

## **РОЛЬ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ЛЕКСИКИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

У статті приділено увагу дослідженню тенденцій запозичення англomовної термінології в індустрії гостинності. Закцентовано увагу на тому, що запозичення як елемент чужої мови, перенесений з однієї мови в іншу в результаті мовних контактів, може розглядатися як спосіб поповнення словникового складу мови. Автор наголошує, що в сучасній лексиці готельної справи відзначається велика кількість запозичень - неологізмів, що прийшли з англійської мови. Частину лексики індустрії гостинності можна визначити як лексику відкритого типу, зрозумілу для широкого кола осіб, користувачам послугами даної індустрії, а іншу частину - як лексику закритого типу, адресовану вузькому колу осіб, лише фахівцям. Переходячи в систему термінів конкретної галузі знань, слово загальнолітературної мови отримує термінологічне значення і стає однозначним, проте лише в рамках певного (спеціального) контексту.

**Ключові слова:** лексика, термін, запозичення, гостинність, туризм.

В статье уделено внимание исследованию тенденций заимствования англоязычной терминологии в индустрии гостеприимства. Акцентиrowано внимание на том, что заимствование как элемент чужого языка, перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, может рассматриваться как способ пополнения словарного состава языка. Автор отмечает, что в современной лексике гостиничного дела отмечается большое количество заимствований - неологизмов, пришедшие из английского языка. Часть лексики индустрии гостеприимства можно определить как лексику открытого типа, понятную для широкого круга лиц, пользователям услугами данной индустрии, а другую часть - как лексику

закритого типу, адресованную узкому кругу лиц , только специалистам. Переходя в систему термінів конкретної області знань, слово общелитературного языка получает термінологічне значення і стає однозначним , но только в рамках определенного ( специального) контекста.

**Ключевые слова:** лексика, термін, заимствование, гостеприимство, туризм.

## **The Role Of English Terminology In The Formation Of - Vocabulary Of Hospitality Industry In Ukrainian Language**

**Mariya Pangelova**

The article deals with the study of English terminology borrowing trends in the hospitality industry. The fact that borrowings as part of a foreign language, moved from one language to another as a result of language contact and could be seen as a way to replenish the vocabulary of the language was outlined. The author accents that in modern vocabulary hotel industry marked a large number of borrowings - neologisms that came with the English language. Some of the vocabulary of the hospitality industry can be defined as a vocabulary of open type understandable to a wide range of people, users of the service industry, and the other part - as lexicon of the closed type addressed to a narrow circle of people, only to specialists. Moving into the system of terms of a particular field of knowledge, word of literary language gets terminological meaning and becomes unambiguous, but only within the certain (special) context.

**Key words:** language, term, borrowing, hospitality, tourism.

У сучасній професійній літературі широко застосовується термін індустрія туризму та гостинності. Індустрія гостинності об'єднує різні професійні сфери діяльності людей: туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій, семінарів і виставок, спортивну, музейно виставкову, екскурсійну діяльність, а також сферу професійної освіти в галузі

гостинності. Індустрія гостинності складна, комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів.

Актуальність дослідження. Наше століття характеризується зростаючими інтернаціональними зв'язками і мовними контактами між країнами, культурами, представниками цих культур, носіями мов. Одним з яскравих прикладів прояву цих зв'язків і контактів є запозичення слів, яке значно збільшилося останнім часом. Англійська мова, а точніше американська англійська, є тією мовою, яка відіграє велику роль як провідний засіб міжнародного спілкування, як джерело поширення слів. Завдяки високому рівню розвитку американської економіки і модернізації американського суспільства, англійська мова займає таке положення на ринку міжнародних обмінів, коли будь-яка держава, що претендує на одне з провідних місць у світовому бізнесі, має приймати і використовувати інформацію, що надходить англійською мовою.

Таким чином, використання англійської мови як провідного засобу міжнародного спілкування є незаперечним фактом. Загальновизнаним можна вважати і факт використання слів, що прийшли з англійської мови, у багатьох сферах нашого життя і, особливо, у сфері готельної справи.

Останнім часом у засобах масової інформації активно вживаються іншомовні слова у різному ступені асимільованому вигляді. Соціально-політичні процеси останніх років зумовили зміни в українській літературній мові. Зміни, що відбуваються в мові, більш за все торкнулися лексики, і знайшли своє відображення в освоєнні великої кількості запозичених слів.

Використання одиниць іншої мови в сучасній лінгвістиці має різні назви: іншомовні вкраплення, варваризми. Не можна недооцінювати роль іншомовних одиниць у функціонуванні мови і мовлення. В умовах постійної і масової двомовності вживання подібної лексики набуває цілком регулярного і закономірного характеру.

У тих же випадках, коли терміни широко поширені в спеціальній літературі, вони, як правило, не перекладаються, а просто запозичуються. Таким чином, використання іншомовних терміноелементів і запозичених слів не заважає спілкуванню, так як спеціальної лексики користуються люди, що мають певну професійну підготовку.

Мета даної роботи полягає у дослідженні тенденцій запозичення англomовної термінології в індустрії гостинності.

Запозичення як елемент чужої мови, перенесений з однієї мови в іншу в результаті мовних контактів, безсумнівно, може розглядатися як спосіб поповнення словникового складу мови.

Запозичення пристосовуються до системи мови, що запозичує і часто настільки ними засвоюються, що іншомовне походження таких слів не відчувається носіями цієї мови й виявляється лише за допомогою етимологічного аналізу (мертвий сезон). На перших щаблях запозичені слова чужої мови можуть вживатися в текстах мови, що запозичує в якості іншомовних вкраплень.

При усному запозиченні слово зазнає більше змін у всьому своєму образі, ніж при письмовому. Якщо слово входить в мову іншого народу при одночасному запозиченні нового предмета чи поняття, то значення цього запозичення не зазнає змін, але в разі входження нового слова як синоніма до вже існуючих слів між цими синонімами відбувається розмежування значень і спостерігаються зрушення у вихідній семантиці. Слова подібного роду іноді називають проникненнями [1].

Найбільшою мірою новизни відрізняються варваризми, неасимільовані одиниці, які переважають серед нової запозиченої лексики. Наприклад: Very Important Passenger (дуже важливий пасажир = VIP) - людина, якій призначений особливий сервіс.

До них близькі ксенізми (запозичені одиниці, що відображають специфіку побуту країни-джерела): kung fu (з китайської). Різниця між варваризмами і ксенізмами полягає в тому, що перші мають синоніми в мові-

реципієнті, другі позначають явища, об'єкти, що існують тільки в країні-джерелі і відсутні в приймаючій країні.

Варто зауважити, що запозичення не заміщують споконвічні одиниці. Наслідком запозичення є не лише поповнення словникового складу, в його процесі змінюється стильове забарвлення лексичних одиниць, їх внутрішня структура, формуються омонімічні відносини. Запозичення сприяє також варіантності і частково зумовлює її.

Перша і головна причина запозичення слів - запозичення речі, предмета: разом з предметом приходить і його назва. Так з'явилися у нас слова таксі, акваланг, віза, інфраструктура.

Інша причина - необхідність позначити деякий спеціальний вид предметів або понять, уточнити, розмежувати смислові відмінності. Наприклад, з появою готелів в українську мову входить французьке слово *портє*, тому що споконвічно українське слово *служник* недостатньо ясно вказувало б на сферу діяльності цієї особи. Також з'явилися такі нові форми обслуговування в ресторані готелю як шведський *стіл* або *сніданок континентальний*, а *повидло* замінив *джем*.

Іноземне слово легше засвоюється, якщо воно заміняє описовий оборот. Так, слово *турне* замінило собою поєднання *мандрівку круговим маршрутом*.

У сучасній лексиці готельної справи відзначається велика кількість запозичень - неологізмів, що прийшли з англійської мови. Що стосується особливостей функціонування таких запозичених лексичних одиниць, то поряд з випадками використання англійських запозичень без зміни форми і змісту, таких як *прайс*, *он-лайн*, *сайт*, *сек'юриті*, *трансфер*, *франчайз*, *чартер*, *туроператор*, *оферта* і безліч інших, різною мірою освоєності, деякі з яких зберігають написання латиницею, відзначається величезна кількість прикладів адаптації англійських запозичень за формою [3]. Дані адаптації можуть проявлятися у вигляді зміни даного слова за граматичними категоріальними ознаками, властивим українській мові. У журнальних українських текстах відзначаються випадки використання англійських

запозичень у формі частково переданою англійською мовою, частково - українською. Як приклади можна привести такі новоутворення як: high-клас, VIP-гість, VIPовській. Варто більш детально торкнутися даного моменту, а саме, тенденції до адаптації запозичень з англійської в українську мову. У сучасних українських журнальних текстах часто можна зустріти випадки використання запозичень з англійської мови у поєднанні з уже знайомими запозиченнями з інших мов або в поєднанні з українськими словами: інтернет-конференція, інтернет-кафе, розміщення з напівпансіоном.

Іншомовні слова розрізняються за ступенем їх освоєності у мові. Запозиченими вважаються слова, що відрізняються наступними ознаками:

1. Графічна освоєність
2. Фонетична освоєність
3. Граматична освоєність
4. Словотвірна активність слова
5. Входження в лексичну систему мови
6. Регулярне вживання в мові
7. Фонетичне освоєння

Іншомовні слова, як правило, отримують український графічний вигляд досить швидко. Зараз ми пишемо мадам, мсьє, а також пляж, бізнес, біфштекс, хоча ще на початку минулого століття ці слова не писалися українською.

Засвоєне запозичене слово стає активним в словотвірній системі мови, здатне утворювати похідні слова. Наприклад: тур - туроператор (оптова туристична фірма, що займається розробкою турів), бізнес-тур (тип подорожі, який необхідний діловим людям і вимагає особливого сервісу, наприклад, кімнату для переговорів); VIP-гість.

Лексично опановане слово зрозуміле й вживане в мові. Його лексичне значення входить в лексичну систему мови: може розвивати похідні значення, вступати в різні лексичні угруповання.

Запозичені слова збагачують синонімічні ряди: затишок - комфорт. Іншомовні слова, завдяки їх меншій обтяжливості багатозначністю, легше піддаються термінологізації. Наприклад, хостел - недорогий готель з невеликим набором послуг (без зручностей в номері).

Запозичені слова розрізняються за ступенем їх асиміляції: повністю асимільовані, частково-асимільовані і неасимільовані.

Прикладом неасимільованої лексики є екзотизми (варваризми), які виділяються на тлі освоєної іншомовної лексики. Екзотизми (від грец. *exotikos* - чужий, іноземний) - це запозичені слова, в значенні яких виражаються відмінні риси суспільного життя, побуту і звичаїв того чи іншого народу.

Такі слова використовуються при описі життя того народу, який їх створив. Так, у публікаціях про Англію зустрічаються слова: лорд, містер, сер, клерк, фунт стерлінг. При описі життя Німеччини вживаються слова рейхстаг, бундесвер, вермахт, рейхсвер, бундестаг. Специфічні риси національного життя Франції характеризують слова консьєрж, мадам, мадмуазель. Слова синьйор, синьорита, тарантела, гондола - італійські екзотизми. Автори, які пишуть про Іспанію, вживають слова тореадор, пікадор, матадор, кастаньєти, мантилья, дон, донна. Американськими екзотизмами є слова гангстер, бос, долар. Японськими - самурай, гейша. Екзотизмами народів Середньої Азії є слова піала, чайхана, кишлак, арик.

Є в мові іншомовні слова та словосполучення, які зберігають свій іншомовний графічний вигляд. Вони ніби вкрапляються в український текст. Їх називають іншомовними вкрапленнями або варваризмами.

Tet-a-tet (фр.) - удвох

Deluxe - розкішний тип готелю

Навіть якщо такі слова записуються українськими літерами, вони все одно відчуються як іншомовні: трансфер - зустріч або проводи в аеропорту (на вокзалі); апартаменти - тип номерів у готелях, за своїм оформленням наближені до виду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі.

Вище йшлося про лексичне запозичення. Але це не єдиний спосіб іноземного впливу на словник. Можливий і такий шлях запозичень, при якому слово не запозичується, але воно служить немов би зразком для нового українського слова. Кожна значуща частина іноземного слова замінюється відповідною за змістом української морфемою. Такий спосіб називається калькуванням.

англ. all inclusive англ. sky-scraper

укр. все включено укр. хмарочос

Все це - словотворчі кальки. Ще є семантичні, смислові кальки. Вони виникають під впливом якого-небудь значення слова, що належить іншій мові.

Професійна лексика, що використовується в мові фахівців для позначення професійних предметів і явищ, поділяється на дві групи: терміни та професіоналізми.

Терміни - слова або словосполучення, які точно називають яке-небудь поняття, що застосовується в науці, техніці, мистецтві.

Професіоналізми - слова, які вживаються переважно людьми однієї професії. Наприклад, «спина до спини» - вигідна система заповнення готелю, при якій послідовність вибуття та прибуття груп туристів організована туроператором таким чином, щоб виділені йому власником готелю номери не пустували (інтервал між заселенням тільки на прибирання). Спеціальна термінологія зазвичай «покриває» всю дану спеціальну сферу науки або техніки: всі основні поняття, ідеї, відносини отримують своє термінологічне найменування. Термінологія тієї чи іншої галузі знання або виробництва створюється свідомими і цілеспрямованими зусиллями людей - фахівців у даній області. Тут діє тенденція, з одного боку, до усунення дублетів і багатозначних термінів, а з іншого - до встановлення суворих меж кожного терміна і чітких відносин його з іншими одиницями, які утворюють дану термінологічну систему. В основі кожного терміну обов'язково лежить визначення (дефініція) позначуваної ним реалії, завдяки чому терміни



становлять собою точну і в той же час стислу характеристику предмета чи явища.

Дефініція - це суть, значення терміну, його точне тлумачення. У будь-якому термінологічному, професійному або науковому словнику словникова стаття - це і є дефініція.

Кожна галузь знання оперує своїми термінами, що становлять суть термінологічної системи даної науки. Тут проявляється ще одна важлива характеристика термінів - вони повинні створювати струнку систему, вступати один з одним в ієрархічні відносини. Це не просто випадковий набір слів, а саме струнка система термінів, що відображає категоріально-понятійний апарат галузі знань або сфери діяльності.

У складі термінологічної лексики можна виділити два шари:

1. Загальнонаукові терміни, які використовуються в різних галузях знань і належать науковому стилю мовлення в цілому: адекватний, еквівалент, прогнозувати, прогресувати. Ці терміни утворюють загальний понятійний фонд різних наук і мають найбільшу частотність використання.

2. Спеціальні терміни, які закріплені за певними науковими дисциплінами, галузями виробництва і техніки. Наприклад, у лінгвістиці: підмет, присудок, прикметник, займенник. У готельній справі: пансіон, розрахунковий час, пізній виїзд, бронювання.

Для пояснення значень термінів існує спеціальний вид словників - термінологічні словники. За типом ці словники є лінгвістичними (тлумачними). У них пояснюється значення, іноді походження тих чи інших термінів. Зрозуміло, термінологічні словники складені для окремих галузей знань. Терміни складають частину тезаурусу (від грецького *thesaurus* - запас) - понятійного апарату галузі знань. Вони є найважливішим інструментом професійної діяльності, так як в них точно описана теорія і методологія будь-якої професії.

Термінологія утворилася на основі продуктивного використання міжнародних терміноелементів, запозичених слів та інтернаціональної лексики.

Пристосування слів спільного вживання до вузької сфери - це традиційний і вельми продуктивний прийом найменування спеціальних понять. Суть його зводиться до використання одного з диференціальних ознак, укладеного в лексичному значенні загальноновживаного слова, який потім виявляється в якості «загальної ідеї» для слова-терміна. Причому в терміні загальна ідея конкретизується й уточнюється відповідно до змісту наукового поняття.

В результаті процесу термінологізації значення загальнолітературного слова, або вторинної термінологізації, відбувається омонімізація, тобто фактично використання старої «мовної оболонки» для нового означуваного. Це типовий випадок міжсистемної омонімії. При функціонуванні в термінології готельної справи такі слова відокремлюються від інших загальноновживаних слів і словосполучень, перетворюються на одиниці, співвідносні насамперед з певними поняттями. Особливе джерело формування термінології готельної справи, настільки ж традиційне і активне - це освіта термінів на українському ґрунті засобами власної словотвірної системи або на основі міжнародного термінологічного фонду.

Загальнонаукова термінологія, позначаючи категоріальні поняття загальногалузевого характеру, обслуговує не лише лексику індустрії гостинності, але входить і в більшість терміносистем інших галузей знань.

Найбільш продуктивно в термінології готельної справи використовуються універсальні міжнародні терміноелементи, такі як мікро-(малий) і макро-(великий), авто-(автоматичний). Наприклад, міні-готель (міні-готель) - це готель з номерним фондом до 40 номерів.

Значний відсоток термінів готельної справи складають слова - запозичення з інших мов. Ці терміни прийшли в термінологію готельної справи як готові мовні одиниці разом зі сформованими поняттями і реаліями,

які вони відображають. Наприклад, мотель - готель для автотуристів, зазвичай з технічним обслуговуванням автомобілів. Європейський план - метод визначення (призначення) ціни за кімнату, що включає лише вартість заняття кімнати; кімнатний сервіс - наявність в готелі послуг з доставки в номер їжі, напоїв, кореспонденції. Франчайз - незалежний готель або мотель, який має право користуватися фірмовою маркою і платить за це право.

Поява запозичених термінів пояснюється підсилюючими контактами фахівців готельної справи та туризму різних країн і спільною розробкою конкретних проблем, що вимагає зближення (однаковості) відповідних термінологій. Відповідно, професійний успіх багато в чому залежить і від успішного оволодіння термінологічною системою професії.

У готельній справі і туристичному бізнесі використовується вузькоспеціальна лексика, тобто термінологія для позначення понять даної сфери, яку умовно можна поділити на кілька груп.

По-перше, запозичені з англійської мови терміни, що позначають раніше не існуючі в Україні реалії. Це пояснюється екстралінгвістичними факторами. У післяперебудовний період слід за падінням «залізної завіси» з'явилася велика кількість туристичних фірм. У той же час був відсутній термінологічний апарат для рекламування туристичного продукту, що включає реалії, яких до цього не було в українському середовищі, і тому з'явилася тенденція запозичення англійського термінологічного шару лексики, так як йому притаманний інтернаціональний характер з огляду надзвичайної поширеності англійської мови в означеній сфері. Це знайшло своє відображення в запозиченнях шляхом калькування (наприклад, гарантовані номери), транскрипції і транслітерації (наприклад, тур), а також варваризмів (наприклад, Executive Suite). Причому ці запозичення вживаються неоднаково в статтях і рекламі різних туристичних фірм і готелів. Використовується як буквальний переклад термінів, так і вживається англійська лексика поряд з українською.

Готельний комплекс: категорії готелів - Standard (середніх розмірів номер з основними зручностями і балконом); Cottage (окремий будинок для оренди); Junior Suite (номер, що включає кухню і дві кімнати: вітальню і спальню), Executive Suite, Royal Suite; Premier Suite (різниця між усіма видами номерів цієї категорії - в більших розмірах, зручностях. Зазвичай, чим вище ранг, тим кращий номер); Deluxe (люкс); Super Deluxe (супер- люкс). Ця категорія номерів належить до розкішної, дорогої, рангом вище є номера Suites; Studio (невеликий готельний номер, менше стандартного) і т.д.; розміри ліжка - king size, queen size (у нашій країні існував інший поділ: односпальне, півтораспальне або двоспальне ліжко; king size приблизно відповідає «трьохспальному ліжку», якщо можна це так назвати, queen size відповідає двоспальному ліжку); надаються послуги: baby - sitting (послуги няні), butler service (послуги дворецького), room service (прибирання номера); види бронювання номерів - зарезервовані номера (reserved rooms - номера бронюються і оплачуються по прибуттю в готель, необхідно приїхати в певний час), гарантовані номера (guaranteed rooms - номера оплачуються до приїзду в готель і залишаються за туристом у разі його затримки) [2].

Система харчування: all inclusive (система «все включено», маються на увазі їжа та напої), dine around (харчування не включено у вартість путівки, туристи мають можливість вечеряти в різних ресторанах), buffet (в українській мові цей термін має інше значення, тому цій лексичній одиниці відповідає поняття шведський стіл, його етимологія потребує подальших досліджень); напівпансіон ( half board - зазвичай у вартість путівки включені тільки сніданки та вечері ), повний пансіон (full board - харчування три рази на день), європейський сніданок (сніданок, складається з кави або чаю, бутерброда з маслом, джему).

До другої групи туристичних термінів відносяться запозичення нових термінів для вже існуючих старих понять з причини їх престижності, моди. Вважається, що називання звичних понять не українською надає їм більш високого статусу. У цій групі можна зустріти велику кількість лексичних

одиниць, наприклад: фешенебельний готель (англ. fashionable); Прайс-лист (замість преїскуранта); сервіс (замість обслуговування). Ймовірно, це пов'язано з тим, що жителі нашої країни звикли до того, що обслуговування може бути як поганим, так і хорошим. А у лексичній одиниці сервіс для свідомості мешканця України вже закладена сема «висококласне обслуговування», що викликає позитивні асоціації, особливо в поєднанні з позитивними оціночними прикметниками, що більшою мірою підвищує статус сервісу, наприклад, чудовий сервіс.

Туристичні терміни-кліше, які притаманні лише україномовним туристичним текстам. У цьому випадку застосовується загальноновживана лексика, але їй надається конкретний зміст: гарячі путівки (подорожі, які необхідно терміново продати, так як вони заплановані в самий найближчий термін, зазвичай вони продаються зі знижкою). В Англії використовується термін Late deals, в Америці Last-minute specials. Шуб-тур (спеціально організовані тури для придбання хутряних виробів); назви різних турів: Екзотичні країни Африки та Азії; Класична Європа; Антична Греція і т.д.

На основі здійсненого аналізу можемо зробити наступні висновки. Індустрія гостинності є відносно новим напрямком, що динамічно розвивається. Формування і розвиток будь-якої галузі, перш за все, знаходить своє відображення в мові. Мова займає важливе місце у формуванні національної культури. Тому, будучи суспільним явищем, мова не може залишитися осторонь від політичних, економічних, культурних та інших змін у суспільстві. Процеси, що відбуваються в суспільстві, знаходять пряме відображення в літературній мові, в його словниковому, лексичному складі. Для позначення нових понять, що виникли у зв'язку з різкими змінами в суспільстві, утворилися нові слова; повернулися до активного вживання слова, які стали пасивними. У той же час в мову проникали нові інтернаціональні слова, а деякі слова збагатилися новими смисловими відтінками значення. У післяперебудовний період почався бурхливий розвиток туризму, реконструювалися старі і будувалися нові готелі,

туристські села, клубні готелі, мотелі і кемпінги на численних маршрутах. З'явилася потреба в лексиці для обслуговування даної галузі, особливо для обслуговування туристичних груп за кордону. Таким чином, для розвитку лексики готельного бізнесу були сформовані сприятливі позамовні умови.

Термінологія, будучи частиною загальнолітературної мови, не є статичним утворенням, вона, як і мова в цілому, зазнає постійних змін, перетворень. Формування сучасної термінології відбувається за рахунок зовнішніх коштів номінації об'єктів (запозичена лексика) і внутрішніх номінативних засобів, серед яких виділяються семантичний, морфологічний, синтаксичний способи створення термінів. У сучасній лексиці готельної справи відзначається велика кількість запозичень - неологізмів, що прийшли з англійської мови. Частину лексики індустрії гостинності можна визначити як лексику відкритого типу, зрозумілу для широкого кола осіб, користувачам послугами даної індустрії, а іншу частину - як лексику закритого типу, адресовану вузькому колу осіб, лише фахівцям. Переходячи в систему термінів конкретної галузі знань, слово загальнолітературної мови отримує термінологічне значення і стає однозначним, проте лише в рамках певного (спеціального) контексту. Саме тому, щоб знати значення термінів, недостатньо знати «повсякденний сенс» слів, що утворюють ці терміни; потрібно знати специфіку відповідної галузі та ті поняття, які пов'язані з даними термінами. До термінологічної лексики готельної справи відносяться слова або словосполучення, що використовуються для логічно точного визначення спеціальних понять, предметів і різних видів послуг готельного бізнесу. На відміну від загальновживаних слів, які можуть бути багатозначними, терміни в межах даної тематики, як правило, однозначні. Їм властива чітко обмежена, мотивована спеціалізація значення.

### **Список використаних джерел**

1. Аракин В.Д. История английского языка: Учебное пособие для студентов пед. ин-тов по специальности «Иностранные языки». - М: Просвещение, 1985.
2. Большой глоссарий терминов международного туризма .The Great glossary of terms for the international tourism / Под ред. М.Б.Биржакова, В.И.Никифорова – СПб.: Издательский Дом Герда, 2006. – 936 с.
3. Простаков, И.В. Иностранные термины в турбизнесе: Краткий толковый словарь / И.В.Простаков. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 128 с.
4. Ткачёва Л.Б. Основные закономерности английской терминологии / Л.Б.Ткачева. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1987. – 200 с.
5. Hornby A.S. Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English / A.S.Hornby. - Oxford University Press. – 2000.- 1540 p.;

### **Довідка про автора**

Пангелова Марія Борисівна – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземної філології і методики навчання ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»