

**Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна
академія ім. Тараса Шевченка**

ISSN 2311-262X



**КРЕМЕНЕЦЬКІ
КОМПАРАТИВНІ
СТУДІЇ**

ВИПУСК ІХ

2019

Кременецькі компаративні студії: [науковий часопис / ред.: Д. Чик, О. Пасічник]. 2019. Вип. IX. 386 с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Денис Чик, д. філол. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка (головний редактор, науковий редактор);

Олена Пасічник, к. філол. н., доцент, доцент кафедри української філології та суспільних дисциплін Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка (заступник головного редактора, відповідальний редактор);

Наталія Воронцова, к. філол. н., доцент, завідувач кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Тетяна Семегин, к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Ольга Чик, к. філол. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Анатолій Янков, к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Наталія Янусь, к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Надія Даник, асистент кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка;

Марія Грохольська, лаборант кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка (технічний редактор);

Наталія Колодійчук, секретар кафедри іноземних мов та методики їх викладання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка (відповідальний секретар).

РЕДАКЦІЙНА РАДА

Кшиштоф Вечорек, д. філософ. н., професор, завідувач кафедри логіки і методології мови (Сілезький університет в Катовіцах, Республіка Польща);

Анатолій Волков, д. філол. н., професор, почесний професор Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (м. Чернівці, Україна);

Сільвестрас Гайжюнас, д. гуманітарних н., доцент (Балтоскандинавська академія, м. Паневежіс, Литовська республіка);

Вікторія Зарва, д. філол. н., професор, професор кафедри зарубіжної літератури та теорії літератури (Бердянський державний педагогічний університет, Україна);

Іван Зимомря, д. філол. н., професор, завідувач кафедри теорії та практики перекладу (Ужгородський національний університет, Україна);

Ольга Куца, д. філол. н., професор, професор кафедри теорії і методики української та світової літератури (Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка, Україна);

Ігор Лімборський, д. філол. н., професор (Інститут літератури ім. Т.Г. Шевченка, Національна академія наук України, м. Київ, Україна);

Валентина Наріська, д. філол. н., професор, професор кафедри зарубіжної літератури (Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара, Україна);

Наталія Пахсарьян, д. філол. н., професор, професор кафедри історії зарубіжної літератури (Московський державний університет ім. М.В. Ломоносова, Російська Федерація);

Борис Шалагінов, д. філол. н., професор, професор кафедри літературознавства (Національний університет «Києво-Могилянська академія», Україна).

Часопис індексується у міжнародній наукометричній базі **Index Copernicus International**.

Адреса редакцій: вул. Ліцейна, 1, каб. 55, Кременець, Тернопільська область, Україна, 47003.

Сайт часопису: www.kremenets-comparative-studies.webnode.com.ua

E-mail: comparative_studies@ukr.net

© Автори статей, текст, 2019

© Віктор Созоновський,

світлина на обкладинці, 2019

© Тетяна Ропот, графіка, 2014

Плавуцька І.Р., Баб'як Ж.В., Котовська Т.І.
СТРАТИФІКАЦІЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ Й ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ 219

СУЧАСНА КОМПАРАТИВНА ЛІНГВІСТИКА:

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ



Молчанова О.М.
СИМВОЛІКА НАЗВ ОВОЧІВ ТА ФРУКТІВ (на матеріалі слів-символів та фразеологізмів французької, англійської, російської та української мов) 226

Semehyn T.S.
CROSS-CULTURAL SEMANTIC SHIFTS IN THE CONCEPTUAL DOMAIN OF POSITIVE AESTHETIC EVALUATION IN ENGLISH AND UKRAINIAN 237

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ

ЗАГАЛЬНОЇ ЛІНГВІСТИКИ



Аргіюх В.М.
ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ: «ЕФЕКТ МЕТЕЛІКА» 254

Марченко Т.А.
ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЗИЧЕНИХ ОДИНИЦЬ У НАЗВАХ ГОРОДНІХ КУЛЬТУР 263

Oliinyk I., Didenko I., Didkovska T.
STREET NAMES: DIACHRONIC ASPECT 271

productive ways of word formation in modern Russian and Ukrainian languages. The translation method depends on the type of communication between the components of a complex noun. The most productive way to translate complex nouns is an equivalent translation. A common method of translation is also the translation of complex words with phrases.

Keywords: composite, word formation, compound noun, method of translation, productivity / unproductivity.



kkc

І.Р. Плавуцька, Ж.В. Баб'як, Т.І. Котовська

СТРАТИФІКАЦІЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ Й ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

На сучасному етапі загальною тенденцією розвитку мов є поповнення їх лексичного складу за рахунок зростання питомої ваги спеціальної лексики різних галузей науки і виробництва. За підрахунками вчених, більше 90 % нових слів в сучасних мовах становить саме лексика професійного вжитку, темпи появи якої більші, аніж зростання числа загально-вживаних слів мови [1, с. 22]. Це зумовлює необхідність вивчення становища в галузі спеціальної лексики.

Особливого значення в цьому плані набувають англomовні терміни, які внаслідок провідних тенденцій світового цивілізаційного розвитку, входять в інші мови. Це стосується термінів з різних галузей знання та професійної діяльності, у тому числі й готельно-ресторанної сфери (далі – ГРС), яка на сучасному етапі перетворилася в Україні на важливу галузь економічно-підприємницької діяльності і соціокультурного життя і є невід'ємною складовою так званого «третинного сектору економіки», тобто сфери послуг.

Стрімке входження нашої держави в загальноєвропейський і світовий культурно-економічний простір, активне переймання досвіду інших країн, у тому числі й у сфері готельно-ресторанного бізнесу, збільшення потоку іноземних туристів, представників культури і бізнес-спільнот, які приїжджають в Україну, диктують необхідність опанування англomовною фаховою термінологією як необхідною складовою якісної професійної підготовки майбутніх готельєрів і рестораторів. Володіння англomовною лексикою з фаху є й запорукою конкурентоспроможності випускни-

ків вітчизняних галузевих навчальних закладів на світовому ринку праці.

На сучасному етапі вивчення англомовної професійної лексики як лексики «вузького вжитку» і способів її перекладу українською мовою є одним з пріоритетних напрямків у вітчизняній англістиці. Суттєвими є напрацювання українських лінгвістів щодо лексики ІТ-сфери (розвідки Н. Грищика, Є. Єнікєєвої, Т. Левітіна та ін.); лексики сфери банківської справи, економіки та маркетингу (Т. Дуднік, Т. Крисанова, К. Мірошнікова та ін.), правничої сфери (В. Бігун, С. Власенко, В. Карабан, І. Саповський, Н. Щепотіна та ін.). При цьому проблеми, пов'язані з вивченням особливостей складу і функціонування англомовної ГРС-лексики досі залишалися практично поза увагою дослідників, відповідно, доводиться констатувати несформованість перекладу лексики цієї галузі як окремого виду фахового перекладознавства.

Мета статті полягає в системному описі англомовної лексики ГРС та вивченні способів її відтворення українською мовою. Основні **завдання**, що ми поставили перед собою: 1) з'ясувати основні критерії для стратифікації цієї групи одиниць галузевої лексики; 2) визначити і описати її тематичні розряди, структурні типи і форми; 3) простежити зв'язок між структурними типами англомовної ГРС-лексики і перекладацькими трансформаціями, що використовуються для її відтворення засобами української мови.

ГРС-лексика є мовою професійного спілкування, відмінною особливістю якої є, насамперед, вживання термінів – слів або словосполучень, які, за загальним визнанням вчених, слугують для вираження понять, специфічних для тієї чи іншої галузі знання, виробництва або культури.

Одиниці англомовної ГРС-лексики можуть бути стратифіковані за трьома основними критеріями – 1) тематичною приналежністю термінознаку; 2) особливостями його структури і 3) за формою вираження.

У відповідності до першого критерію увесь корпус ГРС-лексики поділяється насамперед на дві великі групи: 1) лексика готельної сфери; 2) лексика ресторанної сфери. При цьому лідерські позиції, які протягом півтора століття в сфері готельно-ресторанного бізнесу займають США, зумовили переважання у першій з названих груп англомовних (здебільшого AmE) термінів, тоді як у другій домінують терміни французького походження, оскільки історично ресторанна сфера діяльності найбільш рано досягла високого рівня розвитку саме у Франції.

У межах кожної з цих груп виокремлюється кілька тематичних кластерів. Зокрема, лексика готельної сфери підрозділяється на такі підгрупи:

1) лексичні одиниці (далі ЛО) на позначення типів готелів, серед яких, у свою чергу виокремлюються: а) ЛО на позначення типів готелів за особливостями розміщення: *Bed and Breakfast hotel*, б) рівнем комфор-

тності і цін, типом будівлі, статусом гостей: *apart-hotel*, *hostel* (дешевий готель з мінімальними видами послуг; популярний серед студентів та молоді), *Palace-hotel* (палас-готель; готель, розташований в будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової / замкової архітектури); *Aalkzar* (алькасар; готель, що розташований у старовинному середньовічному замку, побудованому в мавританському стилі (Іспанія); використовується як висококласний готель для дуже іменитих гостей: членів королівських родин, президентів держав тощо); в) за місцем розташування: *Hotel rural* etc.;

2) ЛО на позначення типів номерів; у межах цього кластеру виокремлюються підвиди ЛО, що використовуються як: а) позначення типів номерів за кількістю місць: *Twin*, *Duplex*, *Doble*; б) позначення категорії номерів за комфортністю: *Standart room*, *Deluxe*, *Semi-suite*, *Royal Suite* тощо; в) для класифікації готельних номерів залежно від виду, що відкривається з вікон: *Beach view* (номер з видом на пляж); *City view* (номер з видом на місто); *Inside view* (номер з видом на атріум або внутрішню частину готелю) тощо.

3) ЛО на позначення типів харчування і розміщення: *all inclusive*, *mini all inclusive*, *max inclusive*, *buffet* («шведський стіл»), *half board* (напівпансіон – у вартість путівки включені тільки сніданки і вечері), *full board* (повний пансіон – харчування тричі на день); *Dine around* (турпакет, що передбачає харчування туристів не в готелі, а у будь-якому ресторані поблизу нього) etc.;

4) ЛО на позначення частин готелю: *lobby*, *reception / front desk*, *show-rooms*, *Hot-spot*, *Back of the House*, *Lost and found*, *Hospitality room* та ін.;

5) ЛО на позначення послуг, що надає готель: *room service* (обслуговування в номерах), *valet-parking* (послуги паркувальника), *butler service* (послуги дворецького), *valet-service* (послуги камердинера) тощо;

6) ЛО для номінації персоналу, задіяного у сфері готельного сервісу: *maid*, *doorman*, *porter*, *valet*, *bellboy / bellman*, *receptionist* та ін.;

7) лексика, пов'язана з процесом заселення і виселення: *early / late check-in*; *check-out*; *check-out express*; *downgrade*; *overbooking* etc.;

8) ЛО на позначення типів готельних тарифів: *full credit*, *credit limit*, *Family plan* (система знижок з вартості розміщення, що надаються членам однієї сім'ї, що подорожують разом), *Fortune system* (пакет турпослуг зі знижкою за розміщення без зазначення певного готелю), *American plan* (включає вартість розміщення і триразового харчування); *Modified American plan* (включає вартість розміщення та дворазового харчування); *European plan* (включає тільки вартість розміщення);

9) ЛО на позначення гостей готелю: *overnight / stayover* (гість, який подовжує своє перебування в готелі на одну або більше ночей); *walk-*

in (гість, який заселяється в готель без здійснення попереднього бронювання); *sleepout* (гість, який не ночує в своєму номері); *turnaways* (клієнти, яким було відмовлено в розміщенні через відсутність вільних номерів); *no-show* (гість готелю, який мав бронювання, але не скористався ним).

Серед термінів ресторанної індустрії виокремлюються такі основні кластери ЛО: 1) ЛО на позначення типів ресторанів / закладів громадського харчування: *High-scale restaurants, Fast Food Restaurants, Family restaurants, steakhouse, coffee shops, drive-in restaurant* (ресторан для автомобілістів), *Pubs* etc.; 2) ЛО на позначення назв страв і напоїв: *pancakes, roastbeef, cocktail, shot drinks, speed shaker, hot dog, whisky, brandy* etc.; 3) ЛО на позначення назв кухонного начиння / начиння для роботи барменів: *shaker, strainer, blender, mixer, cobbler* etc.; 4) ЛО на позначення назв персоналу (здебільшого французького походження): *sumiller* (сомельє, працівник ресторану, що спеціалізується на винах і лікерах); *maitre* (метр кулінарної справи – в контексті ресторанного бізнесу) та ін.; водночас у цьому кластері спостерігається й низка термінів, що походять з відповідної галузевої лексики, питомої для AmE: *Hostess* (працівниця ресторану, яка зустрічає відвідувачів); *barman*; *tea-tester* (чайний сомельє); *waiter* (офіціант), *busboy* (молодший службовець ресторану чи бару, обов'язки якого – прибирання столів, попільничок і т.п.); 5) ЛО на позначення назв місця споживання ресторанної їжі: *For Here / To Go* (з'їсти в ресторані / взяти з собою); 6) ЛО на позначення назв техніки приготування їжі / напоїв: *Layering, Muddling* etc.

Стосовно форми вираження термінознаків, у тому числі й у сфері готельно-ресторанного бізнесу, – це, як слушно наголошує О. Чібісова, може бути «слово, словосполучення, абревіатура, символ, поєднання слова і букв-символів, поєднання слова і цифр-символів, якому властиве спеціальне значення, яке може бути виражене в словесній формі, або в тому чи іншому формалізованому вигляді <...>» [2, с. 223]. Наприклад: *BO (Bed Only)* – готель, в якому надається лише місце, без харчування; *F&B (Food and Beverages)* – відділ їжі і напоїв в готелі; *24-hour room service* – цілодобове обслуговування в номерах; *high-end hotel* – готель високого класу та ін.

Поряд з термінами лексика готельно-ресторанної сфери включає професіоналізми – спеціальні кодифіковані слова та вирази, які властиві для неофіційного мовлення представників тієї чи іншої професійної групи. На відміну від термінів, вони можуть бути достатньо експресивними і містити елемент образності та емоційної оцінки, наприклад: *Back-to-back* («спина до спини») – вигідна система заповнення готелю, коли послідовність вибуття і прибуття груп туристів організована туроператором таким чином, щоб виділені йому власником готелю номери не були порожніми

(інтервал між заселенням тільки на прибирання); *Skipper* (від англ. *to skip* – «квалитися», «стрибати») – гість, який виїхав з готелю потай, залишивши неоплачений чек тощо.

З точки зору структури одиниць лексики ГРС, усі термінознаки (за класифікацією А.Я. Коваленко) можуть бути поділені на: 1) прості терміни, що складаються з одного слова (мономірні); 2) складні, що утворені з двох слів і пишуться разом або через дефіс; 3) складені, термінословосполучення, що утворюються з декількох окремих компонентів – простого, складного чи словосполучення.

Структура англомовного терміна є одним з найважливіших чинників, що впливає на спосіб відтворення окремої терміноодиниці цільовою мовою, – поряд зі ступенем освоєння того чи іншого поняття лінгвокультурою-реципієнтом чи присутністю відповідної матеріальної реалії чи явища у приймаючій культурі.

Так, прості / однокомпонентні (28,1 % від опрацьованих нами терміноодиниць) терміни можуть перекладатися:

а) методом транскодування (транскрибування і транслітерація), особливо в тих випадках, коли реалії, позначувані одиницями англомовної галузевої лексики, є цілком новими для української ГРС і національна мова через швидкі темпи розвитку відповідної індустрії не встигає освоювати іноземну термінологію: *catering* – кейтерінг; (ресторанні послуги на виїзді); *bungalow* – бунгало (маленький туристичний готель, зазвичай на березі моря); *hostel* – хостел та ін.; аналогічним способом можуть перекладатися і терміни, які з точки зору етимології в мові оригіналу (далі МО) є складними, однак вже давно функціонують як суцільні поняття і такими сприймаються в мові перекладу (далі МП), на кшталт: *barman* – бармен (*bar+man*), *motel* (*motor+hotel*) – мотель, *botel* – ботель (*boat+hotel*); *cocktail* – коктейль (*cock+tail*) та ін.; транскодування при перекладі однокомпонентних термінів використовується також з метою економії мовленнєвих зусиль, оскільки у більшості випадків англомовні терміноодиниці є більш ошадливими і зручними, наприклад: *Penthouse* – *пентхаус* (багатокімнатні апартаменти підвищеного комфорту); *Timeshare* – *тайм-шер* тощо;

б) використанням лексичного відповідника: *maid* – покоївка, *waiter* – офіціант, *tips* – чайові, *doorman* – швейцар, *valet* – коридорний і т.п.;

в) методом експлікації, наприклад: *availability* – наявність вільних місць, кімнат, котеджів для розміщення гостей etc.;

Для перекладу складних термінів (22,9%) актуальними залишаються методи: 1) транскодування, наприклад, *roastbeef* – ростбіф (від *roast* – смажити; *beef* – яловичина); *fresh-bar* – фреш-бар; *business-hotel* – бізнес-готель тощо; 2) експлікації: *Cork-fee* – в західній ресторанній індустрії назва збору, який повинні заплатити відвідувачі, які вирішили при-

йти в заклад громадського харчування зі своєю пляшкою алкоголю etc.

Іноді транскрибування та експлікація в МП можуть використовуватися паралельно, наприклад: *hot-spot* – хот-спот / зона покриття Wi-Fi; *day-use* – дей-юз / використання номера вдень, без ночівлі та ін.

При перекладі термінів-словосполучень сфери готельно-ресторанного бізнесу (49 %) слід узяти до уваги, що в терміносистемах англійської мови переважають багатокomпонентні безприйменникові словосполучення, що не є притаманним українській мові і створює певні труднощі у процесі перекладу. Ці труднощі усуваються насамперед за допомогою калькування:

1) простого, або «чистого» (термін В.В. Ганіна): *Connecting rooms* – суміжні номери; *Half board* – напівпансіон; *Non-arrival* – незаїзд; 2) калькування зі зміною структури словосполучення і введенням прийменників в МП: *accommodation terms* – умови розміщення; *guest occupancy* – коефіцієнт завантаження готелю; *Quick Service Restaurant* – ресторан швидкого обслуговування; *Room service* – обслуговування в номерах тощо.

Також при перекладі термінів-словосполучень може застосовуватися метод семантичної модифікації (модуляції). Наприклад, термінологічні словосполучення на позначення тарифних планів *Bed Only* (букв. «лише ліжка»), *Room only* (букв. «лише номер/кімната»), *Accommodation Only* (букв. «лише розміщення») шляхом смислового розвитку перекладаються як «без харчування». У випадку, коли словосполучення складається з термінів, які ще не увійшли у вжиток в галузі готельно-ресторанного бізнесу і потребують свого тлумачення, в МП застосовують експлікацію.

Переклад РГС-лексики викликає певні труднощі, зумовлені розбіжностями мовного коду вихідної та цільової мови, відмінностями лінгвокультурних традицій, різницею у рівні розвитку відповідної сфери в Україні і країнах, що є лідерами готельної і ресторанної індустрії.

Терміносистема РГС – як англійська, так і українська – є відкритою лексико-семантичною групою, що перебуває в динамічному розвитку й постійно поповнюється неологізмами для позначення нових реалій і послуг, які виникають в процесі застосування інноваційних галузевих технологій. Ідентифікація і класифікація цих термінознаків і вивчення питання пошуку найоптимальніших шляхів відтворення цих одиниць засобами цільової мови й визначає подальші перспективи дослідження в обраній галузі.

Список використаної літератури

1. Гринев-Гриневиц, Сергей. *Терминоведение*. Москва: Академия, 2008.
2. Чибисова, Елена. "Специфика экономических терминов в англ-

лийском языке." *Альманах современной науки и образования* 8 (2008): 223-4.

Плавуцька І.Р., Баб'як Ж.В., Котовська Т.І. Стратифікація англомовної лексики готельно-ресторанної сфери й особливості її перекладу українською мовою.

У статті розглядаються особливості системи англомовної лексики готельно-ресторанної сфери та вивчаються способи її відтворення українською мовою. Визначаються основні критерії для стратифікації одиниць лексики цієї галузі. Головна увага приділяється опису їх форм і тематичних кластерів, характеристиці структурних типів терміноодиниць і виявленню їх кількісного співвідношення. Також досліджено зв'язок між структурними типами термінів цієї сфери і перекладацькими трансформаціями.

Ключові слова: готельно-ресторанна сфера, спеціальна лексика, термін, терміносистема, перекладацькі трансформації.

Plavutska I.R., Babiak Z.V., Kotovska T.I. Stratification of the English-language Vocabulary of the Hotel and Restaurant Sector and the Peculiarities of its Translation into Ukrainian.

The article deals with peculiarities of the English-language vocabulary of hotel and restaurant business-sector and ways of its translation into the Ukrainian language. The main criteria for stratification of these units are studied. The authors of the article state that vocabulary of hotel and restaurant business-sector can be stratified according to three main criteria – 1) thematic pertaining of a term; 2) special features of its structure and 3) the shape of the term. From the viewpoint of lexical peculiarities all these units are divided into two groups: 1) common vocabulary units and 2) professional slang ones. The main attention is paid to describing forms and thematic clusters of the units, characterizing relation. Besides, correlation between the structural types of terms of this sector and appropriate translation transformations are investigated. The authors stress that one of the most important factors influencing the way of reproduction of a term unit in target language is the structure of the English term – along with the degree of development of a concept in receiving linguistic culture or the presence of corresponding reality or phenomenon in the culture-recipient. It has been revealed that the most often are used such methods of translation of hotel and restaurant business-sector as transcoding, lexical equivalent, explication.

Keywords: hotel and restaurant sector, special vocabulary, term, terminological system, methods of translation.