

УДК 811.11,37,373-116

DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2017.2\(39\).118617](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2017.2(39).118617)

Прима В.В.

кандидат філологічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет

АНГЛОМОВНИЙ ПУТІВНИК ПО УКРАЇНІ ЯК ПОЛІКОДОВИЙ ТЕКСТ

Стаття присвячена розглядові основних аспектів дослідження англomовної туристичної термінології, зокрема, функціонального. Розглянуто загальні характерні риси англomовних туристичних путівників як полікодових текстів та особливості функціонування у них туристичних термінів.

Ключові слова: термінологічне поле, термінологія, путівник, полікодовий текст.

Прима В.В. Англomовний путівник по Україні як полікодовий текст.

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англomовной туристической терминологии, в частности, функционального. Рассмотрены общие характерные черты англomовных путеводителей как поликодовых текстов и особенности функционирования в них туристических терминов.

Ключевые слова: терминологическое поле, терминология, путеводитель, поликодовый текст.

Prima V.V. English guidebooks to Ukraine as polycode texts. *The article outlines main aspects of study of the English tourism terminology, in particular, functional. General specific features of the English guides and peculiarities of tourism terms functioning in them have been viewed in the article. The aim of our work is to consider the functioning of the English tourism terminology in guidebooks to Ukraine. The research is based on the materials of these English-speaking guides online: World Travel Guide and Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine). In linguistics a guidebook is considered a kind of tourist discourse genre. Characteristic features of tourist guides are a high degree of generalization, precision, information and impersonality. The main functions of guides are informative (presenting factual information) and advertising (creating a positive image of a specific tourist site that aims to interest potential tourist on his visit). These features influence the choice of vocabulary of travel guides. Several microfields are presented in the English tourism terminology. They are organization of tourism, accommodation, transport, food, leisure time. Implementing promotional and informational functions also contributes to polycode nature of the guide - the presence of illustrations, on the one hand, renders factual information (various maps) on the other - helps to create a high positive image of a particular object (photo).*

Key words: terminological field, terminology, guide book, polycode text.

Дослідження лінгвістичних особливостей англomовних туристичних путівників виконано в межах комунікативної лінгвістики, яка сформувалася в рамках прагматичної наукової парадигми та визначається як розділ мовознавства, предметом якого є процеси спілкування людей з використанням живої природної мови, а також з урахуванням усіх наявних складових комунікації (фізичних, фізіологічних, психологічних, соціальних, контекстних, ситуативних та ін.).

У сучасному мовознавстві надзвичайної ваги набуває вивчення підмов, які обслуговують різноманітні сфери професійної діяльності людини. На сьогодні існують численні дослідження як загальнотеоретичних питань

термінознавства [2; 3], так і окремих терміносистем. Водночас недостатньо дослідженими залишаються терміносистеми порівняно нових галузей діяльності людини, серед яких і туристична, що почала формуватися як індустрія лише на початку ХХ століття [1, 6].

Актуальність нашої розвідки визначається вибором англomовних путівників по Україні як її фактичного матеріалу, що уможливило розгляд не лише функціональних, а й соціокультурних особливостей аналізованих термінологічних одиниць, які розкривають ставлення англomовного соціуму до України, її матеріальних та культурних реалій через призму туристичних послуг.

Мета нашої роботи полягає у розгляді особливостей англomовних путівників по Україні як полікодових текстів. Матеріалом дослідження слугувала вибірка з наступних англomовних онлайн путівників: *World Travel Guide, Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine)*.

Згідно з принципами польового підходу до моделювання мовних підсистем розглядаємо весь корпус англomовної туристичної термінології як термінологічне поле [2], що має певну структуру та ґрунтується на декількох типах відношень між своїми елементами. Проведений тематичний аналіз англomовної туристичної термінології уможливив виокремлення в її структурі п'яти мікрополів, що відображають наявні підгалузі в сфері туризму, а саме: «організація туризму», «організація проживання», «організація перевезення», «організація харчування», «організація дозвілля», кожне з яких містить декілька лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ).

Визначаємо туристичний путівник (*travel guide*) як друковану книгу, електронний чи аудіовізуальний довідник, який присвячений певній країні чи місту, містить інформацію щодо географічних, історичних, культурних особливостей країни, її пам'яток, наявних видів проживання, харчування, транспорту та розваг і зазвичай супроводжується ілюстраціями, схемами, картами [4, 10]. У лінгвістиці путівник розглядається як жанровий різновид туристичного дискурсу [5, 56]. Характерними рисами туристичних путівників є високий ступінь узагальнення, точність, інформативність та імперсональність. Основними функціями путівників є інформативна (представлення фактуальної інформації) та рекламна (створення позитивного образу певного туристичного об'єкта, що має на меті зацікавити потенційного туриста щодо його відвідання). Саме цими функціями зумовлений вибір вербального та невербального складу туристичних путівників.

Як відзначають дослідники, текст путівника понад усе тяжіє до таких жанрів публіцистичного стилю, як нарис і журнальна стаття. Однією з найбільш яскравих рис публіцистичного стилю є використання власних імен, географічних назв і топонімів, разом з емотивними словами і словосполученнями з позитивною конотацією, узуальними метафорами та порівняннями. Особливості науково-популярного стилю також знайшли своє відображення в тексті путівника, оскільки він прагне надати читачеві детальнішу фактуальну інформацію про пам'ятки і максимально розширити його фонові знання [4, 12].

Полікодовий текст – це текст, в якому повідомлення закодовано

семіотично різнорідними засобами – вербальними і невербальними компонентами, об'єднання яких має певну структуру, що характеризується проявом взаємозалежності складових як в змістовному, так і в формальному аспектах. Полікодовий текст характеризується як усне, так і письмове спілкування. В якості невербальних знаків можуть виступати малюнки, фотографії, схеми, реальні предмети навколишнього світу, що становлять предмет спілкування, сюди ж відносяться специфічні тільки для усного спілкування міміку і деякі види жестів. В полікодовому тексті вербальний і невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле [4].

Використання невербальних знаків у тексті, як наприклад, візуалізація повідомлення – це прояв загальної тенденції до унаочнення зображення й одночасно вияв інтермедіального характеру комунікації. Текст у багатьох своїх формах існування сприймається як єдність мовної складової і супроводжуючих картинок. Вербальне та візуальне поєднуються в когерентне ціле. Розглянемо вербальні та невербальні особливості проаналізованих туристичних путівників.

Характерно те, що полікодовість тексту обумовлена ситуацією спілкування, комунікативним задумом, предметом мовлення і служить заданням ефективного спілкування.

Наш аналіз показав, що структура проаналізованих електронних путівників ідентична. Вони насамперед містять загальну інформацію про Україну, яка розміщується на головній сторінці путівника. Наприклад: *“Vast and vaguely mysterious, Ukraine is barely known to outsiders despite being one of the largest countries in Europe. It's a country of varied landscapes and surprising cultural diversity”* (6).

Достатню увагу укладачі досліджуваних путівників приділяють описові культурних особливостей нашої країни. Так, зокрема, всі джерела містять інформацію стосовно релігійних конфесій: *“About 60% of Ukraine's population claim to be either not religious or do not identify with a particular church. Around 15% are members of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church while 11% belong to the Moscow Patriarchate. Another 5%, mostly in western Ukraine, adhere to the Uniate (Eastern-rite) or Ukrainian Greek Catholic tradition. Other minorities include the Ukrainian Autocephalous Orthodox Church, the Roman Catholic Church and various Protestant groups. There is also a Muslim minority (mainly consisting of Tatars in Crimea), which makes up 12% of the population”* (7). Крім цього, укладачі путівників наголошують на практичних порадах стосовно поведінки іноземця в Україні, його сприйняття господарями та на нормах соціальної поведінки. Це добре ілюструється наступними прикладами: *“Ukrainian people are generally warm and friendly to visitors. It is not at all uncommon for Ukrainians to invite strangers into their own homes. Shoes should be removed on entering a home. Formal attire is rarely required, though people dress smartly for the theatre. Visitors should avoid ostentatious displays of wealth in public places. Men should not shake a woman's hand unless it is offered to them. Women should cover their heads when entering a church or mosque”* (6). До важливої з практичної точки зору інформації відносимо

також відомості стосовно кліматичних особливостей України: *“Ukraine has a temperate continental climate with cold, snowy winters and warm summers. Lightweight clothes needed in summer, light- to mediumweight in the spring and autumn and heavyweight in the winter”* (6). Як бачимо, даний блок інформації закінчується практичною порадою щодо необхідних речей для подорожуючого у різні пори року.

Так звана «енциклопедична» інформація про Україну представлена, крім цього, відомостями стосовно її географічного розташування із вказанням країн-сусідів та найважливіших водойм. Така ж довідкова інформація, як зазначення державних свят, також має практичну спрямованість – таким чином туриста сповіщають про вихідні дні в офіційних установах та можливості стати свідком святкування. *“There are a number of national holidays in Ukraine which are celebrated with gusto. Unlike in some other countries, most of these days have been enjoyed for centuries. Christmas, Easter and Whitsunday are non-business religious holidays - something worth remembering if you’re planning to do some shopping or attempting to make business arrangements. It is a law in Ukraine that if a particular holiday falls on a Saturday or Sunday, then the following Monday is an official holiday”* (7). Обов’язковим елементом структури всіх туристичних путівників України є наявність специфічних відомостей про правила в’їзду та терміну перебування іноземних громадян у нашій країні. *“To enter Ukraine, a valid passport is required by all nationals referred to in the chart above. As a general rule, visitors requiring visas should apply before travelling. The passport must have two blank pages and must be valid for three months after the date of departure from Ukraine”* (7). До суто практичних довідкових відомостей відносимо також інформацію про медичну допомогу, на яку можуть розраховувати іноземні туристи в реаліях сучасної України: *“The health service does, in theory, provide free medical treatment for all citizens and travellers who become ill. However, as in most parts of the former Soviet Union, health care is a serious problem. The UK and Ukraine have a bilateral agreement on emergency medical treatment, so UK travellers should not need to pay an insurance levy on arrival. Travel insurance is strongly recommended however. Travellers are advised to contact their embassy, in the first instance, for advice on where to get medical help”* (6).

Загальноприйнятими структурними елементами путівників є надання інформації стосовно варіантів проживання в Україні, який розпочинається загальним описом готельного фонду країни: *“Not long ago, most hotels in Ukraine were former Soviet institutions where little had changed for decades. These days, many of the older establishments have been either closed or refurbished to a decent standard offering a range of rooms of varying quality and price.”* (6). Важливу інформаційну функцію виконує також зазначення варіантів пересування країною. Практична значущість цього блоку відомостей підсилюється посиланнями на фірми, які, наприклад, пропонують оренду автомобілів: *“Self-drive hire cars are gradually becoming more available, with both local and international car hire operators renting cars in major towns, especially Kyiv. Several international companies, including Europcar (www.europcar.com), Hertz (www.hertz.ua) and Avis (www.avis.com.ua) offer*

car pick-up at airports. The minimum age for hiring a car is 21 years” (7).

Поєднання рекламної та інформаційної функції спостерігаємо у наступному блокові інформації, який наводить відомості щодо особливостей української національної кухні та закладів харчування, доступних у країні: *“Traditional Ukrainian food, such as that in Russia, is mostly of the ‘filling and hearty’ variety, with a heavy emphasis on dumplings, potatoes and sour cream. Vegetables tend to be seasonal: excellent fresh fruit and vegetables including peppers, cucumbers and tomatoes are available at markets in summer, while the winter months are dominated by bottled fruit and preserved cabbage. Pizza places are ubiquitous and in the larger towns (especially Kiev) visitors have a wide choice of cuisines that includes French, Indian, Italian and Turkish. Asian restaurants can also be found in the larger urban centres” (6).*

Спільною рисою всіх досліджених путівників є фокусування на тих об'єктах, які увиразнюють унікальність, автентичність української культури: міста (*Discover gorgeous Lviv, an open-air museum of extraordinary architectural wealth*), споруди (*Kiev-Pechersk Lavra (the Caves Monastery) is a fascinating living piece of history dating back to 1051*), відомі місця (*Privoz market – a must visit for market lovers; whatever you buy – always bargain, you’ll upset them if you don’t*), *артефакти (Popular souvenirs include hand painted eggs (pysanky), carved wooden items and hand-embroidered clothes).*

Кожне з наведених тверджень супроводжується відповідним фото, яке з вігідного боку показує те чи інше місце.

Проведений аналіз функціонування туристичної термінології в даних путівниках показав, що в них у тій чи іншій мірі представлено всі виокремлені в структурі терміносистеми «туризм» мікрополя. Інформативна функція туристичного путівника та стислість викладу зумовлює наявність та рівень репрезентативності певних ЛСГ у складі цих мікрополів. Так, доволі широко представлено мікрополе «організація туризму»: ЛСГ «учасники туризму» (найчастотніші термінологічні одиниці: *tourist, tour operator, travel agency*); «види туризму» (*religious tourism, farm stay tourism*). Найбільш представленою є ЛСГ «туристична документація» (*passport, visa, immigration card, residency permit, health insurance, international driving permit*), що пояснюється фокусуванням уваги путівників на правилах в'їзду та перебування іноземних туристів на території країни. Водночас, ЛСГ «організаційні процедури» не представлена в даних путівниках, оскільки вона репрезентує більш специфічну і детальну інформацію, з якою турист стикається в процесі взаємодії з туристичною агенцією тощо. Характерні для путівників риси стислості й узагальнення зумовлюють також й особливості функціонування мікрополя «організація проживання», яке представлено у вибірці лише однією ЛСГ «типи готелів» (*hotel, hostel, five-star hotel, homestay, camping, self catering*), тоді як інші ЛСГ («типи номерів», «готельні послуги» та ін.) не є релевантними для туриста внаслідок своєї детальності. Багато уваги укладачі путівників приділяють тому, яким чином можна дістатися України та способам переміщення всередині країни. Саме тому мікрополе «організація перевезення» та його структурні підрозділи досить широко представлені в нашій вибірці: ЛСГ «повітряне перевезення» (*airport, airline*),

ЛСГ «наземне перевезення» (*taxi, car rental, minibus, railway*), ЛСГ «водне перевезення» (*cruise, sea port, river port*). Мікрополе «організація харчування» також є репрезентативним, оскільки відображає національну специфіку, яка має зацікавити потенційного туриста. Велику роль у цьому відіграє безеквівалентна лексика, яка репрезентує українські побутові реалії, наприклад, *varenyky, borshch, holubsi, deruny, chicken Kiev*. Таке поєднання інформативної та рекламної функцій спостерігаємо і в особливостях функціонування мікрополя «організація дозвілля», що не лише відображає наявні в Україні можливості для відпочинку, а й прагне зацікавити подорожуючих: ЛСГ «активний відпочинок» (*hiking, cycling, skiing, river rafting, bowling*), ЛСГ «пасивний відпочинок» (*live music, show, theatre season*).

Знову ж таки відзначимо широке використання відповідних фото поряд із описом зазначених туристичних «родзинок».

Зібраний у ході дослідження матеріал свідчить про те, що в реалізації рекламної функції туристичного путівника велике прагматичне навантаження містять якісні прикметники, емоційно-експресивне забарвлення яких сприяє вихвалянню обраного об'єкта. Серед зафіксованих прикметників найбільш уживаними є такі лексичні одиниці: *beautiful, fascinating, stunning, striking, unique, engrossing, magnificent, spectacular, exciting*, що вживаються в описах історичних та культурних пам'яток України.

Полікодовий характер путівника сприяє реалізації рекламної та інформаційної функцій: наявність ілюстративного матеріалу, що, з одного боку, візуалізує фактуальну інформацію (різного роду мапи), з іншого – допомагає формуванню високої позитивної оцінки певного об'єкта (фото). Таким чином, полікодовість туристичних путівників обумовлена ситуацією спілкування, комунікативним задумом, предметом мовлення і служить заданням ефективного спілкування.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в детальному аналізі лінгвокультурологічних та функціонально-стильових параметрів англомовних путівників.

Список літератури

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. – 227 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 4-е, стереотипное. - М.: Ком-Книга, 2007. - 576 с.
3. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии / Г.О. Винокур // Труды Моск. ин-та истории, философии и литературы. Сборник статей по языковедению. Т.5. — М., 1939. — С.3 - 54.
4. Киселёва Л. Путеводитель как семиотический объект: к постановке проблемы / Л. Киселёва // Путеводитель как семиотический объект / Сборник статей. – М., 2008. – С. 10-18.
5. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н.В. Филатова // Вестник МГГУ. – Выпуск 2. – М., 2012. – С. 56-63.
6. Travel to Ukraine. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.traveltoulkraine.org>
7. Ukraine // World travel guide. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldtravelguide.net/ukraine>

References

1. Agafonova, L.G. (2002). Turizm, gotel'nij ta restorannij biznes: cinoutvorennja, konkurencija,

- derzhavne reguljuvannja. K.: Znannja Ukraïni.
2. Ahmanova, O.S. (2007). Slovar' lingvisticheskikh terminov. M.: KomKniga.
 3. Vinokur, G.O. (1939). O nekotoryh javlenijah slovoobrazovanija v russkoj tehničeskoj terminologii. In Trudy Mosk. in-ta istorii, filosofii i literatury. Sbornik statej po jazykovedeniju. (5), Z - 54.
 4. Kiseljova, L. (2008). Putevoditel' kak semiotičeskij ob'ekt: k postanovke problem In Putevoditel' kak semiotičeskij object, 10-18.
 5. Filatova, N.V. (2012). Zhanrovoe prostranstvo turističeskogo diskursa. In Vestnik MGGU. (2), 56-63.
 6. Travel to Ukraine. - [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.traveltoukraine.org>
 7. Ukraine // World travel guide. - [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.worldtravelguide.net/ukraine>

Стаття надійшла до редакції 20.08.2017 р.