

УДК 811.161.1'243'373

**ВИВЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ  
У КУРСІ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ**

*Лагута Т.М., канд. філол. наук,  
Вержанська О.М., канд. філософ. наук (Харків)*

Статтю присвячено розгляду особливостей туристичної лексики російської мови, різних прийомів семантизації цієї лексики, зокрема таких, як використання наочності, антонімів та синонімів, вказівка на родове слово, прийом опису тощо в курсі російської мови як іноземної. Також приділено увагу закріпленню та актуалізації туристичної лексики.

**Ключові слова:** туристична лексика, термін, прийоми семантизації, лексична компетенція, російська мова як іноземна.

**Лагута Т.Н., Вержанская О.Н. Изучение туристической лексики в курсе русского языка как иностранного.** Стаття посвящена рассмотрению особенностей туристической лексики русского языка, приёмов семантизации

этой лексики, в частности таких, как использование наглядности, антонимов и синонимов, указание на родовое слово, приём описания и другие в курсе русского языка как иностранного. Также обращено внимание на закрепление и актуализацию туристической лексики.

**Ключевые слова:** туристическая лексика, термин, приёмы семантизации, лексическая компетенция, русский язык как иностранный.

**Laguta T., Verzhanska O. Learning of Special Tourist Lexical Units in a Russian Language Course for Foreigners.** The article is dedicated to examining special tourist lexical units of Russian language, various methods of lexical semantization, such as using visual prompts, antonyms and synonyms, indicating the original word, the method of description and other methods of semantization in the Russian language course for foreigners. Texts for using tourist lexical units are offered.

**Key words:** tourist lexical units, terms, methods of semantization, lexical competence, Russian language for foreigners.

Сьогодні туризм належить до найсучасніших і найперспективніших індустрій, що швидко розвиваються і приносять вагомий прибуток. Розвиток туризму викликає необхідність у забезпеченні туристичної галузі працівниками, які володіють відповідними фаховими вміннями та навичками. Відповідно з'являється необхідність в інтенсифікації навчального процесу, в актуалізації та оновленні навчальних програм, матеріалів, навчальних посібників, що мають готувати студентів – майбутніх працівників туристичного бізнесу – до професійного спілкування, до набуття навичок професійно орієнтованого мовлення, а також – задовольняти навчальні потреби студентів, стимулювати їхню активність. Тим більше, що фахова спрямованість навчання є однією з провідних тенденцій у викладанні російської мови як іноземної.

Проблема засвоєння туристичної термінології, яка становить основу майбутнього фаху студента-іноземця, пов'язана не тільки з методикою викладання російської мови як іноземної, але й з актуальними проблемами сучасного термінознавства. У сучасному мовознавстві поживався інтерес до вивчення та аналізу окремої галузевої термінології російської мови, наприклад, екологічної термінології (Д.О. Попов, О.О. Панкратова), суспільно-політичної термінології (Г.А. Аббакумова), комп'ютерної термінології

(Т.В. Акулініна), метеорологічної лексики (М.О. Лазарева), архітектурної термінології (О.С. Гриньов, І.І. Донскова), фінансової термінології (О.В. Довбиш) та інших.

Незважаючи на різке зростання з середини ХХ століття кількості нових спеціальних лексичних одиниць у межах туристичної термінології, а також поживавлення інтересу до термінології туризму, туристичного обслуговування, туристичної реклами, до її викладання, вивчення на різних рівнях, зазначена лексика є мало вивченою та потребує розробки і впорядкування.

**Тема** запропонованої роботи є **актуальною** як у лінгвістичному, так і в методичному аспектах, оскільки **присвячена**, по-перше, розгляду туристичної лексики російської мови, а також з'ясуванню її специфіки (у проекті підручника з російської мови для працівників туристичного бізнесу); по-друге, подано рекомендації щодо презентації та закріплення зазначеної лексики під час вивчення її студентами-іноземцями. Сформований і поданий у Додатку до проекту Словник має на меті допомогти студентам оволодіти сучасною туристичною лексикою із галузі комплексного туристичного обслуговування.

Дослідники зауважують, що російська термінологія з міжнародного туризму перебуває на донауковому етапі свого розвитку [2; 4]. Про це свідчать такі явища, як розгалужена синонімія термінів, велика кількість запозичень, наявність багатослівних словосполучень, у яких атрибутивні компоненти можуть містити від 2 до 11 елементів, наявність квазітермінів, передтермінів і псевдотермінів великої довжини [2: 9].

Саме відсутність наукових спеціальних словників та наявність передтермінів у складі відповідної термінології, на думку науковців, указують на відносно "молодість" туризму як галузі наукового знання. Серед передтермінів наявні такі: *экспресс-турне по ближайшим островам на арендованном катере; экскурсия вдоль морского побережья на водном транспорте; поезд для экскурсантов по сниженному тарифу; часть экипажа, занятая обслуживанием пассажиров* тощо.

Термінолексична властива значна кількість загальнонавжаних слів, наявність якої свідчить, по-перше, про близькі зв'язки з загальнонавжаною мовою, нейтральним стилем спілкування, по-

друге, туристична лексика обслуговує не тільки фахівців у галузі туризму, її активно вживають люди, які користуються туристичними послугами.

Науковці також зазначають, що галузь надання туристичних послуг значною мірою орієнтована на використання численної словникової бази, запозиченої з інших мов. Унаслідок історичних і соціальних причин у професійній сфері туризму найбільш уживаною визнається англійська мова.

Проведений науковцями формально-структурний аналіз туристичних термінів засвідчив переважання полілексемних термінів, що є характерною рисою термінологій європейських мов і пояснюється порівняно недавнім походженням лексичних одиниць аналізованої тематичної групи. Серед багатоконпонентних складених термінів найрозповсюдженішою є двокомпонентна ад'єктивно-субстантивна модель термінологічних словосполучень (*ручная кладь, кругосветное путешествие, познавательный тур, туристский агент, обратный билет, багажный вагон, транзитный турист*).

Однослівні терміни позначають базові, основні у цій галузі поняття. Серед монологемних термінів простих непохідних слів більше (*билет, гид, виза, туризм*), ніж афіксних (*высадка, носильщик, проводник, разговорник*). Незначний відсоток становлять складні терміни (*бортпроводница, мореплаватель, бизнес-класс, вагон-ресторан*). Найменша кількість термінів, за результатами наукових досліджень, з'явилася внаслідок аббревіації, наприклад, *авиалиния, турагент, экономкласс, экотуризм* [2].

Слід зазначити, що саме запозичення іншомовних лексем становить основний спосіб творення монологемних термінів російської мови. Переважно запозичувалися англійські слова (*бизнес-класс, джип-сафари, караванинг, кемпинг*) та французькі лексеми (*экипаж, турист, трансфер, ресторан*). Науковцями також зафіксовані запозичення з латини (*аннуляция*), іспанської (*кафетерий*), голландської (*рейс*), німецької (*агент*), тюркської (*караван*) мов. Професійні контакти Росії в галузі туризму були продуктивними, оскільки закріпилися в мові запозиченими лексемами з різних мов.

Серед інших способів творення туристичної лексики науковці називають такі: семантичний, зокрема термінологізацію

загальноновживаного слова (у такий спосіб утворилися терміни *дорога, цена, корабль, таможня*); морфолого-синтаксичний (*экскурсовод, полупансион, скалолаз, номер-люкс*), морфологічний, зокрема префіксально-суфіксальна аббревіація (*напитки, перевозка, приземление*).

Під час організації викладання і способу подання лексики важливо ураховувати етап навчання студентів (початковий, основний, завершальний), рівень їхнього знання загальноновживаної російської лексики, накопичення словникового запасу тощо. Особливо важливо визначити способи семантизації, адекватні термінологічній лексиці. У курсі російської мови як іноземної під семантизацією лексики розуміють пояснення значень нових слів різними способами.

До основних прийомів семантизації належать: пояснення значень слів через наочність; пояснення значень слів через опис; використання переліку; пояснення видового слова через родові; добір синонімів; добір антонімів; вказівка на словотвірну цінність слова; вказівка на внутрішню форму слова; використання контексту; використання перекладу; тлумачення рідною мовою студента тощо [5: 25]. Проте окремі прийоми семантизації мають під час вивчення термінології свої особливості. Так, **синонімія**, яку більшість термінознавців розглядає як небажане явище, відіграє, проте, важливу роль у засвоєнні іноземцями російської термінологічної лексики. Найбільш цінними є терміни-синоніми, один з яких – власне російський, а інший – чужий за походженням (переважно запозичений з англійської мови), оскільки іноземець вже знає інше слово на позначення того ж самого поняття: *сопровождение = трансфер, сопровождающий = трансферман, экскурсовод = гид, заказывать = бронировать, гостиница = отель, комната на одного = сингл, магазин беспошлинной торговли = дьюти фри, роскошный, первоклассный = люкс, форма = бланк, всё включено = ол инклюзив, представление = шоу, возмещать = компенсировать, погружение = дайвинг, путешествие = круиз = турне, рекламация = жалоба, крепость = цитадель, сладкое = десерт, скидка = дисконт, досуг = отдых, работники = персонал = штат, план (путешествия) = маршрут, расценка = тариф, номер = комната, причал = пристань, причалить = пришвартоваться, обменка = обменный пункт, давать на чай = давать чаевые* тощо. Недоліком семантизації за

допомогою синонімів є те, що вона може мати приблизний характер, часом відмінності між синонімами необхідно додатково коментувати. Найефективнішим цей прийом вважають для основного й завершального етапів навчання.

З огляду на системність як одну з найважливіших ознак термінології одним з ефективних прийомів семантизації туристичних термінів є **використання антонімів**. Засвоєння спеціальної лексики парами сприяє ліпшому розумінню значень слів, допомагає добре їх запам'ятати (*прибытие* ≠ *отбытие*, *въезд* ≠ *выезд*, *ввоз* ≠ *вывоз*, *взлёт* ≠ *посадка*, *посадка* ≠ *высадка*, *зарегистрироваться* (*в гостинице*) ≠ *выписаться* (*из гостиницы*), *причалить* ≠ *отчалить*, *открытие* ≠ *закрытие*, *запрет* ≠ *разрешение*, *проводжающий* ≠ *встречающий*, *взлететь* ≠ *приземлиться*, *штиль* ≠ *шторм*, *спокойное море* ≠ *бурное море*, *вверх по течению* ≠ *вниз по течению*, *нос (корабля)* ≠ *корма (корабля)*, *верхняя палуба* ≠ *нижняя палуба*, *прилив* ≠ *отлив*, *бросить якорь* ≠ *сняться с якоря*, *спустить трап* ≠ *поднять трап* та інші). Слід зазначити, що такий семантизаційний прийом можливий лише тоді, коли слово-антонім, за допомогою якого семантизують нову лексему, уже відоме іноземному студенту.

Для пояснення спеціальної лексики можна використати прийом **вказівки на родові слова**. Сутність цього прийому полягає у віднесенні слова до певної лексичної групи без коментування ознак, які відрізняють предмет, що названо цим словом, від предметів, названих іншими словами цієї ж групи (*мотель* – вид *отеля*; *яхта* – вид *водного транспорта*; *зал ожидания* – *зал в аэропорту*, *на вокзале*; *метрдотель* – *работник ресторана*; *люкс* – вид *номера в отеле*; *хайболл* – вид *коктейля*; *фужер* – вид *посуды (для вина)*; *кетчуп* – вид *соуса*; *нос* – *часть корабля*; *матрос* – *член команды корабля*; *мечеть* – вид *молитвенного дома*; *дворец* – вид *достопримечательности*).

Тісно пов'язаний із розглянутим вище **прийом переліку**, що полягає у перерахуванні слів, які означають або частини того, що позначено словом, яке семантизують (ціле через частини), або ж видові поняття стосовно до того, що позначено ним (родове через видові), наприклад: *класс* – *первый, бизнес, эконом*; *рейс* – *международный, чартерный, внутренний*; *снаряжение* (для

*дайвинга*) – *маска, трубка, ласты, костюм, акваланг*; *достопримечательность* – *памятник, храм, дворец, площадь, фонтан, мечеть, монастырь, церковь, музей*; *напиток* – *крепкий* = *алкогольный, слабоалкогольный, безалкогольный, газированный*; *газированный (напиток)* – *Кока Кола, Фанта, Спрайт*; *столовый прибор* – *ложка, вилка, нож*; *контроль* – *таможенный, паспортный*; *команда (корабля)* – *капитан, помощник капитана, штурман, боцман, лоцман, радист, рулевой, стюард, матрос*; *спасательный* – *пояс, жилет, круг*; *экипаж* – *пилот, второй пилот, штурман, радист, механик*; *виза* – *въездная, выездная, многократная, транзитная*).

Для семантизації туристичної лексики також важливим є **прийом опису**, що може мати форми **логічної дефініції** (визначення), **тлумачення** за допомогою словосполучення, простого речення або **коментарю** [5: 26]. Під час вивчення туристичної лексики ефективніше використовувати тлумачення (через його меншу строгість і можливість вільнішого добору засобів пояснення на відміну від наукової дефініції) або коментар (невеликий текст для пояснення). Наприклад: “*коблер*” ? *сладкий десертный коктейль*; *анкета* – *список вопросов*; *кемпинг* – *лагерь, база для автотуристов*; *шезлонг* – *лёгкое, раздвижное кресло, в котором можно полежать*.

На початковому етапі навчання доцільно залучати **наочність** (зокрема **зображальну** – різні види транспорту, визначні пам'ятки міста, спорядження, музейні експонати, види відпочинку, посуд, прибори тощо) і **тлумачення** спеціальної лексики **рідною мовою** студента.

Меншою мірою можливе використання для семантизації термінології такого прийому, як **вказівка на словотвірну цінність слів**. Цей прийом розвиває здібності мовного здогадування та дозволяє значно розширити потенційний словниковий запас студента. Представлений прийом має такі форми: **повідомлення** студенту **словотвірного значення**, наприклад, за допомогою суфікса *-к(а)* можуть утворюватися іменники на позначення осіб жіночої статі від іменників – назв осіб чоловічої статі (*официантка, клиентка, массажистка*), за допомогою суфікса *-щик* – іменники на позначення осіб чоловічої статі за професійною ознакою чи за родом

діяльності від дієслів (*уборщик, носильщик*); **вказівка на словотвірний ланцюг** (*тур + ист = турист + ск(ий) = туристский*); **вказівка на морфемний склад слова** (*посетитель – посети + тель*).

Практично неможливо використати для пояснення термінів **вказівку на внутрішню форму**, оскільки не так багато в мові слів із яскраво вираженою внутрішньою формою (коли в основі номінації покладено образ). Досить ефективним шляхом семантизації є **прямий переклад лексичної одиниці**, проте цей прийом дослідники схильні розглядати як такий, що варто використовувати лише за неможливості використати всі інші прийоми.

Серед інших прийомів семантизації можна назвати такі, як **вказівка на етимологію слова, презентація переносних значень слова, демонстрація стійких асоціацій**, пов'язаних зі словом, подання прикладів **типових словосполучень** (*доставить что? заказ, доставить кому? клиенту, доставить кого? туристов, доставить куда? до отеля*).

За умови навчання фахової мови логічніше, на нашу думку, зосередитися на представленні туристичної лексики у складених для навчання текстах. У проекті підручника з російської мови для співробітників туристичного бізнесу міститься Додаток зі Словником і професійно орієнтованими текстами (більше 20 текстів). Основна ідея текстів – мовленнєва підготовка студента до професій гід, трансфермана, готельного та ресторанного сервісу, формування культури міжособистісного спілкування. Наявність перекладного (російсько-англо-арабського) словника туристичної лексики робить підручник унікальним і цінним, оскільки кількість таких словників є недостатньою.

Кожен текст можна вважати окремою темою (наприклад, *“Путешествие на поезде”, “Путешествие на самолёте”, “В аэропорту”, “Трансфер до гостиницы”, “Бронирование мест в гостинице”, “Отдых в отеле”, “Неполадки в номере”, “Экскурсия по городу”, “Морская прогулка”, “Речной круиз”, “Прогулка по пустыне”, “Дайвинг”, “Экскурсия в музей”, “В ресторане”, “В баре”, “Экскурсия по столице”, “Экскурсия по храмам”, “Экскурсия в монастырь”* та інші). Закріпити та актуалізувати лексику можна також під час обговорення

проблематики представлених текстів, а також творів, написаних студентами з певної теми. До тем складені комунікативні мінімуми, що містять реалізацію комунікативних стратегій учасників комунікації. Лінгвістичні і психологічні дослідження останніх років свідчать про те, що текст набуває статусу основної комунікативної одиниці, якою людина користується в мовленнєвій діяльності. Пильна увага до тексту зумовлюється його функціями в навчальному процесі, серед яких слід особливо виділити функцію розширення, поповнення мовних знань студента, переважно лексичних, і функцію тренування мовного та мовленнєвого матеріалу. Професійно спрямовані тексти не тільки забезпечують студентів певними знаннями, але й розвивають здатність студентів обслуговувати туристів на екскурсіях, під час супроводження їх до місця призначення, а також у готельних та рестораних комплексах.

**Висновки та перспективи дослідження.** Отже, із чималою кількістю прийомів семантизації лексики більшість можна застосувати і для вивчення туристичної лексики. Запропонована робота має передусім практичне значення, оскільки сформований словник туристичної лексики й тексти фахового спрямування можуть бути корисними як навчальний матеріал у курсі загального мовознавства, термінознавства, із наукового стилю мовлення, з окремих тем лексикології, а також під час розробки стандартів і спеціалізованих словників туристичних термінів. Сьогодні термінологічна лексика складає більшу частину лексики будь-якої мови. Термінознавчі знання вже сьогодні необхідні людям різних професій – лінгвістам, перекладачам, редакторам, викладачам, фахівцям різних галузей.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Агабекян И.П. Английский для обслуживающего персонала / И.П. Агабекян. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 316 с.
2. Белан Э.Т. Особенности формирования новых терминосистем (на материале английской и русской терминологий международного туризма): автореф. дис. ...на соискание учен. степени канд.филол.наук: 10.02.20 / Э.Т. Белан. – М., 2009. – 9 с. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.avtoref.mgou.ru/ar/ar393.doc>. – Загл. с экрана.
3. Воробьева С.А. Деловой английский язык для сферы туризма / С.А. Воробьева. – М.: Филоматис, 2003. – 352 с.

4. Егорова К.А. Лингвистические особенности ксенонимической бытовой лексики туризма на материале аутентичных англоязычных путеводителей по России / К.А. Егорова // Международная заочная конференция “Актуальные проблемы науки и образования” / Северо-Кавказ. техн. ун-т. – Ставрополь, 2009. – [Электрон. ресурс] URL: Режим доступа: [science.ncstu.ru/conf/past/2009/apno/probl\\_lingv/25.pdf/file\\_download](http://science.ncstu.ru/conf/past/2009/apno/probl_lingv/25.pdf/file_download). – Загл. с экрана.
5. Процик І. Презентація нової лексики в лінгводидактиці для чужоземців / І. Процик // Теорія і практика викладання української мови як іноземної: зб. наук. праць. – Львів, 2007. – Вип. 2. – С. 24-30.

© Т.М. Лагута, О.М. Вержанська, 2010