

Н. Ангелиду, А.В. Коломойцева

*2 курс, Институт иностранных языков
и международного туризма
науч. рук. ст. преп. К.О. Москаленко
e-mail: aggelidou99@mail.ru
e-mail: klod_one_love@mail.ru*

Особенности терминосистемы туризма в испанском языке

В последние два десятилетия влияние испаноговорящих стран в мире возрастает. Не только в Испании, но и во многих латиноамериканских странах быстро развивается экономика, растут уровень жизни и уровень образования, укрепляется и национальное самосознание, которое питает стремление пользоваться национальным языком во всех сферах деятельности, включая и международное общение.

Издательская деятельность таких стран как Мексика, Колумбия, Аргентина, Чили завоевала заслуженное признание в мире, а Испания занимает четвертое место среди стран – экспортеров печатной продукции после Великобритании, США и Германии. В этой ситуации возникают вопросы, связанные с терминологией. Каков уровень развития терминосистем в испанском языке?

Этот вопрос обусловлен еще и тем фактом современной жизни, что высокий экономический, образовательный и культурный уровень страны не всегда напрямую способствует терминологическому развитию национального языка. Например, в Дании или Нидерландах, где университетское образование в значительной мере осуществляется на английском языке, а, следовательно, и научно-техническая, экономическая и иная деятельность использует англоязычный терминологический инструментарий. Вообще говоря, необходимость терминологически развивать каждый язык проблематична. В языке, подобно другим сферам общественной деятельности, каждое явление развивается вследствие потребности, настоятельной необходимости иметь средства для выражения каких-то фактов или их отношений. По мнению авторов монографии «Общая терминология. Вопросы теории» А.В. Суперанской, Н.В. Подольской и Н.В. Васильевой [3: 32], искусственное и форсированное развитие терминологий в языках тех народов, которые не занимаются целенаправленно той или иной деятельностью, нереально и не имеет смысла, поскольку не поддерживается самой жизнью.

Иногда в действие вступает еще один фактор социолингвистического характера, который в разные исторические периоды и в разных странах проявляет себя по-разному, внося существенные коррективы

в процессы терминологического развития. Вполне понятно, что если в некий период преобладают тенденции универсализации знания, то лидером терминовтвора является тот язык, на котором формулируются и развиваются передовые идеи.

Так, большую часть терминосистемы гостиничного сервиса и туризма в испанском занимают заимствования из других языков. Данный вид терминовтвора исследователь С.В. Гринев-Гриневич предлагает также отнести к семантическому терминовтвора [1: 44]. Основная часть заимствованных слов в терминологии туризма в испанском языке имеет английское происхождение.

В связи с тем, что к моменту распространения в Испании каких-либо реалий и понятий, связанных с туристическим бизнесом, термины для их обозначения уже существовали в английском языке, зачастую происходило заимствование данных терминов. Некоторые термины со временем приобрели эквиваленты на испанском языке.

У исследователей существуют противоположные мнения о том, каким образом сказываются заимствования на языке: обогащают ли они его или засоряют. В случае с терминологией туризма на данный вопрос оказывается еще сложнее ответить, так как активное распространение заимствований в данной сфере деятельности связано не только с удобством применения уже существующих терминов, но и с наличием особой лингвопсихологической функции заимствований. Так как в сфере туризма и гостиничного сервиса объем продаж связан с грамотной презентацией продукта, лингвистические средства становятся одним из способов воздействия на покупателя и улучшения имиджа товара и продающей его компании. Иными словами, зачастую использование заимствований помогает привлечь внимание покупателя, так как именно заимствованная лексика неосознанно ассоциируется у клиента с зарубежными и, вероятнее всего, передовыми разработками.

Существует ряд классификаций видов заимствований. Мы будем опираться на классификацию, основанную на характере заимствования [4: 51].

Первый вид заимствования – это материальное заимствование. Основной его характеристикой является заимствование внешней формы слова (лексическое) либо его корневой морфемы (морфологическое). Семантика слова может при этом сохраняться либо приобретать новые смысловые оттенки.

Такие заимствования широко представлены в терминологии туризма. Основным языком заимствования, как уже было упомянуто, является английский, например: *Overbooking* (англ.) – овербукинг.

Реже встречаются заимствования из других европейских языков, например, из французского: *sumiller* (франц.) – сомелье.

Следующим типом заимствования является калькирование. В таком случае может происходить словообразовательное калькирование с заимствованием структуры исходного термина: *Sobrerreserva* (англ. *overbooking*) – дословно с обоих языков «перезабронирование» – овербукинг, бронирование большего числа номеров, чем отель может предоставить на какой-либо период времени. Другой вид калькирования, характерный для рассматриваемой терминосистемы, – пословный перевод какого-либо словосочетания: *Casallena* (англ. *Fullhouse*) – полная заселенность гостиницы.

Семантический способ терминообразования. Данный способ терминообразования является одним из наиболее распространенных и, исходя из названия, основывается на изменении значения общеупотребительного слова либо присвоении его семантике дополнительного значения. По мнению Д.С. Лотте, в рамках отдельной терминосистемы слова общелитературного языка при сохранении своего изначального звукового состава будут иметь одну систему, а также в некоторых случаях они могут приобретать добавочное значение, неизменное в рамках отдельно взятой системы терминов [2].

Зачастую одни и те же общеупотребительные слова будут становиться терминами в рамках различных терминосистем, при этом они могут приобретать в зависимости от области деятельности различные семантические оттенки. В данном случае речь идет о таких видах семантического терминообразования как терминологизация общеупотребительного значения слова и расширение его семантики. При терминологизации общеупотребительного слова объем значения термина остается равен изначальному семантическому объему слова, то есть, без присвоения ему дополнительной семантики [1: 78]. Среди подобных терминов можно выделить такие слова специальной лексики, как *precio* – цена, *gastos* – расходы, *затраты*.

Так как терминосистема туризма и гостиничного сервиса является относительно новой, как и соответствующая область человеческой деятельности, и находится на этапе активного формирования, часть ее лексики заимствована из терминологий смежных областей деятельности. Сферы торговли, экономики и маркетинга – это области, тесно связанные с туристической деятельностью, поэтому их терминосистемы оказали наибольшее влияние на пополнение списка терминов, относящихся к области туризма. Поэтому в терминосистему исследуемой области также входят такие понятия, как, например, *divisas* – валюта, *deficit* – дефицит, *consumo* – потребление.

Среди встречающихся в испанском языке способов морфологического терминообразования можно выделить *суффиксальный способ*. Как подразумевает его название, новые термины образуются при помощи добавления к исходной основе формативных суффиксов. Использование одних и тех же суффиксов свойственно для формирования терминов со значением профессий в различных терминосистемах. Так, для формирования терминов, обозначающих представителей профессий в сфере туризма и гостиничного сервиса, в испанском языке используются стандартные для этого суффиксы *-er* (*cajero* – кассир, *camarero* – официант), *-ista* (*recamarista* – горничная, *resecionista* – ресепшионист), *-or/-dor* (*turoperador* – туроператор).

Для обозначения разновидностей туризма широко используется суффикс *-ismo*, часто употребляющийся для образования слов со значением различных видов деятельности: *excursionismo* – *экскурсионизм*, *alpinismo* – *альпинизм*.

Для образования нематериальных абстрактных понятий используются суффиксы *-dad* и *-ción*: *disponibilidad*, *estacionalidad*, *bonificación*, *cancelación*.

Эллипсис представляет собой опущение одного из элементов словосочетания. Данный способ интересен тем, что, как правило, в нем опущению подвергается слово, служившее ядром исходного словосочетания, в то время как весь акцент смещается на атрибутивный элемент, который впоследствии остается. *Extra* – «дополнительный» – термин может употребляться в различных значениях в зависимости от контекста и от исходного словосочетания: *personal extra* – *экстра персонал*, *huésped extra* – *дополнительный гость*, *servicio extra* – *дополнительные услуги*. *Con cama supletoria* – номер с дополнительной раскладной кроватью, где исходным словосочетанием является *habitación cama supletoria*.

Способ словосложения малопродуктивен в терминосистеме туризма и основан на соединении нескольких корневых морфем, где одна из них будет являться главной, а другая – одна или несколько – атрибутивной. *hotel-apartamento* – *апант-отель*: семантически главная морфема – *hotel*, вторая морфема служит для уточнения семантики главной морфемы [2: 98].

Возвращаясь к обучению языку профессии и современному состоянию испанской терминологии, подчеркнем, что состояние терминологии отражает политические, культурные и общественные условия народа, ею пользующегося, и позволяет оценить международный статус языка. Пристальное внимание испаноговорящего сообщества к вопро-

сам терминологии свидетельствует о быстром подъеме этого статуса. Пока испанский не имеет хорошо разработанной терминологии в области туризма, поскольку специалисты не всегда используют родной язык в профессиональном общении, особенно в интернациональном.

Испанские специалисты в большинстве своем согласны, что в настоящее время обучение языку профессии – первичная задача в преподавании иностранного языка, и в том числе испанского как иностранного, а обучение специализированному переводу – вторично: только разобравшись в понятийном поле данной отрасли, можно осуществить адекватный перевод профессионального текста.

Библиографический список

1. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение. М., 2008. 451 с.
2. Степанов Г.В. Современная научно-техническая терминология. М., 2011. 278 с.
3. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология. Вопросы теории. М., 2010. 327 с.