

4. Кислюк Л. П. Нове життя репресованих словників / Л. П. Кислюк // Світогляд. – 2008. – № 2. – С. 80.
5. Огієнко І. І. Історія української літературної мови / І. І. Огієнко. – К. : Либідь, 1995. – 296 с.
6. Симоненко Л. О. Українознавчі й термінознавчі студії академіка А. Ю. Кримського / Л. О. Симоненко // Термінологічний вісник. – К. : ІУМ НАНУ, 2013. – Вип. 2 (1). – С. 72–81.
7. Шевельов Ю. В. Портрети українських мовознавців / Ю. В. Шевельов. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2002. – 132 с.

УДК 811.11,37,373-116

В. В. Прима,

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ПУТІВНИКІВ ПО УКРАЇНІ

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

Ключові слова: термін, термінологія, путівник, функціонування.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУТЕВОДИТЕЛЕЙ ПО УКРАИНЕ

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности, функционального. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных путеводителей и особенности функционирования в них туристических терминов.

Ключевые слова: термин, терминология, путеводитель, функционирование.

LINGUISTIC PECULIARITIES OF THE ENGLISH GUIDES TO UKRAINE

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: term, terminology, guide book, functioning.

Одним із пріоритетних завдань сучасної лінгвістичної науки є вивчення підмов, які обслуговують різноманітні сфери професійної діяльності людини. На сьогодні існують численні дослідження як загальнотеоретичних питань термінознавства [2; с. 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, а в Україні з'явилася лише в 90-х роках [1, с. 6].

Мета нашої роботи полягає у розгляді лінгвістичних особливостей англomовних путівників по Україні.

Матеріалом дослідження слугувала вибірка з наступних англomовних онлайн путівників: *World Travel Guide*, *Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine)*.

Туристичний путівник (*travel guide*) визначається як друкована книга, 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, с. 10].

У лінгвістиці путівник розглядається як жанровий різновид туристичного дискурсу [5, с. 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 лексичного складу туристичних путівників.

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, с. 12].

Мові путівника властива логічність, послідовність, монологічний характер викладу. Лексику путівника складають три основні пласти: загальнонавчальні слова, загальнонаукові слова і терміни [4, с. 11].

Слід зазначити, 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).

Всі джерела дослідження містять короткі відомості про історію країни, особлива увага при цьому надається сучасному стану речей. Велику увагу укладачі досліджуваних путівників приділяють описові культурних особливостей нашої країни. Так, зокрема, всі джерела містять інформацію стосовно релігійних конфесій:

«**Religion:** 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:

«Social conventions: *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 і 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.

До «енциклопедичної» інформації про Україну уналежнюємо також і відомості 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 в нашій країні.

«Passports: *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 цієї групи відомостей відносимо також і правила імпортування та експортування певних товарів, розміщення яких на сайті має на меті попередження проблем туриста при проходженні кордону:

«Banned imports: *Illegal drugs and unlicensed firearms. Banned exports:* *Illegal drugs and unlicensed firearms. You must obtain authorisation to export cultural goods»* (7).

Зазначимо, що цей блок інформації постійно оновлюється і надає відомості про останні зміни стосовно візової політики держави:

«As of February 2014, foreign visitors to Ukraine must be able to show proof of sufficient funds to cover their stay. You must have at least US\$100 per day plus a five-day reserve of US\$500. Your proof can be in the form of cash, bank or credit card statements showing the appropriate balance, a confirmed accommodation booking, a tourist voucher, a letter of invitation from a sponsor stating he/she will cover your costs while in Ukraine, or a return ticket» (6).

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 travelers 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. Travelers are advised to contact their embassy, in the first instance, for advice on where to get medical help» (6).

Слід відзначити, що проаналізовані путівники розміщують інформацію, що виконує до того ж і функцію попередження про можливі ризики для туриста. Так серед факторів, які можуть спричинити проблеми зі здоров'ям, зазначаються наступні:

«Food and drink: *Water used for drinking, brushing teeth or making ice should have first been boiled or otherwise sterilised. Milk is pasteurised and dairy products are safe for consumption. Only eat well-cooked meat and fish, preferably served hot. Vegetables should be cooked and fruit peeled. Street food is generally safe if it is fresh and hot. Freshwater fish and mushrooms or berries gathered in the area around Chernobyl north of Kiev are best avoided»* (6).

Велику увагу укладачі путівників зосереджують на питаннях, що стосуються обігу валюти. Так, туристичні путівники наводять інформацію про:

– валютну одиницю України:

«Currency information: *Гривня (UAH) = 100 kopyok (singular: kopyka). Notes are in denominations of UAH500, 200, 100, 50, 20, 10, 5, 2 and 1. Coins are in denominations of UAH1 and 50, 25, 10, 5, 2 and 1 kopyok»* (7).

– можливість застосування кредитних карток та наявність банкоматів:

«Credit cards: *Although still largely a cash economy, credit cards are becoming increasingly more accepted for the payment of goods and services, however, cheaper restaurants and hotels will not usually accept them. Travelers should be aware there is a high level of credit card fraud. ATM:* *ATMs are increasingly common throughout Ukraine, in towns as well as cities, and are generally reliable»* (7).

– особливості обігу туристичних чеків:

«Travellers cheques: *Not generally advised as they can be difficult to exchange. If taken, they should be made out in US Dollars»* (7).

Далі традиційними 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. In larger towns and cities, especially in Kiev, Odessa, Lviv and Yalta, there is also a new generation of hotels offering the same high standards found elsewhere in Europe» (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 блоку інформації, який наводить відомості щодо особливостей української національної кухні та закладів харчування, доступних в 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 centers» (6).

Подібне поєднання інформативної та рекламної функцій зафіксовано також і в описові видів та можливостей провести дозвілля, наприклад:

«Opera is performed in the ornate theatres of Kiev, Lviv and Odessa. Ukrainians have a deep-rooted musical tradition and singing is very popular. Most cities offer opportunities to experience live music performances (rock, folk and jazz) and some of the more upmarket restaurants, in Kiev and Odessa especially, stage live music at weekends. Most cities also have good musical comedy, puppet-theatre and troupes performing theatrical works in Ukrainian and Russian. Tickets are cheap by Western standards and readily available on the day of performance at the box office» (6).

Крім цього, путівники надають фото- й відеоматеріали, що ілюструють наведену інформацію, та розміщують рекламу готелів, ресторанів, нічних клубів та туристичних агенцій.

Відзначимо, що спільною рисою всіх досліджених путівників є фокусування на тих об'єктах, які увиразнюють унікальність, автентичність української культури. Це, насамперед, стосується опису міст. Укладачі путівників широко використовують такі стилістичні прийоми як епітет та метафора, що бачимо на прикладі опису Львова:

«Discover gorgeous Lviv, an open-air museum of extraordinary architectural wealth» (6).

Унікальність країни також підкреслюється описом численних споруд, пам'яток архітектури, які потенційно мають зацікавити туриста. Серед них перше місце посідають церкви та собори, що зумовлено культурно-історичною спадщиною України. Відзначимо, насамперед, описи Києво-Печерської лаври та Софіївського собору в Києві:

«Kiev-Pechersk Lavra (the Caves Monastery) is a fascinating living piece of history dating back to 1051» (7),

Як бачимо, знову ж таки велика роль у створенні позитивного образу цих споруд відводиться епітетам.

Серед обов'язкових об'єктів туристичної уваги, так званих «must-see places», укладачі путівників зазначають і відомий ринок в Одесі:

«Privoz market – a must visit for market lovers; whatever you buy – always bargain, you'll upset them if you don't» (6).

Як бачимо, у даних описах всіляко підкреслюється унікальність та колорит цих відомих місць.

Ще одним аспектом, який робить візит до України унікальним, є артефакти, які можна придбати чи побачити. Путівники наводять перелік популярних сувенірів, які мають національний колорит:

«Popular souvenirs include hand painted eggs (pysanky), carved wooden items and hand-embroidered clothes» (6).

Загалом, у досліджених путівниках акцентується також на тому, що Україна в цілому залишається незвіданою для європейського та американського туриста:

«Big, diverse and largely undiscovered, Ukraine is one of Europe's last genuine frontiers, a poor nation rich in colour-splashed tradition, warm-hearted people and off-the-map travel experiences» (284).

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. Реалізації рекламної та інформаційної функцій також сприяє полікодовий характер путівника – наявність ілюстративного матеріалу, що, з одного боку, візуалізує фактуальну інформацію (різного роду мапи), з іншого – допомагає формуванню високої позитивної оцінки певного об'єкта (фото).

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

Література:

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Г. Агафонова. – К.: Знання України, 2002. – 227 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Изд. 4-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 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. – [Електронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.traveltoukraine.org>
7. Ukraine // World travel guide. – [Електронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.worldtravelguide.net/ukraine>

УДК 378.147

Ю. Ю. Пришуна,

Національний авіаційний університет, м. Київ

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ САМООСВІТНЬОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ-БУДІВЕЛЬНИКІВ

У статті проаналізовано ключові етапи що формують самоосвітню компетентність майбутніх інженерів-будівельників. Розглянуто критерії, показники, рівні сформованості самоосвітньої компетентності, а також теоретично обґрунтовано педагогічні умови формування самоосвітньої компетентності майбутніх інженерів-будівельників.