

Іронічне зображення контрасту між мріями матері й сина слугує своєрідним «дзеркалом», у якому відбиваються суспільні настрої доби: таким чином Л. М. Монтгомері висміює розрив між прагненням до високого соціального статусу (вишуканого, «аристократичного» життя) і повсякденними реаліями, характерними для жителів невеликого містечка: “He informs me that he means to be a carpenter, but Mrs. Donnell says I am to make a college professor out of him” [3, с. 69]

Поза тим, що образ наратора є близьким до біографічного автора, вони не є тотожними. Образ автора у Л. М. Монтгомері є імпліцитним, авторська позиція висловлюється не прямо, а опосередковано (через художні колізії, алюзії та ремінісценції, контрасти, авторську іронію та ін.).

Таким чином, наративні структури романів «Енн із Зелених Дахів» та «Енн із Ейвонлі» представляють собою складне багаторівневе утворення, у якому поєднуються різні точки зору (мовна, ідеологічна, перцептивна тощо). Важливим аспектом точки зору наратора є іронічна оцінка дій і поглядів персонажів, здебільшого виражена імпліцитно. Взаємодія і взаємонакладання різних наративних шарів створює ефект «багатоголосся» роману, а також розширює можливості для читацької інтерпретації.

Література

1. Шмид В. Нарратология. Москва : Языки славянской культуры, 2003. 312 с.
2. Fludernik, M. An Introduction to Narratology. New York : Routledge, 2009. 200 p.
3. Montgomery, L. M. Anne of Avonlea. London : Puffin Books, 2009. 400 p.
4. Montgomery, L. M. Anne of Green Gables. London : Puffin Books, 2008. 464 p.

The paper aims to determine the different types of characters' perspectives, the explicit and implicit factors influencing the switch thereof, and the literary means illustrating the dynamics of perspective switch in Lucy Maud Montgomery's critically acclaimed novels "Anne of Green Gables" and "Anne of Avonlea".

Key words: *L.M. Montgomery, Canadian literature, point of view, image, motif, symbol.*

Євгенія Костянтинівна Олійник

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Науковий керівник – к. філол. н., доц. Сухачова Н. С.

Особливості перекладу англомовних термінів сфери туризму

Постановка проблеми: Термінологія та її вплив на літературну норму зумовлюють зацікавленість лінгвістів до вивчення особливостей формування та перекладу термінів. Вивчення туристичної термінології цікавить як лінгвістів, так і фахівців у сфері туристичного бізнесу, оскільки стрімкий розвиток цієї галузі зумовлює підвищення вимог до належного рівня підготовки працівників. На сьогодні проблема вивчення туристичної лексики та способів її перекладу повністю не досліджена, оскільки ця галузь стрімко розвивається та збагачується новими поняттями.

Формулювання мети: Метою статті є дослідження основних способів перекладу термінів туристичної сфери, визначення продуктивних способів утворення нових термінів та специфіки туристичної термінології, дослідження можливих шляхів розвитку та збільшення туристичної термінології в українській та англійській мовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальність дослідження способів перекладу туристичних термінів зумовлена співпрацею між зарубіжними та вітчизняними туристичними фірмами, а також швидким розвитком туристичного бізнесу. Слід приділити увагу семантичним та функціональним особливостям англійської термінології туризму. Також дослідження термінології туризму цікаве не лише для мовознавців, а й для фахівців цієї сфери, які користуються нею в своїй повсякденній професійній діяльності.

Незважаючи на пандемію Covid-19 та російське вторгнення в Україну 2022 (Російсько-українська війна з 2014), туризм є однією з найбільш прибуткових сфер економіки. Оскільки термін “туризм” є одним із головних понять дослідження, слід дати його визначення. Однозначно сформулювати цей термін досить складно, проте найбільш влучним та точним, на нашу думку, є визначення Всесвітньої онлайн-енциклопедії Вікіпедії. “Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання із оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування” [13]. Також чимала кількість науковців зазначають, що туризм є способом ознайомлення з традиціями та звичаями інших країн або територій.

Термінологічна лексика постійно поповнюється неологізмів, які з’являються у більшості сучасних мов. На сьогодні повністю сформовані термінологічні відповідники у сфері туризму в українській мові відсутній, що зумовило появу тенденції до запозичення понять в англійській мові. Також слід зазначити, що помічаються запозичення з інших мов, польської, іспанської та французької. Англійська мова — найпоширеніша мова у світі, тому є інтернаціональна саме у сфері туризму. Англійська туристична термінологія зараз перебуває на етапі

свого розвитку. Слід наголосити, що донедавна більшість англійських реалій, не лише в туристичній сфері, не мали відповідників в українській мові, отже це становило появу дослідницького інтересу до цієї галузі.

За визначенням І. С. Квітко “термін – це слово чи словесний комплекс, що співвідноситься з поняттям певної організованої галузі пізнання (науки, техніки), що вступають у системні відносини з іншими словами та словесними комплексами і утворюють разом з ними в кожному окремому випадку та в певний час замкнену систему, що характеризується високою інформативністю, однозначністю, точністю та експресивною нейтральністю” [5, с. 21].

О. В. Суперанська у своїх наукових дослідженнях умовно поділяє термінологічну лексику на три групи: загальнонаукові, міжгалузеві та вузькоспеціалізовані терміни [7]. Т. Р. Кияк виділяє вісім типів термінів: 1) терміни-кореневі слова; 2) похідні терміни; 3) терміни-складні слова; 4) терміни-словосполучення; 5) терміни-аббревіатури; 6) буквені умовні позначення; 7) символи-знаки; 8) номенклатура [5, с. 9-10]. Л. Б. Ткачова поділяє терміни на: 1) прості; 2) складні; 3) термінологічні словосполучення з прийменниковим або безприйменниковим сполученням елементів [8, с. 8].

У праці А. С. Дякова, Т. Р. Кияка, З. Б. Куделько “Основи термінотворення: семантичний та соціолінгвістичний аспект” представлено найпродуктивніші шляхи утворення термінів:

- 1) надання статусу термінів загальноновживаним лексичним одиницям рідної мови;
- 2) утворення термінів шляхом запозичення з інших мов;
- 3) вживання слів і словотворчих моделей грецької та латинської мов;
- 4) запозичення одиниць з інших наукових сфер [2, с. 15].

Туристична термінологія пройшла певні етапи свого розвитку. Науковці пропонують таку періодизацію:

- 1) епоха античності (багато подорожей, пов’язаних з іншими сферами людської діяльності зумовило появу нових термінологічних одиниць (*excursion, carriage, hotel*);
- 2) епоха масового туризму (середина XIX століття), в яку почали з’являтися терміни пов’язані з готельно-ресторанним бізнесом: (*booking, buffet, maitre d’hotel, a la carte, airport, motel, room-service*);
- 3) епоха диференційованого туризму, яка датується початком Другої світової війни і пов’язана з розвитком спрямованості на кожного окремого споживача туристичних послуг (*rural tourism, honeymoon suite*) [1, 9];

Саме остання епоха характеризується появою величезної кількості нових слів у туристичній сфері, які можна до таких семантичних груп:

- 1) назви турів та видів туризму (*soft tourism, nature tourism with a soft touch, religious tourism, coastal cruise, birth tourism, tattoo tourism, health/ medical tourism, dental tourism, cosmetic tourism*) [3,11];
- 2) назви видів їжі та харчування (*continental breakfast, pool bar, brunch, a la carte menu*) [10, 12];
- 3) назви туристичних документів (*hotel voucher, ski pass, health declaration form*) [12];
- 4) назви видів транспорту та засобів пересування (*glass-bottomed boat, cruise liner, camper van, shuttle bus, ski-bus, recreational vehicle*) [9, 12];
- 5) назви різних видів спорту (*scuba diving, cave tubing, ski-pass, skiing, snowboarding*) [9,12];
- 6) назви приміщень для поселення туристів (*superior chalet, serviced, non-serviced accommodation, hostel, penthouse, inn, resort hotel*) [10, 12].

Найбільш значний розвиток туристичної термінології англійської та української мов відбувся у ХХ століття.

Проаналізувавши матеріал та наукові праці, можна виокремити чотири способи запозиченої лексики:

- 1) калькування (дослівний переклад) – цей спосіб передбачає збереження форми слова та передачу терміна без змін (*open date ticket – авіаквиток з «відкритою» (нефіксованою) датою подорожі, economy class – економ-клас, all inclusive – «все включено»*) [9; 12];
- 2) передача значень слів завдяки відносним або абсолютним еквівалентам у мові перекладу (*a escorted tour – туристична поїздка із супроводом*) [9; 12];
- 3) транскодування (передача значень термінів за допомогою транскрипції та транслітерації) (*shuttle bus-шатл-бас, travel card тревелкард, ski bus – ски-бас*).

В українській мові також з'явилося багато нових слів, які витіснили старі (*price list – прайс лист, замість старого слова преїскурант, mini-bar– міні-бар, VIP service – VIP сервіс, room service – room сервіс*).

Висновки. Отже, сфера туризму в Україні продовжує набувати все більшої популярності, незважаючи на COVID-19 та війсьнич стан, що призводить до появи англійських запозичених термінів для позначення понять, яких раніше не існувало в українській мові. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні інших особливостей перекладу термінів у сфері туризму з англійської на українську та навпаки.

Література

1. Белан Э. Т. Формально-структурный анализ терминов международного туризма в английском языке. *Вестник МГОУ. Серия "Лингвистика"*. Москва, 2007. № 2. С. 92–100.
2. Дяков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основы термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ : КМ Academia, 2000. 218 с.
3. Карпова К. С. Шляхи утворення неологізмів у туристичному лексиконі (на матеріалі англійської мови) URL : [URL:philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-1/48.pdf](http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-1/48.pdf)
4. Квитко И. С. Термин в научном документе. Львов, 1976. 128 с.
5. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения : учеб. пособие. К., 1989. 104 с.
6. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. К. : Академія, 2000.
7. Суперанская А. В. Общая терминология: вопросы теории. Москва : Наука, 1989. 108 с.
8. Ткачева Л. Б. Основные закономерности развития английской терминологии. Томск, 1987.
9. Скібіцька О. В. Еквівалентність перекладу англійської термінології у сфері туризму. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства* : зб. наук. пр. Вип. 3. Хмельницький, 2007. С. 195–198.
10. Черноватий Л. М., Карабан В. І., Ковальчук Н. М., Набокова І. Ю., Пчеліна С. Л., Рябих М. В. Практичний курс англійської мови : підручник для студентів третього курсу вищих закладів освіти (філологічні спеціальності та спеціальність "Переклад"). Вінниця : Нова книга, 2006. 214 с.
11. Англійська для туристичного бізнесу: професії, поезія та незвичайні тури. Сайт Yappi.com.ua. URL: <https://yappi.com.ua/ua/posts/read/anglijskij-dlya-turisticheskogo-biznesa>
12. Англійські терміни сфери туризму та їх переклад. URL : <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=19949&chapter=1>
13. Вікіпедія URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>

The article is devoted to the main aspects of the problems of English tourist terminology and methods of their translation into Ukrainian. Structural and semantic features of terminological units in the field of tourism have been studied.

Key words: *equivalence, borrowing, calque, term, terminology, term system, transcoding, transliteration.*