у сучасній англійській мові. Секрет. Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2010. 335 с.
59. Шиманская И.Э. Терминологические инновации в области современной архитектуры (на материале англоязычной научной периодики): автореф. канд. филол. наук. Киев, 1990. 24 с.
60. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CABI Publishing, 2005. 409 p.
61. Brown G. Discourse Analysis. Cambridge : Cambridge University Press, 1996. 288 p.
62. Burkhard S., Kow N., Fuggle L. Travel Trend Report 2020. Trekksoft ebook library. 2021. 139 p.
63. Cappell G. The translation of tourism-related websites and localization: problems and perspectives. URL: http://www.gloriacappelli.it/wp-content/uploads/2007/08/cappelli_tourism-website-translation.pdf (дата звернення: 21.08.2023)
64. Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2005. 346 p.
65. Faber P. Cognitive Linguistics View of Terminology and Specialized Language. Berlin; Boston: De Gruyter, 2012. 307 p
66. Felber H. Terminology Manual. Paris: UNESCO Infoterm, 1984. 426 p.
67. Fox R. English in tourism: a sociolinguistic perspective. Tourism and Hospitality Management. 2008. Vol. 14, No. 1. P. 13–22.
68. Gheorghel G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? Cactus Tourism Journal. Vol. 9. 2014. P. 12–20.
69. Goeldner Ch. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. John Wiley & Son, Inc., 2003. 633 p.
70. Hodge R. Language as Ideology. New York: Routledge, 1993. 230 p.
71. Lickorish L., Carson L. Jenkins. An introduction to tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1997.

72. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. 3-rd edition. Butterworth-Heinemann, 2003. 350 p
73. Meldik S. Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. London: Bloomsbury Publishing Place, 2003. 273 p
74. Mellinkoff D. The Language of the Law. Boston: Little, Brown, 1963. 526 p.
75. Modern Approaches to Terminological Theories and Applications / ed. By H. Pict—Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford Wien, 2006. 434 p.
76. O' Shannessy V. The road to hospitality: skills for the new professional [3rd edition]. Pearson Education Australia, 2008. 424 p.
77. Sharpley R. Travel and Tourism / Richard Sharpley. London: SAGE Publications Ltd, 2006. 232 p.
78. Skibitska O. The Language of Tourism: Translating Terms in Tourist Texts. Translation Journal. 2015. Vol. 18, No. 4. URL: <https://translationjournal.net/October-2015/the-language-of-tourism-translating-termsin-tourist-texts.html> (дата звернення: 21.08.2023)
79. Stoyanova S. R. Terminological System of Tourism in the Aspect of Intercultural Communication Exemplified by the Russian Language. Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Proceedings of the 5th International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication. December, 2018. Atlantis Press. Vol. 289. P. 344–349. URL: <https://doi.org/10.2991/icelaic18.2018.77> (дата звернення: 21.08.2023)
80. Study a language abroad without a broad expenditure / A. Antonova, O. Voznyi, N. Yurko, I. Styfanyshyn. День студентської науки: зб. тез доп. за результатами щоріч. наук. конф. студентів ЛДУФК. 2017. С. 181–183. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/9347> (дата звернення: 21.08.2023)
81. Swarbrooke J., Horner S. Business Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001. 315 p.
82. Vestito C. Tourism discourse and the representation of Italy: a critical analysis of English guidebooks. URL: http://www.fedoa.unina.it/2780/1/Vestito_Lingua_Inglese.pdf

(дата звернення: 21.08.2023)

83. World Travel Dictionary. The dictionary for the Travel Industry. London: Columbus Publishing Ltd, 1999. 2nd Edition. 256 p.

84. Wright S. E. Handbook of Terminology Management. Volume 1. Basic Aspects of Terminology Management. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins, 1997. 370 p.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

85. AF: AIRFRANCE. URL: <http://www.airfrance.co.uk/cgi-bin/AF/GB/en/comon/home/flights/ticket-plane.do> (дата звернення: 21.08.2023)

86. AH: A-HOTEL. URL: <http://www.a-hotel.com> (дата звернення: 21.08.2023)

87. ATPD: Atlantis, The Palm, Dubai. URL: <https://www.atlantisthepalm.com> (дата звернення: 21.08.2023)

88. CDO: Cambridge Dictionary Online. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (дата звернення: 21.08.2023)

89. EB: Executive Board. URL: <https://docviewer.yandex.ua/?url=http%3%20%2Funesdo.c.unesco.org%2%2F0012%2F001273%2F127333e.pdf&name=127333e.pdf&lang=en&c=569ba286485d> (дата звернення: 21.08.2023)

90. ET: Education today. URL: <http://www.education-today.co.uk> (дата звернення: 21.08.2023)

91. FU: Future unlimited. URL: <http://www.studyinaustralia.gov.au> (дата звернення: 21.08.2023)

92. HD: HugeDomains. URL: <http://www.hugedomains.com> (дата звернення: 21.08.2023)

93. ICG: International Crisis Group. URL: <http://www.crisisgroup.org/en/regions/asia/central-asia/turkmenistan/044-cracks-in-the-marble-turkmenistans-failing-dictatorship.aspx> (дата звернення: 21.08.2023)

94. LBH: LetsBookHotel. URL: <http://www.letsbookhotel.com> (дата звернення: 21.08.2023)

95. LDI: LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com> (дата звернення: 21.08.2023)
96. LJ: Lunajets. URL: <https://www.lunajets.com> (дата звернення: 21.08.2023)
97. MH: Map happy. URL: <http://maphappy.org> (дата звернення: 21.08.2023)
98. ODS: OfficialDocumentSystem. URL: <http://daccess-ods.un.org> (дата звернення: 21.08.2023)
99. PBU: PL-BY-UA. URL: <http://www.pl-by-ua.eu> (дата звернення: 21.08.2023)
100. RFB: RoyalForkBuffet. URL: <http://www.royalforkwinnipeg.com> (дата звернення: 21.08.2023)
101. RS: Rick Steves. URL: <https://www.ricksteves.com> (дата звернення: 21.08.2023)
102. SC: SnowCarbon. URL: <http://www.snowcarbon.co.uk> (дата звернення: 21.08.2023)
103. TBA: TheBigApple. URL: <http://www.barrypopik.com> (дата звернення: 21.08.2023)
104. TTG: Thailand Travel Guide. URL: <http://www.thaizer.com> (дата звернення: 21.08.2023)
105. TUH: THE ULTIMATE HANG. URL: <http://theultimatehang.com> (дата звернення: 21.08.2023)
106. VTB: VTB Bank. URL: http://www.vtb.de/en/Electronic_Banking/ (дата звернення: 21.08.2023)
107. WPD: Wikipedia. URL: <en.wikipedia.org/> (дата звернення: 21.08.2023)
108. WTD: What's the difference. URL: <http://wikidiff.com> (дата звернення: 21.08.2023)

ДОДАТОК

СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ТУРИСТИЧНИХ
ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

	English sentence	Translation
1.	<i>After a long years of work they decided to go on a round-the-world cruise. (AF)</i>	Після довгих років роботи вони вирішили поїхати в кругосвітній круїз .
2.	<i>The term sailing ship is now used to refer to any large wind-powered vessel. (TBA)</i>	Термін " вітрильне судно " тепер використовується для позначення будь-якого великого судна, що використовує силу вітру для руху.
3.	<i>Every hotel, boarding house and private residence was crammed with visitors. (LJ)</i>	Всі готелі, пансіонати та приватні садиби були переповнені відвідувачами.
4.	<i>All this generates keen interest with foreign tourists too and allows developing of ethnic tourism. (ICG)</i>	Все це викликає жвавий інтерес у іноземних туристів і дозволяє розвивати такий напрямок туризму, як організація етнічних турів .
5.	<i>The Pousadas were envisioned and created in the early 1940s by Government Minister António Ferro, also a poet and playwright, who had the idea of creating hotels</i>	" Пушади " були створені на початку 1940-х років міністром уряду, а також поетом та драматургом, Антоніо Ферро, який мріяв створити готелі, які б

	<i>that were both rustic and genuinely Portuguese. (AH)</i>	поєднали у собі пасторальний стиль та слугували символом португальської ідентичності.
6.	<i>While the rotel rooms are only 3ft high, they are wide enough to deliver passengers a comfortable night's sleep. (LBH)</i>	Хоча й кімнати у ротелі заввишки всього 0, 91 м, проте вони достатньо широкі, аби забезпечити пасажиром комфортний сон.
7.	<i>Passengers were instructed to put on their life jackets. (RS)</i>	Пасажирам було запропоновано вдягнути рятувальні жилети .
8.	<i>"I don't think you understand that this is my busy season," Cullum said. (MH)</i>	“Мені здається, ти не розумієш, що гарячий сезон зараз у розпалі”, – сказав Каллем.
9.	<i>These wet-lease arrangements were subsequently revised and approved by the General Assembly in its resolution 55/274 of 14 June 2001. (ODS)</i>	Ці механізми оренди майна з технічним обслуговуванням були згодом переглянуті і затверджені Генеральною Асамблеєю в її резолюції 55/274 від 14 червня 2001 року.
10.	<i>Familiarization (familiarisation) trips/ fam trips can be a great learning tool for travel agents. (WTD)</i>	Ознайомлювальний тур може бути відмінним навчальним інструментом для туристичних агентів.
11.	<i>Many resorts have buffet restaurants, i.e. restaurants where visitors can freely choose various quantities of already cooked meals. (RFB)</i>	На багатьох курортах є шведські столи , тобто ресторани, де відвідувачі можуть вільно вибрати різну кількість вже

		приготованих страв.
12.	<i>The location of the Apart-hotel “AQUArelle” is a significant advantage. (AH)</i>	Розташування апарт-готелю (готелю категорії 3 зірок) «Акварель» є значною перевагою туру.
13.	<i>The lists of information which is to be entered in a customs declaration and the forms in which such information is entered shall be liable for official publication. (VTB)</i>	Перелік пунктів, що мають бути вказані в митній декларації , і спосіб, у який така інформація має бути надана, підлягають офіційному опублікуванню.
14.	<i>Research shows that caravanning is a mainstay of UK tourism. (LBH)</i>	Дослідження показують, що караванінг – основа туристичної сфери Великої Британії.
15.	<i>They are likely to be sophisticated users with many add-on devices and peripherals as well as additional software to make them more efficient. (HD)</i>	Швидше за все, ці досвідчені користувачі працюють з безліччю пристроїв, що підключаються , а також з додатковими програмними засобами, що підвищують ефективність роботи.
16.	<i>While Frike turned up many curious and useful items, it seemed a slack season for heads. (CDO)</i>	Повертаючись, він привозив багато цікавих і корисних речей, але що стосується відвідувачів, то в цьому сенсі панував мертвий сезон .
17.	<i>When such a pattern develops,</i>	За такої ситуації Promus

	<i>Promus immediately sends a nice letter to the customer lamenting the fact that the hotel chain can't meet his quality standards and inviting him to stay in a competitor's facility. (AH)</i>	невідкладно надсилає відвідувачу ввічливий лист з виразами щирого жалю з приводу неможливості для мережі готелів задовольнити його вимоги до якості обслуговування і з пропозицією скористатися послугами конкурентів.
18.	<i>Bed and breakfast inns can normally accommodate no more than 6 guests and they sometimes serve an evening meal. (AH)</i>	Готелі, що надають номери зі сніданками , можуть зазвичай розміщувати не більше 6 клієнтів, і в них інколи подають вечері.
19.	<i>As regards practical arrangements, efforts are first made to obtain upgrades to first class against payment of the full business-class fare. (ODS)</i>	На практиці спочатку робляться зусилля домогтися підвищення класу до першого при оплаті бізнес-класу за повним тарифом .
20.	<i>The practices of green tourism lead to sustainable development of local culture and the natural environment. (TBA)</i>	Поширення такого виду відпочинку, як зелений туризм , є результатом стрімкого розвитку рівня місцевої культури і покращення стану навколишнього середовища.
21.	<i>You can trade from a beach bungalow or a mountaintop chalet, as long as you have a good Internet connection. (AH)</i>	Ви можете здійснювати комерційні операції з котеджу на березі моря або з шале в горах, якщо в цих приміщеннях є

		швидкісний Інтернет.
22.	<i>More than the half of the jobs in housekeeping is found in hotels, motels, restaurants and others. (AH)</i>	Більше половини вакансій у сфері побутового обслуговування надають готелі, мотелі, ресторани.
23.	<i>Event management is the application of the management practice of project management to the creation and development of festivals and events. (FU)</i>	Івент-менеджмент – це форма управління проектом з планування і організації фестивалів та інших заходів.
24.	<i>In addition to providing quick service, the cafeteria requires fewer service personnel than most other commercial eating establishments. (LBH)</i>	Окрім надання швидкого обслуговування, в кафетерії необхідно менше обслуговуючого персоналу, ніж в більшості інших комерційних закладів громадського харчування.
25.	<i>Terminal 4 at JFK International Airport is a successful paradigm for air terminal management. (AF)</i>	Аеровокзал 4 Міжнародного аеропорту імені Джона Кенеді є успішним зразком організації роботи аеровокзалу.
26.	<i>The Standard Twin room features two comfortable twin beds. (AH)</i>	Стандартний номер на двох з окремими ліжками має два комфортабельних односпальних ліжка.
27.	<i>Bearing in mind the importance of microfinance instruments such as</i>	Пам'ятаючи про важливість інструментів мікрофінансування,

	<i>credit, savings and related business services in providing access to capital for people living in poverty.... (ICG)</i>	таких, як послуги у сфері кредитно-ощадної діяльності та пов'язані з ними послуги в сфері підприємництва , для забезпечення людям, що живуть за межею бідності, доступу до капіталу...
28.	<i>Cultural tourism is becoming increasingly popular within both the cultural and tourism sectors, but what does cultural tourism actually mean in practice? (WPD)</i>	Культурний туризм стає все більш популярним в обох секторах: культури та туризму, але що насправді розуміють під культурним туризмом?
29.	<i>A free tour conductor provides assistance, information and cultural, historical and contemporary heritage interpretation to people on organized tours and individual clients. (LJ)</i>	Безкоштовно наданий туристичною фірмою супроводжуючий для групи туристів надає допомогу, інформацію та ознайомлює туристів під час організованих та індивідуальних турів з культурною, історичною та сучасною спадщиною міста.
30.	<i>We bought a cheap package tour to Spain and stayed in a big hotel by the sea. (RS)</i>	Ми купили недорогоу тур-поїздку за фіксованою ціною до Іспанії і зупинилися у великому готелі на березі моря.
31.	<i>The hotel serves a continental buffet breakfast including a wide variety</i>	Крім того, гостям пропонується континентальний сніданок

	<i>of regional products and home-made cakes. (LBH)</i>	« шведський стіл », що включає різні страви регіональної кухні та домашню випічку.
32.	<i>Difference in frequency, S&P 500 5-day returns: normal. (ICG)</i>	Різниця частот, S & P 500, п'ятиденні прибутки - нормальний розподіл.
33.	<i>In addition, express passage for passengers with reduced mobility minimizes your waiting time at check-in and various airport check points. (EB)</i>	Крім цього, спеціальні переходи для пасажирів з обмеженими можливостями дозволяють їм уникнути черг під час реєстрації на рейс , а також на інших пунктах контролю пасажирів.
34.	<i>Upstairs there are two bedrooms with bathrooms one 3-seater and the other 4-seater duplex and another floor above double rooms with double bed. (LBH)</i>	На другому поверсі є дві спальні з ванними кімнатами: одна розрахована на 3 місця, а інша – на 4, а поверхом вище, над двомісним номером , знаходиться номер з двоспальним ліжком .
35.	<i>The back of the house (BOH) is currently being renovated and this new project also includes the Philips new generation bulbs. (LBH)</i>	В даний час проводиться ремонт службових приміщень готелю , який передбачає заміну старих ламп на лампи Philips нового покоління.
36.	<i>This luxurious complex, designed on the principle of «all inclusive», consisting of 64 apartments with</i>	Це розкішний комплекс, спроектований за принципом «все включено» , який

	<i>one-, two- and three-bedroom apartments, walking along the coast Bokokotorskogo bay with magnificent views of the sea. (AH)</i>	складається з 64 квартир з однією, двома і трьома спальнями, що розташований уздовж узбережжя Которської затоки з чудовим видом на море.
37.	<i>There are no banking facilities, but undated personal cheques and traveller's/traveller's cheques may be cashed at the Island Secretary's office. (ICG)</i>	Банківських установ немає, але в канцелярії секретаря острову можна перевести в готівку недатовані іменні та дорожні чеки .
38.	<i>This deposit will be reduced for any damages, lost or stolen items or for late check-out. Barring this, it will be returned in full at check-out. (VTB)</i>	Цей депозит буде утриманий за будь-який збиток, втрачені або вкрадені речі або пізній виїзд . Якщо не буде проблем, він буде повернутий у повному обсязі при виїзді з готелю.
39.	<i>You must make an advance reservation at the hotel reception for individual services in the centre. (AH)</i>	Ви повинні заздалегідь забронювати на стійці реєстрації індивідуальні послуги в центрі.
40.	<i>A certified customs clearance specialist carries out his (or her) duties as an employee of a customs broker (agent). (HD)</i>	Спеціаліст з митного оформлення виконує свої обов'язки митного брокера (представника).
41.	<i>But there is also concern that dying coral reefs will make tourist destinations like Belize less</i>	Однак існують побоювання, що через гинучі коралові рифи туристичні центри, як Беліз,

	<i>attractive for the masses. (LBH)</i>	будуть менш привабливими для туристів.
42.	<i>States also reported on action taken in regard to information on deep-sea fishing activities. (LBH)</i>	Держави також прозвітували по заходи стосовно інформації щодо океанічного промислу риби .
43.	<i>Therefore, it is a misconception that apartments for daily rent are only economy class for those who cannot afford a hotel room within Paris, London or somewhere in Oslo. (AF)</i>	Тому хибною є думка, що квартири подорожувальників це тільки економ клас для тих, хто не може дозволити готельний номер в межах Парижа, Лондона або де-небудь в Осло.
44.	<i>DHL can organize scheduled flights and chartered planes from a wide range of major carriers. (AF)</i>	DHL Global Forwarding організовує регулярні та чартерні рейси від різних перевізників.
45.	<i>For several tournaments the German Fans' Embassies used a more than eye-catching original red London Double Decker bus. (LBH)</i>	Протягом декількох турнірів німецькі фан-посольства використовували яскравий червоний лондонський двоповерховий автобус .
46.	<i>This is a great investment opportunity in a region with great potential for the development of religious tourism. (WPD)</i>	Це відмінна можливість для інвестицій в регіон з величезним потенціалом для розвитку релігійного туризму .
47.	<i>You are trying to value a bed-and-breakfast business in Vermont for its owner based upon the following</i>	Ви оцінюєте готель типу «нічліг – сніданок» у Вермонті на основі такої інформації.

	<i>information. (AH)</i>	
48.	<i>It is obvious that in order to ensure an adequate level of service in the capsule hotel the managing companies will require the most convenient and effective way to care for textiles. (MH)</i>	Очевидно, що для забезпечення належного рівня сервісу в капсульних готелях , керуючим компаніям необхідно застосовувати максимально оперативні, зручні та ефективні способи догляду за текстильними виробами.
49.	<i>You can stay in a hotel, bed-and-breakfast, apartment hotel, travel hostel or a student residence in a university or college for a short time. (AH)</i>	Ви можете зупинитися в готелі, пансіонаті, готелі квартирного типу , хостелі або студентському гуртожитку при університеті чи коледжі.
50.	<i>All our standard junior suites have twin beds (2x90cm) or a queen size bed (160cm), bedroom, living room, balcony and most have 2 bathrooms (one with bath tub and one with shower). (TUH)</i>	У всіх наших стандартних напівлюксах є спальня з двома односпальними (2x90 см) або одним широким двоспальним ліжком (160 см), вітальня, балкон і, в більшості з них, дві ванні кімнати (одна з ванною, інша з душем).
51.	<i>There are one- and two-bedroom junior suites, two-bedroom apartments and VIP-Suite. (ATPD)</i>	Номерний комплекс представлений одно- і двокімнатними номерами категорії «напівлюкс» , двокімнатними апартаментами та

		VIP-люксом.
52.	<i>The fields of application are interior doors, walls, furniture, profiles, naval and camping trailer sectors. (TTG)</i>	Сфери застосування – міжкімнатні двері, стіни, меблі, профілі, житлові причепи .
53.	<i>Whether your priority is price, flexibility or a particular cabin class, you will find an award ticket to suit you. (CDO)</i>	Якщо ціна, гнучкість або конкретний клас обслуговування є вашим пріоритетом, вам буде надано преміальний авіаквиток, який задовольнить ваші вимоги.
54.	<i>The thermal springs and gorgeous countryside here have been in harmony for centuries, while the vicinity offers more than enough interesting ways for spa guests to spend their free time. (TBA)</i>	Гарячі термальні джерела в поєднанні з чудовим краєвидом гармонійно співіснують вже декілька століть, а прилеглі околиці пропонують гостям курорту достатньо можливостей для вільного проведення часу.
55.	<i>In the bedroom - double bed, a glass closet, LCD flat TV, living room with sofa couch, convertible double space sofa, 2 chairs also have rollaway beds, which is very convenient for a stay of a large family or few people. (AH)</i>	У спальні знаходиться велике двоспальне ліжко, скляна шафа-купе, плазмовий телевізор; у вітальні – м'який куточок з диваном, що розкладається у двоспальне місце, 2 крісла теж мають розкладні спальні місця , що дуже зручно при проживанні великою родиною або для

		декількох людей.
56.	<i>Convictions had, however, been handed down for disability-based discrimination, such as in the case of a tour operator who had refused to allow a deaf person to join an organized tour, citing security reasons. (ET)</i>	Проте, звинувачувальні вироки за дискримінацію за ознакою інвалідності виносилися, наприклад, одній туристичній фірмі , яка, посилаючись на міркування безпеки, відмовила особі, яка страждає глухотою, в участі в організованій поїздки.
57.	<i>We offer the widest range of catered ski chalets in France, Austria, Italy, Andorra, Switzerland, USA, and Canada, from all the favourite tour operators. (SC)</i>	Усі улюблені туроператори пропонують вашій увазі найбільшу кількість гірних шале у Франції, Австрії, Італії, Андоррі, Швейцарії, США, Канаді.
58.	<i>Many boutique hotels are furnished in a themed, stylish and/or aspirational manner. (LBH)</i>	Багато бутік-готелів мають тематичний, стильний дизайн та обладнані на ваш смак.
59.	<i>Hostels in Scotland are the ideal accommodation for families, backpackers, groups, clubs and individuals young and old as you can find everything from basic economy dormitories to chic and spacious private rooms. (LBH)</i>	Шотландські хостели — ідеальне місце для родин, учасників похідних турів, груп, клубів та окремих осіб, молодих чи літніх, адже тут є безліч варіантів: від кімнат економ-класу до шикарних і просторих приватних номерів.
60.	<i>There are many estates with true</i>	У місті Бордо налічується багато

	<i>châteaux on them in Bordeaux, but it is customary for any wine-producing estate. (LBH)</i>	маєтків з справжніми шато , проте це звична річ для будь-якої виноробної садиби.
61.	<i>Believe me, if we were at some Beltway cocktail party, I would be getting all misty and nostalgic with the best of them. (HD)</i>	Повір мені, якби ми зустрілися на вечірці, в якомусь місці, обабіч кільцевої автостради навколо Вашингтону , я б обов'язково відчула ностальгію за колишніми часами.
62.	<i>Botels may range from small or larger purpose-built or converted boats or other watercraft, to converted ships. (LBH)</i>	Ботелі можуть варіюватися від невеликих, або ж великих спеціально побудованих чи реконструйованих човнів, чи інших плавучих засобів, до реконструйованих кораблів.
63.	<i>The importance of sales performance in SME banking means that acquiring clients has to be proactive; banks cannot wait for walk-in customers. (LJ)</i>	Те місце, яке продажі займають у банківському обслуговуванні МСП, означає, що необхідно вести активний пошук клієнтів; банки не можуть чекати, поки самі клієнти до них звернуться .
64.	<i>Floatels (floating hotels) are used as hotels on rivers or in harbour areas, or as accommodation of working people, especially in the offshore oil industry. (LBH)</i>	Флотелі – рекреаційні заклади, що функціонують на плаву, або як житлові приміщення для робочих верств населення, зокрема тих, які працюють у галузі офшорної нафтової промисловості.

65.	<i>Most penthouses provide spacious living areas between bedrooms for guests' privacy. (PBU)</i>	Більшість пентхаусів пропонують просторі зони відпочинку між спальнями задля усамітнення гостей.
66.	<i>With regard to economic rights, all citizens are entitled to engage in activities such as trade, contracting, import, export, commercial agency and similar forms of work. (ICG)</i>	Що стосується економічних прав, то всі громадяни мають право займатися такими видами діяльності, як торгівля, роботи за договором підяду, імпорт і експорт товарів, торгове посередництво та аналогічні види трудової діяльності.
67.	<i>New Age tourism, although relatively marginal and undeveloped, is a significant form of tourism which reflects the influence of postmodern culture. (WPD)</i>	Хоча туризм нової ери може бути відносно маргінальним та нерозвиненим, проте він є важливою формою туризму, яка відображає вплив культури постмодерну.
68.	<i>Over this past year, we have been fortunate enough to have been invited on several press trips. (RS)</i>	Лише за останній рік нам дуже пощастило, що нас включили до списку учасників поїздок для працівників преси.
69.	<i>To help people find these sights Tucsonan Daniel Abt has launched what he calls a "Retro-Tourism Guide". (MH)</i>	Щоб допомогти людям знаходити ці історичні пам'ятки Туксонан Даніель Абт створив так звану туристичну "Ретро-гід" програму.

70.	<i>We come to Madrid where there are dozens of good and inexpensive hotels, and you land us in this unspeakable hostelry. (RS)</i>	Ми приїхали в Мадрид, де десятки хороших недорогих готелів, а нас поселяють у цьому жахливому місці .
71.	<i>In many developed countries with a sizeable tourism industry, large-scale mass tourism poses a growing threat to the preservation of cultural and environmental resources. (TUH)</i>	У багатьох розвинених країнах з масштабним ринком туристичних послуг з масовим туризмом пов'язана зростаюча загроза збереження культурних і екологічних ресурсів.
72.	<i>Salt mine in the settlement Soledar (100 km from Donetsk) with a depth of 300 meters is the most famous Ukrainian object of industrial tourism. (ICG)</i>	Соляна шахта у місті Соледар (100 км. від Донецька) глибиною 300 м – найвідоміший український об'єкт індустріального туризму .
73.	<i>The Ministry also assists in the preparation of programs for agricultural tourism/ agritourism in the Arab villages, including in the Negev. (ODS)</i>	Міністерство також надає підтримку при підготовці програм агротуризму в арабських селах, в тому числі в Негеві.
74.	<i>First, it is development of popular science models of geographical sites, designed for “virtual tourism” and environmental outreach activities, promotion of remote tourism routes and sites. (ODS)</i>	По-перше, це створення загальнодоступних науково-популярних моделей географічних об'єктів, призначених для «віртуального туризму» та еколого-просвітницької діяльності,

		популяризації важкодоступних туристичних маршрутів і об'єктів.
75.	<i>Fans of extreme tourism have to note that skiing at nighttime in Dragobrat is not encouraged. (WPD)</i>	Любителям екстремального туризму варто пам'ятати, що існують перестороги щодо катання на лижах на Драгобраті вночі.
76.	<i>The boutique hotel offers rooms in cutting-edge design and state-of-the-art technology with serene spirituality and the principles of Feng Shui. (LBH)</i>	Цей бутик-готель пропонує номери з новітнім дизайном та найсучаснішими технологіями в поєднанні зі спокійним оточенням та реалізацією принципів Фен-шуй.
77.	<i>Connecting rooms are also available for parents and children, as well as the option of extra beds to allow the family to share one room. (WPD)</i>	Для сімей з дітьми пропонуються поєднані між собою номери ; а також можливість установки додаткових ліжок, щоб вся сім'я могла розташовуватися в одній кімнаті.
78.	<i>With this special offer you can book a Terrace, Executive or Regal suite and a Deluxe room including complimentary breakfast at Kaleidoscope or Saffron for up to 6 adults. (AH)</i>	Завдяки цій спеціальній пропозиції ви можете забронювати номер люкс Terrace, Executive або Regal та номер категорії Deluxe , а також безкоштовний сніданок в Kaleidoscope або Saffron для не більше ніж 6 дорослих.

79.	<i>In addition to an all-inclusive breakfast groups may book a half- or full pension for a minimal additional charge. (MH)</i>	Крім того, до пакету “сніданок “все включено”, ви можете забронювати напівпансіон чи повний пансіон за мінімальну додаткову плату.
80.	<i>Whether full-board or half-board has been agreed, the guest has the right to request, for meals of which he is not availing himself, an appropriate substitute provision (packed lunch) or a coupon, provided that he has indicated this in good time, that is by 18.00 hours the previous day. (LBH)</i>	У разі надання повного пансіону або напівпансіону гість має право замість харчування, яке він пропускає, вимагати заміну харчування (ланч-пакет) чи талон - за умови, що він заявив про це не пізніше 18 годин попереднього дня.
81.	<i>The funicular appeared on the Orlinaya Sopka's slope in 1962, with patronage of the then USSR's ruler Nikita Khrushchev, who was inspired by his visit to the USA and decided to turn Vladivostok into the second San-Francisco. (WPD)</i>	Фунікулер на схилі Орлиної сопки з'явився в 1962 році під патронатом тодішнього правителя СРСР Микити Хрущова, який, надихнувшись своїм візитом до США, задумав перетворити Владивосток в другий Сан-Франциско.
82.	<i>All international trains stop at the train station in Monaco-Monte-Carlo: the Ligure which links Marseille and Milan, or have at least a connecting train from the</i>	Кілька залізничних інтернаціональних ліній проходять через вокзал Монако - Монте-Карло: лінія "Лігурія", що зв'язує Марсель і Мілан, або ж

	<i>Principality. (CDO)</i>	принаймні у наявності є передатний потяг на основній залізничній лінії Князівства.
83.	<i>Get here on a car ferry from Stony Point or by driving over the suspension bridge from San Remo. (SC)</i>	Дістатися сюди можна на автомобільному поромі з Стоуні-Пойнт або по підвісному мосту з Сан-Ремо.
84.	<i>Visitors can also rent a boat or a catamaran, play big or table tennis, football, paintball, beach rugby and volleyball, and have fun at water rides. (AH)</i>	Відвідувачам пропонують покататися на човнах, катамаранах , пограти у великий або настільний теніс , футбол, пейнтбол, пляжне регбі , волейбол, а також розважитися на водних атракціонах .
85.	<i>Memorable glass-bottom boat trips from Corralejo to the island of Los Lobos or ferry trips to Lanzarote, big game fishing along the southern coast of Morro Jable or even dolphin watching are all exciting things to do in Fuerteventura. (LDI)</i>	На Фуертевентурі вас чекає безліч захоплюючих занять: незабутні морські прогулянки на теплоході зі скляним дном з Корралехо на острів Лос-Лобос, поїздки на поромі на Лансароте, ловля великої риби на південному узбережжі, в Морро-Хабле, а також спостереження за дельфінами .
86.	<i>The hydroplane is flying over the North Sea, showing the ships the way to the town of Igarka. (LDI)</i>	Гідроплан пролетів над північним морем, показуючи шлях кораблям до Ігарки.

87.	<i>Explore fascinating ports, relax in luxurious accommodations, and let loose with all the fun-filled activities on board your cruise liner. (LDI)</i>	Відкрийте для себе чудові порти, відпочиньте в розкішних номерах та насолодіться всіма веселими вечірками на борту вашого круїзного лайнера .
88.	<i>Take a canal boat tour for an exceptional way to see the city from the Neva. (LDI)</i>	Прогулянка на катері - це чудовий спосіб познайомитися з містом зі сторони ріки Неви.
89.	<i>The quays on the Baia Canal offer rowing boats or motorboats for hire, or you can take a trip on a piloted boat. (LDI)</i>	Пристані на Мережному каналі пропонують можливість прокату човнів та моторних човнів , а також існує можливість плавання на кораблі, керованому капітаном .
90.	<i>He bought a catamaran and offered cruises to the Great Barrier Reef. (RS)</i>	Він купив катамаран і почав проводити екскурсії для туристів на Великому бар'єрному рифі .
91.	<i>Introduced in 1999, our intuitive 3D approach to Product Lifecycle Management (PLM) helps customers achieve levels of innovation, quality, cost control, and time-to-market that are transforming the way they do business, whether they manufacture jumbo jets or mobile phones. (ODS)</i>	Наш інтуїтивний 3D-підхід до управління життєвим циклом продукції (PLM), вперше запропонований в 1999 р, допомагає користувачам досягти такого рівня інновацій, якості, контролю за витратами і прискорення випуску самої різної продукції (від авіалайнерів до мобільних телефонів), при якому

		стає можлива повна трансформація бізнесу.
92.	<i>And your trouble snowballs from there because walking on the autobahn is illegal too. (RS)</i>	На цьому ваші проблеми не закінчуються, оскільки ходити пішки по автобану теж заборонено!
93.	<i>The projected speed along the freeway will be presumably limited to 150 km/h. (RS)</i>	Передбачається, що розрахункова швидкість руху по магістралі складе 150 км / ч.
94.	<i>Thanks to its hilly surface, Slovakia offers excellent conditions for hand-gliding, paragliding or hot-air ballooning. (LDI)</i>	Завдяки своєму гірському рельєфу, у Словаччині є всі умови для дельтапланеризму, параглайдингу або польотів на повітряній кулі.
95.	<i>The safety kick-back brake, which triggers if recoil occurs, provides a high level of protection to the user. (SC)</i>	Система екстреної зупинки , що спрацьовує у випадку віддачі при пиланні, забезпечує високий рівень захисту користувача.
96.	<i>Here you can go whale-watching and island-hopping, or venture into the lush hinterland of World Heritage-listed national parks and rainforests. (TTG)</i>	Ви можете відправитися спостерігати за китами, відвідати острови чи ризикнути заглибитися в хащі національних парків та тропічних лісів , які до того ж внесені до списку всесвітньої спадщини.
97.	<i>An accommodation ladder is a</i>	Трап - переносні гнучкі сходи,

	<i>portable flight of steps down a ship's side. (WTD)</i>	що сполучають корабель з берегом.
98.	<i>Following a policy debate on global warming and transport during its November 2008 session, the World Forum WP.29 considered the possibility to organise a substantive round table on this subject, back-to-back with one of its forthcoming sessions. (PBU)</i>	Після політичної дискусії щодо питань про глобальне потепління та транспорту, що відбулася в ході листопадової сесії 2008 року, Всесвітній форум WP.29 розглянув можливість організації предметного «круглого столу» з цього питання, який був би приурочений до однієї з його майбутніх сесій.
99.	<i>The convention is however not limited to port-to-port carriage, but may also apply to the carriage of goods by other modes of transport, as long as a sea leg is involved. (TTG)</i>	Однак ця конвенція не обмежується перевезеннями між портами , а може також застосовуватися при перевезенні вантажів іншими видами транспорту, якщо частина перевезення здійснюється морем .
100.	<i>Two double rooms, one single room and a king room with a twin option. (LBH)</i>	Два двомісних номери , один одномісний номер і один великий номер з можливістю розміщення двох чоловік.
101.	<i>A door on the left takes into the bedroom, featuring an orthopaedic kingsize bed or two</i>	З житлової зони можна пройти в спальню з двоспальним ліжком або двома односпальними

	<i>twin beds, a mahogany chest of drawers or a massive wardrobe. (AH)</i>	ліжками з ортопедичними матрацами, витонченим дерев'яним комодом і комплектом тумбочок.
102.	<i>The Boutique Hotel Spa of Coson and its restaurants will be operated by one of the most reputable hotel chains currently active in Europe. (MH)</i>	Boutique Hotel Spa в Короні з його ресторанами керуватиметься однією з найшанованіших мереж готелів .
103.	<i>So, book cheap tickets to Berlin (Tegel airport) on great last-minute deals and leave off learning a few quintessential phrases for the plane. (FU)</i>	Забронюйте дешеві квитки до Берліну (аеропорт Тегель) за гарячею пропозицією і відкладіть вивчення ключових німецьких фраз на час польоту.
104.	<i>The campaign is not available for calls within the Happy Hours service, for YOYO calls within 500 free minutes and for calls between numbers from 2 SIM package at 6 bani per minute. (FU)</i>	Акція не поширюється на переговори в рамках послуги « Щасливі години »; на переговори YOYO в рамках 500 безкоштовних хвилин та на дзвінки між номерами, що належать пакету з 2-ма SIM картами, за тарифом 6 банів / хв.
105.	<i>While you are sipping a long drink or savouring a short drink, the bartender will entertain you with a small talk, a joke, or a trick. (TBA)</i>	Поки Ви посьорбуєте лонг-дрінк чи смакуєте шорт-дрінк , бармен розважить Вас бесідою, жартом чи яким-небудь трюком.
106.	<i>During peak season, the clubs and</i>	Під час оксамитового сезону

	<i>bars are packed with party-seeking people every day. (WTD)</i>	клуби і бари забиті охочими до розваг відвідувачами.
107.	<i>Gambia is promoting nature-based tourism (birds, butterflies and flora) from May to October during its low season for conventional tourism. (LDI)</i>	Гамбія пропонує вид туризму для любителів природи (птахи, метелики та флора) в період з травня по жовтень під час низького сезону для звичайного туризму.
108.	<i>The high season lasts from May to September. (WTD)</i>	Період підвищеного туристичного потоку припадає на травень - вересень.
109.	<i>Those passengers arriving at Luton Airport Parkway station without through ticket to the Airport and who wish to use the shuttle bus will pay an excess charge of £1.00 each way if they arrive at the station by train. (ATPD)</i>	Пасажири, що прибувають на станцію Luton Airport Parkway без квитка прямого сполучення до аеропорту і бажають скористатися маршрутним автобусом, платять додатковий збір у розмірі £ 1,00 в кожен кінець, якщо прибувають на станцію поїздом.
110.	<i>We have prepared the set of the most efficient tools and technologies for the successful overcoming of the dead season. (WTD)</i>	Для цього ми підготували набір найрезультативніших інструментів і технологій для успішного подолання мертвого сезону .
111.	<i>These objectives are the foundation for the work of UNWTO in</i>	Зазначені цілі становлять основу діяльності ЮНВТО в заохоченні і

	<i>promoting and developing sustainable and responsible tourism as defined in the principles of the Global Code of Ethics for Tourism.1 2. (ICG)</i>	розвитку стійкого і відповідального туризму , як це визначено в принципах Глобального етичного кодексу туризму 1. 2.
112.	<i>This market may even expand to offer logistics support and even space tourism/travel. (CG)</i>	Цей ринок може розширюватися навіть за рахунок пропозиції логістичної підтримки і навіть за рахунок космічного туризму .
113.	<i>The registration fee (early-bird registration, before February 25, 2010) is set at \$750 for a full delegate from a developed country and \$600 for a full delegate from a developing country. (AH)</i>	Реєстраційний внесок (рання реєстрація до 25 лютого 2010 року) визначений у 750 доларів США для повноважних делегатів з розвинених країн і 600 доларів США для повноважних делегатів з країн, що розвиваються.
114.	<i>Living room , open fireplace leading to sun lounge, doors onto sun terrace with outdoor dining. (LBH)</i>	До вашої уваги пропонується вітальня з відкритим каміном, з якої Ви можете потрапити у засклену терасу , двері якої, у свою чергу, ведуть до сонячної тераси , де ви маєте можливість обідати на відкритому повітрі.
115.	<i>Blackout period: a period of time during which insider transactions with company securities may not be conducted. (WTD)</i>	Періоди дії заборони - періоди часу, протягом яких заборонено проведення інсайдерами

		операцій з Цінними паперами Товариства.
116.	<i>Caribbean governments and tourism officials recognize new trends in tourism that indicate that the modern traveller/traveller has a major interest in experiencing the cultural products and lifestyle of the destination. (ICG)</i>	Уряди та посадові особи, відповідальні за розвиток туризму в країнах Карибського басейну, вбачають нові тенденції в цій галузі, які свідчать про те, що сучасний турист виявляє безпосередню зацікавленість до культури і способу життя місцевого населення.
117.	<i>Use of pressurized/ pressurized cabins for mobile plant which are designed to protect the operator from occupational particulate exposure during operation. (HD)</i>	Використання герметичних кабін для мобільного транспорту, які спроектовані для захисту водія від впливу твердих частинок під час вантажно-розвантажувальних операцій.
118.	<i>Hot and cold appetizers/ appetisers, exotic salads, meat and fish, as well as delicious desserts. (RFB)</i>	Холодні і гарячі закуски, екзотичні салати, страви з м'яса і риби, а також смачні десерти.
119.	<i>Valet parking is available and a shuttle to Munich Airport can be provided upon request. (AF)</i>	За запитом надається послуга паркування автомобіля службовцем готелю , а також організовується трансфер до аеропорту Мюнхена.
120.	<i>It was a country of origin/ origin country, transit and destination</i>	Мексика - країна походження, транзиту та призначення

	<p><i>for migrant workers: some 12 million Mexicans were living in the United States of America; 150,000 migrants passed through Mexico every year on their way to the United States; and 1 million foreign-born persons were living in Mexico. (ICG)</i></p>	<p>робітників-мігрантів: близько 12 млн. Мексиканців живуть у Сполучених Штатах Америки; 150000 мігрантів щороку перетинають Мексику дорогою до Сполучених Штатів; і 1 млн. осіб, народжених в інших країнах, живе на території Мексики.</p>
121.	<p><i>Before your flight, check-in is an essential step in confirming your presence for your flight, choosing your seat, and obtaining your boarding pass. (AF)</i></p>	<p>Реєстрація перед вильотом є важливим елементом Вашої поїздки; вона служить підтвердженням Вашого наміру вирушити в дорогу, дозволяє вибрати місце в салоні, а також передуює одержанню посадкового талона.</p>
122.	<p><i>Additional hydrotherapy facilities include Turkish baths, whirlpools, an ice fountain, a Finnish sauna, a steam bath, a Rasul bath as well as one outdoor and three indoor whirlpools. (LBH)</i></p>	<p>Додаткові види гідротерапії включають турецькі лазні, вихрові ванни, крижаний фонтан, фінську сауну, парову лазню, лазню Расул, а також один відкритий і три критих басейни.</p>
123.	<p><i>The owners are happy to organize boat excursions, snorkelling/ snorkelling and diving trips for their guests. (LBH)</i></p>	<p>Власники будуть раді організувати екскурсії на водному транспорті, снорклінг та дайвінг тури.</p>

124.	<i>In Jamaica, emphasis is placed on strengthening agrotourism/agritourism linkages. (ATPD)</i>	На Ямаїці наголошують на зміцненні міжгалузевих зв'язків агротуризму.
125.	<i>Barber's shops/barber shop across Georgetown, Guyana, are buzzing with chatter about the latest trends, community happenings, neighbourhood gossip and now, ways to protect young people from AIDS. (ATPD)</i>	У перукарнях по всьому Джорджтаун (Гайана) жваво обговорюють останні модні тенденції, події в громадах, місцеві плітки, а тепер ще й способи захисту молоді від СНІДу.
126.	<i>For the right operation of the boiler the independent flue must be dimensioned in the right way, because combustion, output and service life of boiler depends on the draught/ draft. (ODS)</i>	Для належної роботи котла необхідно, щоб самостійний димохід димової труби був правильно визначений, тому що від його тяги залежить згорання, потужність і довговічність котла.
127.	<i>Other economic development opportunities, such as Marina/Yachting (Yacht)/Marine Tourism should be promoted, and efforts to change existing national law concerning foreign-flagged yachts should be made. (SC)</i>	Варто заохочувати й інші можливості економічного розвитку, такі як катерний / яхтінговий / морський туризм , а також спрямувати зусилля на зміну існуючого національного законодавства щодо малих суден, що прибувають під іноземними прапорами.
128.	<i>Summer residences, villas, sport and tourist centres, motels, camping-</i>	До складу житлового фонду не враховуються дачі, літні садові

	<p><i>sites (campingsite)/ campsites, sanatoriums and other buildings and facilities designed for seasonal or temporary residence are not considered as housing resources. (PBU)</i></p>	<p>будиночки, спортивні та туристичні бази, мотелі, кемпінги, санаторії та інші будівлі і приміщення, призначені для сезонного і тимчасового проживання.</p>
129.	<p><i>The outlook for the global food sector remains uncertain. It is facing various challenges related to the economic turning downs/ turndowns in selected countries and demographic issues, including growing urbanization. (ODS)</i></p>	<p>У прогнозі щодо світового продовольчого сектору зберігається невизначеність: цей сектор стикається з різними викликами, які пов'язані з економічними спадом в окремих країнах і з демографічними проблемами, включаючи зростаючу урбанізацію.</p>
130.	<p><i>Please check the date of departure/departure date and Do not forget make order to the return flight! (AF)</i></p>	<p>Будь ласка, перевірте дати вильоту і не забудьте зробити замовлення на зворотній рейс!</p>
131.	<p><i>You must exchange your driving licence for a Finnish one within two years of your date of arrival/ arrival date to Finland. (AF)</i></p>	<p>Посвідчення водія слід змінити на фінське протягом двох років з дня переїзду в країну.</p>
132.	<p><i>The Committee is concerned that the State party continues to be a country of origin/ origin country</i></p>	<p>Комітет стурбований тим, що держава-учасниця залишається країною походження та</p>

	<i>and transit for trafficking in persons, and that the prosecution rate of offenders is very low, given the extent of the problem. (ICG)</i>	транзиту торгівлі людьми, і що рівень порушених судових переслідувань винних осіб дуже низький з урахуванням розмаху цієї проблеми.
133.	<i>This means jobs in the construction sector because increased tourism creates demand for constructing more tourism infrastructure/ infrastructure of tourism and the necessity of appropriate development. (ICG)</i>	Це робочі місця в будівельному секторі, оскільки із зростанням туризму виникає відповідна необхідність створення туристичної інфраструктури.
134.	<i>However, development of interregional relations and tourism demand/ demand for tourism, the need to coordinate activities of various regional, intergovernmental, interregional, nongovernmental structures in tourism, dictate the necessity of establishment of a multilateral coordinating body representing all countries and regions of Northeast Asia. (ICG)</i>	Проте, розвиток міжрегіональних зв'язків та туристичного попиту , потреба в координації діяльності різних регіональних, міжурядових, міжрегіональних, неурядових структур в туризмі диктують необхідність створення багатостороннього координуючого органу, який представляє всі країни і регіони Північно-східної Азії.
135.	<i>In 2012 the new project “Chausy school of farm tourism/ farm stay tourism development” started that</i>	У 2012 р стартував новий проект «Чаушська школа розвитку агроекотуризму », який буде

	<i>is to be implemented in cooperation with Mogilev environmental public association “ENDO”. (ODS)</i>	реалізовуватися у співпраці з Могилівським екологічним громадським об'єднанням «Ендо».
136.	<i>Share its experiences, expertise and initiatives with interested countries in the field of public health and “healthcare tourism/health tourism” (FU)</i>	Поділитися з зацікавленими країнами своїм досвідом, експертним потенціалом та ініціативами в галузі суспільної охорони здоров'я і «оздоровчого туризму».
137.	<i>The Family Trail comes to an end when you see the rustic buildings and fishing rafts of Sok Kwu Wan Village, where you can restore your energy on Seafood Street – a group of restaurants raised on stilts above the bay, which are popular with weekend day trippers/ trippers. (TTG)</i>	Сімейна стежка закінчується, якщо вашому оку відкрилися селянські будівлі і рибальські човни села Сік Кву Ван, де ви можете підкріпитися на вулиці морепродуктів - кілька ресторанів на палях над бухтою, популярних у туристів, які проводять тут вихідні.
138.	<i>After eight days at UNESCO headquarters in Paris, a travelling exhibition will leave for a world tour/world round tour on 30 January to convey the Year's main messages to policy- and decision-makers, students and the general public. (ODS)</i>	Пересувна виставка, яка через вісім днів після відкриття Року біологічного різноманіття відправиться 30 січня з штаб-квартири ЮНЕСКО у світове турне , призначена саме для просвіти в галузі біорізноманіття самих різних верств населення -

		від політиків і великих чиновників до учнів шкіл.
139.	<i>Activities such as whale watching, scuba diving, eco-tourism and bathing require the attention of both the industry itself and the governmental regime under which they operate. (ATPD)</i>	Такі види розваг, як спостереження за китами, плавання з аквалангом, екологічний туризм і купання, привертають до себе увагу індустрії дозвілля і викликають інтерес з боку урядів у плані регулювання цієї індустрії.
140.	<i>If the passenger, having an open ticket/ open-date ticket for departure, approaches with a carriage booking request, and the Carrier does not have the opportunity to provide a seat to the passenger and carriage capacity during the ticket's validity, the Carrier or the Authorized agent should make a booking on the nearest flight on which there is a free passenger seat and carriage capacity of that service class, which corresponds to the paid service class. (AF)</i>	Якщо пасажир , який має квиток з відкритою датою відправлення , звертається з проханням про бронювання перевезення, а Перевізник не має можливості надати пасажирське місце і провізну ємність протягом терміну дії квитка, то Перевізник або Уповноважений агент повинен зробити бронювання на найближчий рейс, на якому є вільне пасажирське місце і провізна ємність того класу обслуговування, який відповідає оплаченому класу обслуговування.

141.	<p><i>If food and drink are available in the accommodation, but are brought into it and consumed in the public areas by the guests, the accommodation provider is entitled to charge an appropriate compensation to the account (so called "cork charge" (corkage) for drinks). (AH)</i></p>	<p>Якщо продукти харчування та напої продаються в готелі, але відвідувачі приносять свої продукти з собою і споживають в громадських приміщеннях, готель має право виставити рахунок для адекватного відшкодування.</p>
142.	<p><i>At a hotel or motel (motor hotel), you may have to pay an extra charge for each call you make from your room. (LBH)</i></p>	<p>У готелі чи мотелі можуть брати плату за кожен дзвінок, який ви зробите зі своєї кімнати.</p>
143.	<p><i>If the host country operator uses a special tariff for incoming calls, her discount is applied only to Moldcell tariff for incoming calls. (ICG)</i></p>	<p>У тому випадку, якщо оператор приймаючої країни стягує спеціальний тариф за всі вхідні дзвінки, знижка застосовується тільки до тарифу Moldcell на вхідні дзвінки.</p>
144.	<p><i>There is a risk that travel that is funded by headquarters would not be reviewed to ensure that the advance paid was spent on valid official business travel and that there are no refunds that need to be paid back by staff members to</i></p>	<p>Існують побоювання щодо того, що поїздки, фінансовані штаб-квартирою, не будуть перевірятися на предмет того, що аванси, виплачені в рахунок покриття дорожніх витрат, були витрачені на цілі затвердженої</p>

	<i>headquarters. (ICG)</i>	офіційної поїздки і що за співробітниками не числиться коштів, що підлягають відшкодуванню штаб-квартирі.
145.	<i>Tourists from, say, the Czech Republic or Estonia can enjoy short-termor leisure travel in the USA without necessarily being dependent upon an embassy in their own country. (TTG)</i>	Туристи з таких країн, як Чеська республіка чи Естонія можуть насолоджуватися особистими поїздками до США, не будучи залежними від посольства в їх власній країні.
146.	<i>The volume of domestic tourist traffic in the past year amounted to 32 million people, the number is very small, and this figure should be increased, Deputy Minister of Sport, Tourism and Youth Policy Nadezhda Nazina said at a meeting of the Public Council on the preparation of the Olympic Games in 2014. (ODS)</i>	Обсяг внутрішнього турпотoku склав торік 32000000 людей, що дуже мало, і цей показник необхідно збільшувати, заявила на засіданні Громадської ради з підготовки Олімпійських ігор 2014 року заступник міністра спорту, туризму і молодіжної політики Надія Назина.
147.	<i>International tourist arrivals have fluctuated dramatically from year to year, in response to the series of disasters, perceived health risks, security issues, and economic crises. (ICG)</i>	Потік міжнародних туристів з року в рік різко змінюється в залежності від стихійних лих, реальних чи уявних загроз для здоров'я, питань безпеки та економічних криз.
148.	<i>In addition, passengers may change</i>	Крім того, пасажир може змінити

	<i>the declared value of their checked baggage. (AF)</i>	розмір раніше оголошеної цінності зареєстрованого багажу.
149.	<i>In the case of unchecked baggage, the carrier is liable only if at fault. (AF)</i>	У разі незареєстрованого багажу (ручна поклажа), перевізник несе відповідальність тільки за наявності його вини.
150.	<i>The second challenge will be to redesign that stimulus to provide more direct support for job growth, with less emphasis on tax cuts and more on direct spending. (ICG)</i>	Друге завдання полягає в реорганізації програм стимулювання з таким розрахунком, щоб вони більш безпосередньо сприяли зростанню зайнятості, тобто щоб вони передбачали не стільки скорочення податків, скільки збільшення прямих витрат .
151.	<i>The total economic footprint of the Mission is higher, as indirect spending (rent, local services) by the international staff should also be taken into account. (ICG)</i>	Однак загальний економічний вплив Місії є найбільш істотним з урахуванням непрямих витрат міжнародного персоналу (оплата оренди житла та місцевих послуг).
152.	<i>When products become commodities there is fierce price competition between manufacturers and profit margins are squeezed. (ET)</i>	Коли вироби стають товарами, між виробниками виникає жорстка цінова конкуренція , і розміри прибутку скорочуються.
153.	<i>Non-price competition is a marketing</i>	Нецінова конкуренції -

	<i>strategy in which one firm tries to distinguish its product or service from competing products on the basis of attributes like design and workmanship. (WPD)</i>	маркетингова стратегія, в якій фірма намагається виділити саме свій продукт чи послугу, досягаючи вищої якості шляхом вдосконалення дизайну та якості виготовлення.
154.	<i>A major achievement of this, and similar MOST networks, is that all involved countries (of emigration as well as immigration) can work together on an equal basis under the umbrella of UNESCO. (EB)</i>	Одне з великих досягнень цієї, а також аналогічних мереж МОСТ, полягає в тому, що усі охоплені країни (як еміграції , так і імміграції) можуть працювати спільно на рівноправній основі під егідою ЮНЕСКО.
155.	<i>In addition, personnel on board have to transit through Khartoum for all inbound and outbound travel. (PBU)</i>	Крім того, для в'їзду і виїзду з країни діючі співробітники повинні проїжджати через Хартум.
156.	<i>Staff should also be encouraged to downgrade voluntarily where possible from a business class entitlement to premium economy or economy class. (PBU)</i>	Слід також заохочувати, там, де це можливо, практику добровільного зниження співробітниками бізнес-класу до економічного класу підвищеної комфортності або звичайного економічного класу .
157.	<i>There is a need to develop and upgrade existing border crossings and build new ones, to ensure</i>	Необхідно розвивати і вдосконалювати існуючі пункти перетину кордону та будувати

	<i>smooth servicing of current traffic levels and to faster both business and tourism cross-border flows. (PBU)</i>	нові для забезпечення безперебійного обслуговування транспорту, а також сприяти зростанню ділових та туристичних потоків.
158.	<i>This product was developed specially for account management and provides our tourists with an overview of their account activity at any time via an online connection, except for having an off-line connection. (VTB)</i>	Даний проект був розроблений нами для управління рахунками і дає нашим туристам можливість в будь-який час отримати за допомогою он-лайн-зв'язку огляд про рух на рахунках, проте операція буде неможливою у випадку оф-лайн зв'язку .
159.	<i>At the same time, you will receive a reply message from the device, showing you the longitude and latitude of the car. (HD)</i>	У той же час, ви отримаєте у відповідь повідомлення з приладу, яке вказує широту і довготу місцезнаходження автомобіля.
160.	<i>On long-haul flights, we offer a daily menu at no extra charge for all destinations and travel classes. (AF)</i>	На далекомагістральних рейсах в класах Економічний Преміум та Економічний ми пропонуємо щоденне меню без додаткової оплати для всіх напрямів.
161.	<i>Increasingly, high-speed rail is emerging as an alternative to short-haul air transport, and urban areas are turning to new</i>	В якості альтернативи близькомагістрального авіатранспорту все ширше починає використовуватися

	<i>modes of light-rail transit. (ODS)</i>	швидкісний залізничний транспорт, а в міських районах починають застосовуватися нові види швидкісного рейкового транспорту.
162.	<i>Any person who is issued with a Long Stay (D) visa, whether Single or Multiple Journey, and intends to remain in Ireland for a period exceeding 90 days must register with the Garda National Immigration Bureau (GNIB) within 90 days of arrival in the State. (HD)</i>	Будь-яка особа, якій видана довгострокова віза («D»), як однократна, так і багаторазова, яка при цьому має намір знаходитися в Ірландії протягом понад 90 днів, повинна протягом 90 днів з моменту прибуття до Держави зареєструватися в Національному імміграційному бюро при Департаменті поліції (GNIB).
163.	<i>For a Short Stay visa, if you have held 2 previous Irish visas and have observed the conditions of these visas (e.g. you did not overstay or work illegally) you may apply for a Multiple-Journey visa. (HD)</i>	Ви можете звернутися за багаторазовою візою замість короткострокової візи , якщо раніше Ви отримували 2 ірландських візи і виконували їх умови (наприклад, не перевищували термін свого перебування або не працювали нелегально).
164.	<i>All guest rooms offer views of the street, courtyard or mountains.</i>	З усіх номерів відкривається вид на вулицю, внутрішній двір чи

	(AH)	гори.
165.	<i>Internet access is available free of charge in the guest rooms and public rooms. (AH)</i>	Доступ до Інтернету надається безкоштовно в номерах та громадських приміщеннях готелю.
166.	<i>Leakage is the process whereby part of the foreign exchange earnings generated by tourism, rather than reaching or remaining in tourist-receiving countries, is either retained by tourist-generating countries or other foreign firms. (ODS)</i>	Витік - це процес, в результаті якого частина валютних надходжень, створюваних сектором туризму, не досягаючи країн, що приймають туристів , осідає або в країнах, з яких виїжджають туристи , або у інших іноземних фірм.
167.	<i>A doctor must be present during charter flight removals. (AF)</i>	Якщо переліт здійснюється чартерним рейсом , на борту повинен знаходитися лікар.
168.	<i>This explains a faster growth of scheduled flight passenger miles which reached 86.7% compared to the rate of growth of revenue passengers. (AF)</i>	Цим пояснюється більш високий темп зростання пасажирообігу на регулярних рейсах - 86,7% в порівнянні з темпом зростання числа перевезених пасажирів.
169.	<i>A predominant push factor for migrating was perceived employment and, despite the reciprocal relationship between economies that may be able to absorb additional migrants which</i>	Переважним рушійним чинником міграції є уявлення про те, що в іншому місці є можливість знайти роботу, і, незважаючи на економічний взаємозв'язок між країнами, які

	<i>move in search of employment based on perceived demand in the host country, it is often the irregular migrant who is penalized. (ODS)</i>	можуть поглинати додаткових мігрантів , що переміщаються в пошуку зайнятості, виходячи з уявлення про попит на робочу силу в приймаючій країні , жертвою в цьому випадку часто стає незаконний мігрант.
170.	<i>A pull factor needs to be created inside Afghanistan to encourage the voluntary return of refugees. (ODS)</i>	Необхідно створити фактор тяжіння в самому Афганістані, з тим щоб сприяти добровільному поверненню туди біженців.
171.	<i>The Air Terminal Unit provides uninterrupted ground-handling services seven days a week, in collaboration with the Movement Control Section, for more than 25 weekly regular flights (landing and take-off) and a number of unscheduled flights. (ODS)</i>	Група з аеродромного обслуговування у співпраці з Секцією управління перевезеннями забезпечує безперервне щоденне наземне обслуговування більше 25 щотижневих регулярних польотів, а також кількох незапланованих польотів .
172.	<i>For the purpose of the Staff Rules, “excess baggage” shall mean any accompanied baggage not carried free of charge by transportation companies. (ODS)</i>	Для цілей Правил про персонал «наднормативний багаж» означає будь-який супроводжуваний багаж , за перевезення якого транспортна компанія стягує додаткову плату.
173.	<i>Goods in unaccompanied baggage of</i>	Товари в несупроводжуваному

	<i>the person under the age of sixteen shall be declared by one of his parents, adoptive father, guardians or curator or by other persons acting under a power of attorney for these persons. (ICG)</i>	багажі неповнолітньої особи у віці до шістнадцяти років підлягають декларуванню одним з батьків, усиновителем, опікуном чи піклувальником або особами, що діють за дорученням зазначених осіб.
174.	<i>People may go through the green channel if they are not carrying goods, which should be declared (Customs officials will ask to inspect tourists' baggage). (ICG)</i>	Громадяни можуть проходити через зелений коридор , якщо при них немає товарів, які необхідно декларувати (співробітники митниці мають право оглянути туристичний багаж).
175.	<i>If you follow the red channel, your luggage, including your hand luggage, will be x-rayed. (FU)</i>	Якщо ви проходите через червоний канал , ваш багаж, у тому числі ручна поклажа , буде підданий рентгенівському контролю.
176.	<i>It offers spacious, self-catering rooms with free Wi-Fi, a netbook computer and a personal shopper service. (AH)</i>	У вашому розпорядженні просторі номери з власною кухнею , безкоштовним Wi-Fi і нетбуком.
177.	<i>An entry visa is required by certain nationalities or in certain circumstances. (ATPD)</i>	Для громадян деяких держав або за певних обставин потрібна в'їзна віза .
178.	<i>Nevertheless, the procedure for</i>	При цьому отримання виїзної

	<i>obtaining an exit visa is fairly simple. (ODS)</i>	візи являє собою досить просту процедуру
179.	<i>For New York City, a “heads in beds” strategy means attracting foreign tourists, not simply visitors from New Jersey or Connecticut who commute back to their homes. (TBA)</i>	Для Нью-Йорка стратегія « зайнятих номерів » полягає у залученні більшої кількості саме іноземних туристів, а не просто для переїжджаних відвідувачів з Нью-Джерсі або Коннектикуту.
180.	<i>Finger buffet – a meal, in which the food is eaten with the fingers, often by guests who are standing. (CDO)</i>	« Фінгер бафіт » - різновид «шведського столу», на якому запрошені особи стоячи споживають їжу лише пальцями, без столових приборів.
181.	<i>Charter your private jet with up to 75% lower prices thanks to empty leg flights. (LJ)</i>	Вам надається можливість зафрахтувати Ваш приватний літак зі знижкою до 75 % завдяки разовим чартерним рейсам .
182.	<i>In travel-industry jargon, the year is divided into three seasons: peak season (roughly mid-June through August), shoulder season (April through mid-June and September through October), and off-season (November through March). (RS)</i>	У туристичній лексиці рік поділяється на три сезони: оксамитовий сезон (приблизно з середини червня до кінця серпня), середній сезон (з квітня до середини червня і з вересня до жовтня) та міжсезоння (з листопада по березень).
183.	<i>Bucket shop usually refers to a particular type of fraudulent</i>	Спекулятивна біржова контора – зазвичай мається на увазі

	<i>business. (WPD)</i>	певний тип незаконного бізнесу.
184.	<i>The Fork Buffet strives to provide you with the opportunity to build your own meal with choices of only the finest quality ingredients to meet any individual dining needs. (RFB)</i>	Такого типу « шведський стіл » прагне надати Вам можливість скомпонувати свій власний обід, обираючи лише найкращі якісні інгредієнти, щоб задовольнити будь-які індивідуальні смакові потреби.
185.	<i>Mixed drinks, classic cocktails and other drinks are available at a great Chicago cocktail lounge. (TOT)</i>	У чудовому коктейль-барі Чикаго можна замовити класичні коктейлі, змішані та інші напої
186.	<i>Silver Service actually describes the service process of serving diners from a silver dish or platter directly onto the diners plate, rather than the common practice of serving the ready platter meal to the diner. (LDI)</i>	Срібне обслуговування — спосіб обслуговування клієнтів, подаючи замовлену їжу зі срібного блюда на тарілку відвідувача, а не загально прийнятий спосіб подання готового замовлення на одній тарілці.
187.	<i>Key tips for how to get the lowest ski train and snow train fares and how to save money when travelling to ski resorts by train. (SC)</i>	Тут Ви знайдете основні поради щодо того, як отримати найнижчі тарифи оплати снігоходних автопотягів і як заощадити гроші при поїздках на гірськолижні курорти.
188.	<i>What makes the Sky Bed unique</i>	Завдяки розробленому

	<i>among gathered-end hammocks is that it has been engineered with an asymmetric lay. (TUH)</i>	симетричному плануванню, цей гамак вважається єдиним унікальним серед усіх інших гамаків.
189.	<i>In fact, you're probably better off looking for an open-jaw ticket which are surprisingly easy to find — if you know where to look. (MH)</i>	Насправді, Вам краще шукати квиток з незамкнутим маршрутом , який напрочуд легко знайти - якщо ви знаєте, де шукати.
190.	<i>As verbs the difference between <i>deplane</i> and <i>enplane</i> is that deplane is to disembark from an airplane while enplane is to board an airplane. (WTD)</i>	З точки зору дієслів, то різниця між поняттями «висаджувати» та «саджати» полягає в тому, що перший — здійснювати висадку з літака , а другий навпаки — здійснювати посадку на борт літака .
191.	<i>Foreign visitors arriving or departing Thailand are required to fill out an arrival card or departure card. (TTG)</i>	Іноземні гості, що прибувають до чи вилітають з Таїланду зобов'язані заповнити картку прибуття чи відправлення .