

Міністерство освіти та науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Факультет філології

Кафедра української мови

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему «Сучасна туристична термінологія: семантика, структура і походження»

Виконала: студентка II курсу,
групи Узмф-22
спеціальності 035 Філологія.
035.01 Українська мова та література
Повшанюк Л. М.

Керівник – кандидат філологічних наук,
доцент Бабій І. О.

Рецензент – кандидат філологічних наук,
доцент Петришин М. Й.

Івано-Франківськ – 2023 р.

АНОТАЦІЯ

ПОВШАНІЮК Л. М. Новітні терміни туристичної галузі: семантика, структура, походження: дипломна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 035.01 «Філологія. Українська мова і література». Івано-Франківськ, 2023.

Туристична галузь постійно еволюціонує, застосовуючи нові технології та концепції. Одним із актуальних напрямків досліджень залишається вивчення семантики та структури термінів для позначення нових видів туризму та туристичних формальностей. Дослідження походження цих термінів дозволяють краще розуміти сутність нових підходів у туристичній сфері.

У першому розділі наведено праці науковців, які займалися вивченням туристичної термінології, обґрунтовано терміни, які вже є загальноживаними, та наведено приклади. З'ясовано, що науковці не приділяють значної уваги вивченню цієї теми, а особливо – аналізу новітніх термінів.

У другому розділі проаналізовано лексичні одиниці туристичної термінологічної системи і наведено приклади їх функціонування. Класифіковано терміни туризму за наступними ознаками: за походженням, за об'єктом найменування, за будовою. Основну увагу акцентовано на особливостях утворення новітньої термінології у галузі туризму, її походженні та структурі.

У дипломній роботі наведено діаграми, які демонструють кількість проаналізованих слів, слів іншомовного походження та кількість новітніх термінів.

Матеріали дослідження можуть бути використані викладачами, студентами та фахівцями у галузі туризму для подальших наукових досліджень та професійної діяльності.

Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (89 найменувань), джерельної бази (31 найменування), картотеки (203 терміни). Містить 5 діаграм.

Ключові поняття: туризм, термін, лінгвістичний аналіз, туристична термінологія, запозичення, лексичні одиниці.

ЗМІСТ**ЗМІСТ**

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	8
1.1 Поняття «термін» у працях українських науковців	8
1.2 Етапи становлення української термінологічної лексики туризму	11
1.3 Дослідження науковців про походження та значення основних туристичних термінів	18
1.4 Сучасні терміни туризму та їхня адаптація в українській мові	27
1.5 Правопис туристичних термінів	34
Висновки до розділу I	36
РОЗДІЛ 2. КЛАСИФІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРМІНІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	38
2.1 Класифікація туристичних термінів за походженням	38
2.2 Класифікація сучасних туристичних термінів за об'єктом найменування	49
2.3 Класифікація туристичних термінів за будовою	57
2.4 Новітні терміни туристичної галузі	63
Висновки до розділу II	71
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	76
ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА	83
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в необхідності вивчення та розуміння нових термінів, що з'являються в туристичній галузі, яка є динамічною та постійно змінюється. Вивчення нових термінів, їхньої семантики, структури та походження дозволить розуміти сучасні тенденції та інновації у галузі туризму.

Туризм є однією з галузей світової економіки, які швидко розвиваються, і це впливає на соціально-економічний розвиток багатьох країн. Зростання інтересу до туристичного сектору призводить до необхідності удосконалення теоретичних та методологічних основ цієї галузі, у тому числі – впорядкування її термінології.

Одним із ключових аспектів розуміння туризму є вивчення термінології, яка використовується в цій галузі. Туристична термінологія має своє походження, зміну значень та використовується для опису сутності і процесів, що відбуваються у туристичному секторі.

Актуальність дослідження також зумовлена тим, що в сучасному світі, де туризм стає все більш популярним і міжнародним, поява нових туристичних термінів та їхнє використання стає особливо важливою інформаційною складовою для подорожувальників та міжнародних туристичних ринків. У нашому дослідженні ми аналізували туристичні терміни, їхнє походження та будову.

Проблему щодо запозичень іншомовних слів (термінів) здавна вивчають вчені-мовознавці: це праці О.Б.Курило, О.Н.Синявського, І.І.Огієнка, Н.Ф.Клименко, Є.А.Карпіловської, Л.П.Кислюк, О.А.Стишова, Л.О.Симоненко. Після аналізу наукових публікацій, що присвячені лінгвістичному опису туристичних послуг, виявлено невелику кількість досліджень, які акцентують увагу на проблемах формування туристичної термінології та лексики галузі.

Більшість проаналізованих слів є іншомовними, оскільки англійська мова є найпоширенішою мовою світу, французька та латинська (у минулому) також є значно поширеними мовами.

Також варто сказати, що давньогрецька та латинська мови лягли в основу багатьох сучасних європейських мов, тому навіть якщо термін запозичується з французької, наприклад, мови, все одно в його основі найчастіше бачимо латинський, наприклад, корінь.

Загалом використання слів, запозичених із латинської, французької та англійської мов у сфері туризму, є результатом історичного, міжнародного та практичного підходів, які сприяють легшому та більш зрозумілому спілкуванню у цій галузі.

Об'єкт дослідження — терміни туристичної галузі.

Предмет дослідження — семантика, структура, походження цих термінів.

Мета дослідження — аналіз термінології туристичної галузі, зокрема дослідження семантики, структури та походження термінів туристичної сфери.

Для досягнення цієї мети були сформульовані наступні **завдання дослідження**:

1. Визначити сутність туристичної термінології та її роль у туристичній галузі.
2. Вивчити семантику та структуру туристичних термінів.
3. Дослідити походження та еволюцію туристичних термінів.

У роботі використано різні **методи дослідження**, такі як аналіз наукових джерел, порівняльний аналіз, описовий аналіз, синтез та інші. Проведено детальний аналіз семантики, структури та походження обраних туристичних термінів із метою розкриття їхнього значення та використання у практичній діяльності.

Практичне значення одержаних результатів дослідження. Результати дослідження дадуть можливість краще зрозуміти сутність

туристичної термінології та здійснити свій внесок у розвиток цієї галузі. Робота також може бути використана викладачами, студентами та фахівцями у галузі туризму для подальших наукових досліджень та професійної діяльності.

Наукова новизна цього дослідження полягає в тому, що під час аналізу з'ясовано походження, семантику та структуру новітніх термінів туризму, які не досліджувались раніше. Обґрунтовано всі чинники виникнення та наведено класифікацію різних термінів.

Апробація результатів дослідження. Результати кваліфікаційної роботи висвітлено в публікації у «Студентському філологічному віснику» (2023) – науковому виданні Факультету філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Структура та обсяг дипломної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури, джерельної бази, картотеки. Загальний обсяг дипломної роботи становить 106 сторінок, із них 75 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

1.1 Поняття «термін» у працях українських науковців

Терміни завжди були предметом дослідження в багатьох лінгвістичних працях. Отже, основним елементом будь-якого професійного словника (включаючи сферу туризму), який використовується фахівцями для комунікації, є термін. Кожна конкретна галузь діяльності має свою власну термінологію, що містить систему термінів, пов'язаних з поняттями відповідної сфери знань[2, с. 40].

У традиційній системно-структурній парадигмі ключовим елементом будь-якої терміносистеми є термін. Існує багато досліджень, присвячених вивченню цього поняття, проте досі не існує однозначного визначення. Причина цього не полягає у розбіжностях у розумінні самого терміну вченими, а у різних трактуваннях, які дослідники дають цьому поняттю при вивченні його функціонування з різних точок зору[5, с.123].

У багатьох наукових працях було проведено дослідження питань запозичень іншомовних слів (термінів). Вчені О.Б.Курило, О.Н.Синявський та І.І.Огієнко вивчали цю проблему на початку ХХ століття. І.Огієнко прокоментував одну з основних причин запозичення нових лексем «чим більш культурний й оригінальний народ, тим краще він має вплив на наших сусідів». Збагачення словника української літературної мови завдяки запозиченим словам із різних мов було предметом дослідження багатьох учених-термінологів. Деякі теоретичні аспекти були висвітлені в роботах Н.Ф.Клименко, Є.А.Карпіловської, Л.П.Кислюк, О.А.Стишова і Л.О.Симоненко. Словниковий склад досліджували в різних терміносистемах, таких як мова військової сфери (Л.В.Туровська), водного господарства (Л. Д. Малевич), видавничої справи (М.Р.Процик), реклами (С.А.Федорець), електротехнічної індустрії (Л.В.Козак), науково-технічної галузі (О.А.

Мартиняк), митної справи (В.М.Дейнека), мови персонажів сучасної української літератури (О.М.Лапінська) та в сучасних ЗМІ (М.І.Навальна) та інших [1, с. 160].

Але зараз без уваги дослідників залишаються нові запозичення у терміносистемі туризму. Проте цікавими є дослідження шляхів адаптації та використання термінологічних запозичень, які потрапили до лексичної системи української мови [2, с. 121]. Туризм виконує багато функцій, таких як світоглядна, комунікативна, гуманітарна, інтегративна, культурна, соціальна, економічна, рекреаційна. Також важливу роль відіграє туризм в фізичному й психологічному розвитку особистості, її пізнанні та самовдосконаленні, міжкультурній комунікації та інтеграції, екологічному й економічному розвитку суспільства. Туристична сфера включає різні галузі, пов'язані з відпочинком, подорожами, дозвіллям, спортивним суперництвом, естетичним вихованням та навчанням, тому вона має свою різноманітність у лексичній системі [3, с. 98].

Згідно з енциклопедією «Українська мова», **термін** (лат. terminus — рубіж, межа) — «слово або словосполучення, що позначає поняття певної галузі науки, техніки тощо. Основними ознаками терміна є: системність; наявність дефініції; тенденція до однозначності в межах свого термінологічного поля, тобто термінології певної галузі (операція — в медицині, військових та банківських справах); стилістична нейтральність; точність семантики, висока інформативність. Ці ознаки реалізуються лише в межах терміносистем, за їх межами термін втрачає свої дефінітивні та системні характеристики — детермінологізується, тобто переходить у загальноживану лексику» [36, с. 681].

Достатньо чітко та повно визначає термін **О.С. Герд**: «Термін – це одиниця якої-небудь конкретної природної або штучної мови (частіше слово або словосполучення), що існувала раніше або спеціально створена і володіє спеціальним термінологічним значенням, яке виражене або в словесній формі, або в тому чи тому формалізованому вигляді і досить точно і повно відображає

основні, істотні на певному рівні розвитку науки, ознаки існуючого наукового поняття” [21, с. 34].

О. О. Реформатський констатував, що “терміни – це слова спеціальні, обмежені своїм призначенням, слова, які намагаються бути однозначними як точне вираження понять і називання речей” [15, с. 54]

Також за О. Павловою, **терміни** — це «цілком офіційні, прийняті й узаконені в певній сфері науки або техніки позначення, назви понять», а професіоналізми – це «напівофіційні слова чи словосполучення, що частіше поширені в розмовному мовленні серед людей деяких професій, спеціальностей, але не є строгими науковими позначеннями понять». Слова-професіоналізми мають різні характеристики, такі як ненормативність, вторинність, несловниковість, уснорозмовність, дублетність, периферійність, неоднорідність тощо [4, с. 45]. Класифікація професіоналізмів і термінів туристичної галузі може бути здійснена за такими тематичними групами:

- 1) тих, хто займається туризмом;
- 2) тих, хто надає туристичні послуги;
- 3) професії;
- 4) види туризму;
- 5) види транспортування;
- 6) туристичні заходи та процеси;
- 7) спорядження;
- 8) локації;
- 9) атракції;
- 10) артефакти.

Своє трактування терміна запропонував **Б. М. Головін**: «слово або словосполучення, що має професійне значення, яке виражає і формує професійне поняття і застосовується у процесі пізнання й освоєння певного кола об’єктів і відносин між ними – під кутом зору визначеної професії» [32, с. 150].

Звертаючи увагу на сферу вживання терміна, О.В. Суперанська, Н.В. Подольська, Н.В. Васильєва вважали, що: «термін – це спеціальне слово, прийняте у професійній діяльності та вживане в особливих умовах; словесне визначення поняття, що входить у систему понять певної галузі професійних знань; основний поняттєвий елемент мови спеціального призначення; для правильного свого розуміння потребує спеціальної дефініції (точного наукового визначення)» [43, с. 40].

Отже, є велика кількість визначень поняття «термін», оскільки багато науковців займались вивченням питання туристичної термінології, проте найменша увага приділена саме новітнім термінам туризму. Також відомо, що термін за межами терміносистеми часто переходить у загальноживану лексику.

1.2 Етапи становлення української термінологічної лексики туризму

Українська термінологія формувалася упродовж багатьох століть і розвивалася неоднаково і нестабільно [89, с. 55].

Українська термінологія туризму також не відстає від інших галузей. Вивчаючи формування подібних терміносистем та користуючись матеріалами, засвідченими в лексикографічних джерелах, можемо виділити декілька етапів розвитку української туристичної лексики:

1) **Перший етап**, який дослідники В. К. Федорченко та Т. А. Дьорова називають **прототермінологічним**, охоплює період від найдавніших часів до початку XIX століття. Цей етап свідчить про стихійність використання спеціальних лексичних одиниць. Такі подорожі, які здійснювалися до цього часу, можна вважати як прототипом сучасного туризму. Тільки на початку XIX століття туризм почав формуватися як самостійна галузь зі своєю структурою, матеріально-технічною базою, методами роботи й органами управління [81, с. 123]. У стародавні часи, греки і римляни здійснювали подорожі як морем, так і сушею, беручи участь у війнах і торгівлі. Крім того, історичні факти свідчать

про те, що вже тоді паломники масово відвідували місця, де проводилися релігійні заходи та свята. Серед заможних єгиптян почали поширюватися поїздки до пірамід, де нерідко були і релігійні мотиви, але основна причина – цікавість та розвага [88, с. 15].

2) У часи античності українська термінологія використовувала перші слова, що вказують на туризм, більшість із грецької та латинської мов. Серед них найчастіше траплялись:

а) слова, які позначали перших мандрівників: *номади, пілігрими, прочани, каліки, путники, вандрівці, богомольці, голіарди, ваганти, варвари, тогобочани та інші;*

б) слова, які позначали перші місця для розміщення мандрівників: *таверна, караван-сарай, корчма, постійний двір, трактир, мансіонес, стабулярія, госпіталь, госпіція, катагогія, хостел та інші* [82, с. 76].

В епоху Середньовіччя було дуже поширене паломництво. У своїй праці «Словник української (або Югової-Руської) мови» 1873 року, Фортунат Піскунов такі мандрівки називає *«прощею – путешестве, къ святымъ мѣстамъ на поклоненіе, молитва къ Богу о прощеніи грѣховъ, молитвенная просьба»*. При цьому термін «паломник» не зазнав розширення або зміни значення і залишився з первинним значенням у сучасній українській мові. Згодом до цього виду подорожей додалося місіонерство як один із варіантів «пізнавальних подорожей» [87, с. 90].

3) **Другий етап** розвитку терміносфери туризму, який відбувався з середини XIX століття до початку XX століття, відрізняється активним творенням нових туристичних термінів. Наприклад, у цей час почали активно використовуватися такі слова, як «велосипедний туризм», «цикліст» (французьке слово, що означає «велосипедист») та інші, що пов'язані з велосипедами, автомобілями та гірськими видами туризму [83, с. 54]. Лексеми «tourism» і «tourisme», що означають «подорож» в англійській та французькій мовах, стали використовуватися значно пізніше. Згідно з французькими та англійськими джерелами, лексема «tourism» в англійській мові з'явилася на

початку XIX століття (1805-1815 рр.); у писемній формі вона стала відомою лише з 1841 року. У вебстерському словнику англійської мови термін «tourist» тлумачиться як «той, хто здійснює подорож для отримання задоволення або розширення культурного кругозору» [87, с. 32].

На початку XIX – наприкінці XX століття територія України була поділена між двома імперськими державами – Австро-Угорщиною і російською імперією. Тому розвиток туристичної галузі в Україні мав пряму залежність від історії цих двох держав. Залежно від території, терміни, пов'язані з туризмом, розвивалися під впливом різних мов. На світ з'явилися перші спеціалізовані журнали, такі як «Навколо світу», «Записки Кримсько-Кавказького гірського клубу», «Екскурсійний вісник», «Шкільні екскурсії і шкільний музей», «Російський екскурсант», доступні для придбання в Києві, Одесі, Харкові і інших містах України. Видання цих журналів відбувалось російською мовою, бо праці були опубліковані в столиці російської імперії. Російською мовою слово «туризм» почало широко використовуватися лише наприкінці XIX століття, так само, як і в Західній культурі. Саме тоді розуміли подорожі, як більш глибоке вивчення певного місця [86, с. 21].

До другої половини XIX ст. в українській мові відсутня лексема «туризм». Однак у лексикографічних джерелах того часу можна знайти окремі слова, які є прототермінами туризму. Наприклад, в «Словнику української (або Югової-Руської) мови» Фортуната Піскунова (1873 р.) *житлець, житлиця, житло, обночувати, оселя, прочане, проща тощо*; у праці М. Левченка «Опыт русско-украинского словаря» (1874 р.) – *бродить, бродяга, горничная, гостеприимный, гостить, дорога, жилище, житель, постоялец, посещение, посетитель, путешественник, путешествие, путешествовать, путник, странник* [84, с. 12].

Перша спроба потрактування малозрозумілих для широкого загалу слів українською мовою була зроблена у словнику В. Доманицького, де знаходимо пояснення запозичених лексичних одиниць туристичної сфери: *аборигени* – *тубільці* – люде, що живуть споконвік в якому краї; *багаж* – *усяка мізерія; речі,*

що везе з собою людина, їдучи куди або йдучи походом; *екскурсія* – подорож кудись, щоб чогось навчитися та надивитися, або тільки щоб погуляти; *еміграція* — переселеніє; в противність до нього імміграція; *кордон* – границя; *за кордоном* – за границею; *кур'єр* – посланець; *маршрут* – наперед визначений шлях, кудюю хтось йтиме чи їхатиме, і показано, де він і коли спинятиметься по дорозі; *пасажир* – той, хто їде на чомусь – на пароплаві (пароході), в поїзді на залізниці, фурую та таке інше; *пилигрим* – прочанин, богомолець; *турист* – мандрівець [85, с.165].

3) **Третій етап** розвитку терміносфери туризму (1918–1950 рр.) був періодом напружених процесів та явищ у всіх сферах суспільного життя, зокрема в туристичній галузі. Головними кроками радянської влади в цей період у сфері туризму були створення державних структур управління туризмом, широке залучення населення до різних видів туристичної діяльності, а також розширення та посилення матеріально-технічної бази. У 1926 році було створено Об'єднане екскурсійне бюро під складом Народного Комісаріату Освіти РРФСР. Це бюро об'єднало Бюро дальніх екскурсій Інституту методів позашкільної роботи, Екскурсійне бюро при Головополітосвіті та Екскурсійне бюро при музейному відділі Головнауки. У кінці 1928 року було припинено існування організації. На її місце з'явилося акціонерне товариство «Радянський турист» (також відоме як «Радтур»), яке повністю витіснило приватні туристичні контори та бюро [78, с. 36].

Оскільки екскурсійна діяльність мала велике значення в політичній освіті та вихованні, а також у культурному розвитку країни, у цей період у термінології туризму переважали терміни, пов'язані з екскурсійною роботою, такі як: *екскурсійна станція, екскурсійна база, екскурсійна комуна, екскурсійний пункт, екскурсійне бюро, екскурсійна секція, екскурсійна програма, екскурсійна група, пішохідна екскурсія, екскурсант, краєзнавчо-екскурсійний маршрут, краєзнавчо-екскурсійна робота та інші*. Поняття «туризм» та «туристична робота» були менш вживані, навіть у методичній літературі та періодичних виданнях. Треба зазначити, що в цю справу

дослідники української екскурсійної справи 20-х років зробили свій внесок, серед них були такі праці: «Виставочна справа» (1927) І. В. Тейтель, «Туристова пам'ятка» (1928) М. Т. Погребецький, «Туризм і краєзнавство» (1929) М. Т. Погребецький, «Короткий путівник» (1928) М. Г. Філянський, «Столиця України. Короткий провідник для екскурсанта» (1929) С. Бузуль, «Екскурсії та туризм у шкільній та піонерській роботі» (1932) М. Година [78, с. 32].

Серед найвідоміших, що містять туристичну лексику, «Словник московсько-український» В. Дубровського (1918 р.), «Словник чужих слів, що вживаються в українській мові» З. Пиптенка (1918 р.), «Словник російсько-український» П. і П. Терпило (1918 р.), «Словник української мови» Д. І. Яворницького (1920 р.), «Українсько-російський словник» О. Ізюмова (1930 р.), а також деякі словники-проекти. Зокрема, у «Словнику транспортної термінології (проект)» (1932) та у «Словнику чужомовних слів» за редакцією О. Бадана-Яворенка (1932) зафіксовані лексеми «*туризм, турист, тур, турне*». У «Словнику іншомовних слів, укладеному бригадою державного інституту Радянська Енциклопедія. Із додатками таблиць і граматики, укладеними Юмашевим М. В». (1937) подано такі трактування: «*туризм* – фр. [tourisme] – подорожі, які поєднують раціональний відпочинок з освітніми чи науковими задачами; *турист* – фр. [touriste] – людина, яка подорожує із допитливістю чи з метою відпочинку і розваг; *турне* – фр. [tournee] – 1) кільцева поїздка; кільцевий маршрут; 2) поїздка артистів по містах для гастрольних виступів; *тур* – фр. [tour] – 1) коло в танцях; кільцевий оберт; 2) військ. циліндричної форми плетений виріб з хмизу, який наповнювали землею і використовували у різних воєнно-інженерних роботах; 3) шах. задалегідь призначений за розкладом день гри в турнірі; частину турніру в продовженні якої пара учасників грає по одній партії». [65, с. 65].

4) **Четвертий етап:** У період з 1950-х по 1980-ті роки туризм почав активно розвиватися і набувати широкого поширення по всьому світі. У цей час він перетворився на індустрію і здобув значну популярність. Однією з

країн, яка активно долучилася до цього процесу, була СРСР. Вона почала новий етап розвитку туризму та наукової бази для цієї галузі. Починаючи з початку 1950-х років, почав формуватися так званий масовий туризм з використанням конвеєрного підходу[43, с. 123].

Уряд СРСР активно сприяв розвитку внутрішнього туризму та проводив агітаційну кампанію з цієї теми. Вони пропагували туризм як здоровий та цікавий спосіб відпочинку. Це відображалося у випуску стильних рекламних постерів з актуальними гаслами, такими як «У вихідний день – на туристичну прогулянку» (1947р.), «Будь туристом! Подорожуй рідною країною» (1949 р.), «Туризм – кращий відпочинок» (1950 р.), «Лижний туризм – найкращий відпочинок» (1952 р.), «Проведіть свою відпустку в подорожах» (1954 р.), «Туризм – шлях до здоров'я» (1969 р.). Деякі плакати містили гасла англійською та французькою мовами, що, можливо, було зроблено спеціально для привернення уваги іноземних туристів. Зокрема, такі плакати можна було побачити в аеропортах, готелях та консульствах. У 50-ті роки терміни «туризм» і «турист» стали енциклопедичними та поширеними. До ряду фахових термінів відносяться поняття *«рекреаційної географії, географії туризму, туристичної рекреації, рекреаційного комплексу, рекреаційної системи»* та інші аналогічні терміни [65, с. 126].

Початком розвитку українського туризмознавства можна вважати 1980 рік, коли була опублікована праця М. П. Крачила в Києві. У цій праці була надана широка характеристика туризму як способу комунікації між людьми, який сприяє зміцненню миру та взаєморозуміння між народами [67, с. 87].

Туристичну лексику цього періоду фіксують і лексикографічні джерела: «Велика радянська енциклопедія» (1977 р.) термін *«туризм»* потрактовує так: «туризм (франц. *tourisme*, від *tour* – прогулянка, поїздка), подорож (поїздка, похід) у вільний час, один із видів активного відпочинку». Автори статті уточнюють, що туризм – складник охорони здоров'я, фізичної культури, засіб духовного, культурного і соціального розвитку особистості У цій же праці подано й іншу туристичну лексику, зокрема: *«екскурсант, внутрішній*

(національний) туризм, іноземний туризм; міжнародний туризм; пізнавальний (екскурсійний), спортивний, діловий, релігійний туризм; туристський маршрут, туристське спорядження, туристська база, туристські карти, туристські організації тощо». «Радянський енциклопедичний словник» (1980 р.) також містить словникові статті *туризм, турист, туристська база, туристські карти, туристські організації, туристські маршрути та ін.* В «Українській радянській енциклопедії» (1979–1984 р.) зафіксовані лексеми *гостина, гостиний двір, готель, курорти, курортологія, туризм, тур* та ін. [54, с. 234].

5) **П'ятий етап** розвитку туризму у період із 90-х років ХХ століття до початку ХХІ століття характеризується інноваційними процесами та інтеграційним поступом у сфері туризму. Цей період відзначався значними змінами, пов'язаними із суспільною переорієнтацією самої галузі. З'явилися нові поняття і явища: *воєнний туризм* (відвідування місць бойових дій, полігонів, катання на військовій техніці тощо), *волонтерський туризм* (фокусується на добровільних альтруїстських вчинках під час відпустки), *інтернет-туризм* (мандрівка віртуальним світом), *онлайн-путівник* (надає інформацію про цікаві райони, регіони і допомагає знайти комфортне місце перш ніж вирушати у подорож), *безвізовий режим* (безвіз) (українці мають змогу здійснювати короткотривалі мандрівки державами-членами ЄС, *біометричний паспорт* (документ, що дає право на виїзд за межі країни і в'їзд до іноземних держав та має додаткову інформацію про власника в цифровому вигляді і відрізняється підвищеними рівнями захисту інформації) тощо. Це найпродуктивніший період щодо насичення туристичної терміносистеми новими лексичними одиницями період [75, с. 141].

Отже, лексика туризму почала формуватися задовго до отримання статусу професійної діяльності під час першого етапу. У другому періоді створювалися перші туристичні організації, але поглиблення наукового осмислення понять туризму відбулося дуже обмежено і мало відображення у лексикографічних джерелах. На третьому етапі, завдяки періодичним

виданням та науковим працям, лексика туризму стала широко відомою і була описана у багатьох публікаціях. Найхарактернішою рисою четвертого етапу стало осмислення та виокремлення туризму як самостійного інституту правового регулювання, з великою кількістю специфічних термінів для його обслуговування.

Таким чином, у результаті аналізу розвитку термінології туризму виділено 5 етапів, кожен з яких вніс свої корективи у лексичний склад та сприяв розвитку досліджуваної терміносистеми під впливом суспільно-політичних змін.

1.3 Дослідження науковців про походження та значення основних туристичних термінів

Туризм виник із давніх часів як засіб для відпочинку, спорту, пізнання світу, особистого розвитку і підтримки психологічної рівноваги людей. Тому найпоширенішим терміном для позначення тих, хто займається подорожами, є слово «турист» [5, с. 132].

Відповідно до визначення ООН, «*турист* – це особа, яка перебуває в певній місцевості більше однієї ночі, але менше одного року». У вступі до статті Олександра Мальона «Залізниця-привид і таємничий міст у Каневі» зазначається, що щороку тисячі мандрівників, туристів і паломників прибувають до цього місця, щоб відвідати Успенський собор, побудований за часів Київської Русі, а також піднятися на Чернечу гору та віддати шану національному герою Тарасу Шевченку. У цих рядках є синоніми до слова «турист» - *мандрівник, паломник*. Варто зауважити, що в цьому журналі слово «мандрівник» досить часто використовується серед всіх термінів та професій [3, с. 43].

Іншим прикладом може бути інтерв'ю з мандрівницею Тетяною Кузьменко, де вона розповідає про свою довгу та віддалену подорож, яку вона здійснила наперекір карантинним обмеженням. Усвідомлюючи

важливість термінів, пов'язаних із подорожами, Кузьменко зауважує, що її життя під час мандрівок не сильно відрізняється від звичайного. Лексеми, пов'язані з подорожами і людьми, що їх здійснюють, є дуже поширеними в туристичній сфері. Варто зазначити, що термін «паломник» є найменш часто вживаним у цьому контексті, що може свідчити про його меншу популярність у туристичній сфері [6, с. 243]. У часописі «Вічний мандрівник» протягом 2021–2022 рр. лише одна стаття була присвячена цьому виду туризму. Це допис Сергія Мірчука з назвою «Український шлях», де він описує маршрут від Вінниці до Кам'янець-Подільського з відвідуванням історичних та релігійних місць Поділля. В одному з коментарів Ірина Савіна дає пораду: «Важливо заздалегідь зателефонувати господарям приватних садиб – громадяни не завжди готові та відкриті приймати в себе паломників щодня». Є необхідність розглянути термін «паломництво» та його відмінність від релігійного туризму. А. Ковальчук стверджує: «Якщо турист (чи екскурсант) відвідує релігійний об'єкт як атрактивно-рекреаційне явище, яке має культурно-пізнавальну інформацію, то паломник не просто буде відвідувати релігійний об'єкт з пізнавально-видовищною метою. Паломник має на меті більше: він поклоняється святості релігійного об'єкта». Отже, паломник менше зацікавлений у комфорті, а більше у досягненні духовної мети [7, с. 98]. У статті Сергія Мірчука зазначено, що для перевірки переваг маршруту організатори вирушили з Вінниці у супроводі невеликої групи пілігримів-початківців. Аналіз статті показує, що терміни «паломництво» і «пілігримство» використовуються як синоніми. Однак у реальності перша лексема є більш поширеною у туристичній галузі, оскільки має історичне походження. А. Ковальчук зауважує, що у країнах, де православ'я має значне поширення, частіше вживається термін «паломництво». Це пояснюється тим, що слово «паломник» походить від слова «пальма», оскільки паломники, подорожуючи до Палестини, завжди носили з собою гілку пальми як символ вічного життя у християнстві [8, с. 543]. Термін «пілігримство» більше використовується в католицьких країнах. Ю. Занько та А. Ковальчук дають

детальне походження цього терміну, як трансформацію грецьких та латинських слів і словосполучень, що мають значення «чужоземець» → «той, хто перебуває за межами свого дому» → «побут поза своїм домом (краєм)» → «нерезидент» [9, с. 243].

У минулому аналізований термін означав загальне подорожування, а його релігійна семантика сформувалася через те, що раніше майже всі подорожі мали духовну мету [10, с. 230].

Різниця між термінами «паломництво» і «пілігримство» пояснюється релігійно-політичними та мовно-територіальними мотивами, а не науковими потребами. У сучасній туристичній терміносистемі ці поняття є синонімами [11, с. 88].

Крім того, у краєзнавчому часописі «Вічний мандрівник», згадуються також такі види туризму, як *VELO-*, *МОТО-*, *ГАСТРО-*, *ЕКОТУРИЗМ*, *СКЕЛЕЛАЗІННЯ*, *БЬОРДВОЧІНГ*, *ДАЙВІНГ*, *ДЕЛЬТАПЛАНЕРИЗМ* тощо [13, с. 43].

Розгляньмо кожного з них докладніше. У статті Ольги Білінської «Велосипедна інфраструктура України» можна знайти ряд професійних термінів, таких як *ПОДОРОЖ НА ВЕЛОСИПЕДІ*, *ЕКСПЕДИЦІЯ НА ВЕЛОСИПЕДАХ*, *ЛЮДИНА, ЯКА ЇЗДИТЬ НА ВЕЛОСИПЕДІ*, *ВЕЛОСИПЕДНА ІНФРАСТРУКТУРА*, *ПОДОРОЖ НА ВЕЛОСИПЕДІ*, *ВЕЛОСИПЕДНІ ДОРІЖКИ*, *ВЕЛОСИПЕДНІ СМУГИ*, *РУХ ТРАНСПОРТУ*, *АКТИВНІ УЧАСНИКИ ВЕЛОСИПЕДНОЇ СПІЛЬНОТИ*, *ВЕЛОСИПЕДНА СПІЛЬНОТА*, *МАРШРУТИ ДЛЯ ВЕЛОСИПЕДІВ* і т.д. [36, с. 223]. Автор описує свою подорож на велосипеді через дев'ятнадцять областей України, враховуючи аналіз велосипедних доріжок в кожному регіоні. Наприклад, «Велосипедна інфраструктура Івано-Франківська приємно мене вразила. Я б хотіла відзначити це місто як одне з найзручніших, на мою думку, не лише для велосипедистів, але й для загального життя» [14, с. 13].

Всі терміни туризму є зрозумілими і не вимагають детального пояснення. У цьому випуску журналу, який був готовий до друку ще до початку повного російського вторгнення в Україну, теж є стаття під назвою «Подорожуючи навколо світу на мотоциклі», де головним героєм є Валерій

Кришень, голова Федерації мотоциклетного спорту України та член міжнародної комісії з мототуризму [37, с. 458]. Крім слів, що походять від слова «мототуризм» (*мототурист, мототур, мотомандрівник*), тут наводиться перелік спеціального туристичного спорядження, такого як *шолом з антизапотіваючим візором, баф, віндстопер, термобілизна, мотокуртка та моточеревики*. Всі ці речі належать до категорії одягу, який допомагає туристам зручно користуватись мотоциклом за різних умов. Наприклад, засобом безпеки є шолом, баф як шарф-труба зберігає тепло, віндстопер допомагає відчувати меншу силу вітру під час руху на мотоциклі, а термобілизна регулює терморегімі тіла і т.д. [15, с.1 43].

У статті Олександра Мальона «Вузькоколійки України: унікальна залізнична спадщина» в цьому випуску згадується ще один вид туризму – *ретротури*. Автор пише, що хоч ретротури мали шалений успіх Гайворонською вузькоколією, усі ці події мали певні труднощі та розчарування. У статті описано переваги подорожей залізничним транспортом, такі як бюджетність, самостійність та регулярність, але також звернено увагу на проблеми, що можуть виникнути [16, с. 493].

У репортажі блогера Ореста Зуба «В Америку не за мрією, а по досвід» чоловік описує мандрівку видом транспорту, як кемпер. Він каже, що «кемпер – це величезний будинок на колесах, в якому є все необхідне для повноцінного життя. Цей вид пересування є дуже поширеним серед туристів в Америці, оскільки він характеризується автономністю, бюджетністю та зручністю» [17, с. 100].

Серед популярних напрямків туризму є спортивний, у якому домінує альпінізм. Цей вид туризму вимагає спеціальної фізичної підготовки та спеціального спорядження [18, с. 21].

У статті альпіністки Наталії Мостової «Скелі зваблюють сміливих» використано фахову термінологію, що властива цьому виду спорту (скеледром, скелелазіння) і пояснення різних видів альпінізму. Наприклад, болдеринг – «це підйом по невисоких скелях або штучних стінах без

використання мотузок і засобів забезпечення» [38, с. 542]. Технічний альпінізм пояснюється як «підйом з використанням спеціального обладнання, що може відбуватися як в низинних, так і високогірних областях». Теж у статті описано висотний альпінізм, котрий включає сходження на вершини вище, ніж 6000 метрів, льодолазіння, скельні, сніжно-льодові і комбіновані маршрути. Одна з цікавих локацій у статті є гранітні скелі недалеко від села Звониха в Вінницькій області. Саме тому спортивний туризм має простору систему спеціальних термінів [19, с. 213].

Гастротуризм, що стає все більш популярним останнім десятиліттям, визначається Д. Басюком як форма туризму, яка дозволяє познайомитися з національними кулінарними традиціями країн світу, це поєднання екології, культури та виробництва. Організатори гастрономічних турів зосереджуються на передачі оригінальних методів виготовлення місцевих страв, традицій споживання, навчанні кулінарного мистецтва та участі в фестивалях і культурно-масових заходах [20, с. 3].

Розвиток туристичної галузі сприяє виникненню нових форм активного відпочинку, які залежать від місцевого ландшафту, клімату, регіональних традицій тощо. Наприклад, у статті Дарки Горової, редакторки порталу подорожей «lowcost.ua», зазначаються різноманітні активності, якими можна займатися на острові Мадейра, такі як *ралі, віндсерфінг, бігові змагання, веломарафони, даунхіл, каньйонінг, параглайдинг та скелелазіння* [21, с. 140].

Деякі спортивні терміни є загальноновживаними і не потребують пояснень. Наведений вище приклад про скелелазіння, але слід зазначити, що це вимагає фізичної підготовки. Ралі є автомобільним змаганням, віндсерфінг – вітрильним спортом і водними розвагами, а бігові тури пов'язані з легкоатлетичними змаганнями. Веломарафони та даунхіл перевіряють навички велогонщиків, а останній термін означає «швидкісний спуск з гори на велосипеді» [39, с. 126]. Каньйонінг є менш поширеним видом спорту, який включає подолання складного водно-скельного рельєфу, використовуючи спеціальне спорядження. Параглайдинг, польоти на

параплані, мають невеликий попит, оскільки вони є дуже дорогими і потребують фізичної витривалості, спеціальної підготовки та високої стресостійкості. Слова «ралі», «віндсерфінг», «даунхіл», «каньйонінг», «параглайдинг» є англіцизмами, які використовуються в багатьох мовах. Ці терміни є професіоналізмами у сфері спорту та також входять до сфери туризму [22, с. 3].

Так, стаття Ганни Кузьо під назвою «Бьордвочинг – нове хобі українців» розкриває значення терміна «бьордвочинг», який можна перекласти як «спостереження за птахами». Автор також зазначає, що цьому виду туризму стало особливо популярним під час епідемії коронавірусу, коли інші типи подорожей були обмежені [24, с. 4].

У статті Мирослава Кобилянського «Тетрапод – маріупольський оберіг» описується цікава особливість міста Маріуполь – неофіційний символ і сувенір міста, яким є тетрапод. Тетрапод – це інженерна конструкція з чотирма конусними променями, яка використовується для захисту берегових ліній. Завдяки арт-проекту «Твоя стихія» з 2013 року тетрапод став символом Маріуполя і прикрашається різними мистецькими стилями. У матеріалі «Дерев'яне мереживо Чернігівщини», автор розповідає про цікаві артефакти — будинки, що прикрашені різноманітними візерунками, які стали символом Чернігівщини [41, с. 23]. Активісти займаються реставрацією цього так званого «дерев'яного мережива», а також заснували онлайн-музей, фотографують та визначають місцезположення цих історичних споруд, а також розробили новий туристичний маршрут [25, с. 62].

У своїй статті «Українська туристична термінологія на позначення реалій готельно-ресторанного бізнесу» Подгурська Т.А. зауважує, що українська туристична термінологія, яка використовується для опису реалій готельно-ресторанного бізнесу, не досліджена належним чином, оскільки ця галузь економіки України перебуває у стадії бурхливого розвитку та формування [26, с. 580].

Дослідники стверджують, що вивчення термінології у сфері туризму цікаве як для мовознавців, так і для фахівців туристичного бізнесу, оскільки розширюються вимоги до готовності майбутніх працівників, ураховуючи все більше специфічних професійних потреб. Вона розглядає термінологічні словосполучення, які мають подвійну структуру (прикметник + іменник), синтаксично сформовані як словосполучення сурядного типу. Таких багато у готельно-ресторанній термінології [42, с. 321].

У статті «Адаптація в українській термінології іншомовних лексем на позначення засобів розміщення туристів» Л. В. Півньова говорить про вплив іншомовних джерел на розвиток української мови. Вже з давніх часів було запозичено окремі слова для позначення місць для розміщення туристів, які мали свої національні особливості. Наприклад, слово «караван-сарай» (позначення заїжджого двору для караванів) має перське походження і використовувалося на Близькому Сході, у Середній Азії та Закавказзі. У «Словнику іншомовних слів» наведено декілька визначень цієї лексеми. Згідно зі словником, караван означає «групу в'ючних тварин, які перевозять вантажі та людей, зокрема в пустельних районах» і «кілька транспортних суден, які рухаються один за одним». Лексема караван-сарай, яка складається зі слів «караван» і «сарай», позначає постійний торговельний заклад для караванів. У XII–XIII століттях на Русі з'явилися заїжджі двори, які мали назву «ями» і розташовувалися на відстані одного кінного переходу одне від одного. Ямою називали поштову станцію на Русі у XII–XIII століттях, де подорожні могли обміняти втомлених коней на свіжих, знайти місце для відпочинку, постійний заїзд і конюшню. Хоча є різноманітні точки зору щодо походження цього слова, але вже давно встановлено, що термін «ямщик» є подібним за звучанням до тюркського «ямчі» (поштовий сторож) і навіть більше до перського «ямджик» – гонець. Лексему «хостел» було запозичено з французької мови у 1250 році у значенні «місце тимчасового проживання» [45, с. 123]. З 1384 року почало формуватися нове значення цього слова – «готель, який надає розміщення і розваги для гостей і подорожніх; постійний

двір». Лексема «інн» також є раннім туристичним терміном англійського походження. Вона була вперше зафіксована у 1000 році і мала значення «місце проживання, житло, тимчасове житло». У процесі термінологізації значення цього слова стає більш конкретним: «готель, який пропонує тимчасове проживання і розважальні заходи; постійний двір». Раніше придорожній готель або заїжджий двір з рестораном називали трактиром. Слово «трактир» було запозичене з польської мови – «traktjer» (шинкар), з італійського «trattoria», й увійшло до лексичного складу з часів Петра I. Пізніше ресторан нижчого розряду мав назву «трактир» [3, с. 46].

В «Етимологічному словнику української мови» наведено наступне визначення для цього слова: трактир - «перед революцією – будівля, яка надавала приміщення та нічліг приїжджим, з великим вибором їжі та напоїв. Зазвичай був обладнаний також шинком або закусконою». На думку В. А. Смоля, у XIX столітті «трактирним промислом» займалося багато дорожніх споруд, таких як готелі, постоялі двори, корчми, мебльовані кімнати з послугою харчування [46, с. 211]. В другій половині XIX століття під терміном «трактир» також розумілись готелі нижчого розряду і «питейні доми» (шинки), які обслуговували менш забезпечені верстви населення. У кінці XVI століття у Франції почали будувати перші готельні споруди у спеціально побудованих приватних палацах і розкішних державних будівлях, які називалися «отель» - міський палац магната, місце проживання представників іноземних держав або міської влади. У «Словнику іншомовних слів» готель (франц. hôtel, лат. hospitalis – гостинний) – це будівля з мебльованими кімнатами для приїжджих, яка пропонує послуги прийому та обслуговування відвідувачів. У минулому гостинниці також були популярним засобом розміщення подорожніх [47, с. 406]. В «Історичному словнику української мови» вказано, що гостинниця також може бути трактована як місце для тимчасового проживання подорожніх, корчма або заїзд. В «Етимологічно-семантичному словнику української мови», складеному Митрополитом Іларіоном, подано таке визначення гостинниці: гостинниця

(лат. *hostis* – гість) – «це будинок, де зупинялися гості, тобто подорожні та купці». Слово «гостинниця» вживалося в слов'янських документах з XI століття, наприклад, у Супральському рукопису. У Словнику П. Беринди 1627 року до слова «гостинниця» дається синонім «корчма» (хоча корчма тоді ще не мала сучасного значення). Стосовно походження та початкового значення слова «корчма» (заїжджий дім із готелем), яке є у всіх слов'янських мовах, серед науковців все ще тривають суперечки. Значення цього слова пройшло довгий процес еволюції. Старослов'янське «кръчмавляти» означало «займатися дрібною торгівлею» [5, с. 143].

У минулому в Україні слово «корчма» використовувалось для позначення сильних алкогольних напоїв, а згодом – для позначення місця продажу та вживання спиртних напоїв, а також як назва готелю з можливістю проживання. Поряд із цим словом існував синонім «воспріятелище» - готель, корчма [48, с. 54]. У 18 столітті госпіталі стали функціонувати як засоби розміщення для подорожніх. З розвитком транспорту і гостинності з'явилися нові види готелів для відпочивальників. Це призвело до зростання потреби у нових засобах розміщення та збільшення кількості слів, які використовуються для їхнього позначення. Тому виникають перші готелі поблизу доріг, такі як мотель, який призначений для розміщення автотуристів. Перший мотель з'явився у США на початку 1950-х років, коли К. Уїлсон побудував один з найперших готелів для автомобілістів - «Холідей Інн» [8, с. 543].

Отже, бачимо, що багато українських науковців аналізують значення та походження туристичних термінів, а також наводять українські відповідники цим термінам, пояснюють різницю між схожими поняттями. Також можна сказати, що термінологія туристичного бізнесу швидко розширюється та поповнюється новими словами. Багато термінів іншомовного походження швидко асимілювались.

1.4 Сучасні терміни туризму та їхня адаптація в українській мові

Туристична сфера володіє однією з найбільш гнучких спеціалізованих лексичних систем, яка постійно поповнюється новими словами та ідеями, необхідними для взаємодії з різними культурами та мовними традиціями всього світу. Українська літературна мова ще не готова повністю прийняти сучасні реалії, що спонукає до інтенсивного використання іноземних виразів [51, с.66].

Більшість розваг, що запропоновані в українському розважальному туризмі, приваблюють людей середнього віку, які усвідомлюють сучасні світові тенденції відпочинку, тому вони легко розуміють значення терміна «уїк-енд», запропонованого туристичною компанією. Після аналізу різних спеціалізованих видань, що стосуються туристичного бізнесу, можна зробити висновок, що вони широко використовують англіцизми, які вже стали неодмінною частиною термінології туристичного сервісу. Проте наявність цих слів у текстах можуть бути складними для розуміння для більшості носіїв мови. Варто відзначити, що деякі англіцизми вже успішно адаптувались, як, наприклад, «кемпінг», «бар», «марка», «рюкзак», тоді як інші все ще знаходяться на початковому етапі сприйняття і використання в українській мові [22, с. 3].

Це призводить до таких висновків: 1) іншомовні слова не зберігаються в українській мові достатньо тривалий час, щоб потрапити в словниковий склад; 2) багато англіцизмів, які використовуються в туристичній термінології, незрозумілі і не використовуються більшістю людей; 3) використання запозичених слів українською мовою завжди буде спричиняти обурення серед лінгвістів і письменників, які більш схильні до творення слів на основі слов'янських коренів [52, с. 86]. Існують протистояння між пуризмом мовознавців і значною кількістю англіцизмів, які мають відповідники в українській мові, але не використовуються в туристичних буклетах та журналах. Так, наприклад, тур-гиди та екскурсоводи часто використовують слово «буш» для опису куща, що є зрозумілим для всіх носіїв мови. Іменник «атракція» з англійської мови може замінити слова

«принада» або «родзинка», а «фест» стає заміною для слова «свято» у туристичній терміносистемі [29, с. 223].

Рекламні буклети та листівки часто використовують англіцизми, щоб зацікавити різні соціальні групи туристів, які віддають перевагу «фестам» замість «свят», «фан-паркам» замість «парків» тощо, тому що розважальний бізнес стежить за почуттями та емоціями. Використання таких слів, як «піки» замість «вершин» та «сауна» замість «лазні», відображає сучасний та комфортабельний підхід до туристичного відпочинку. Екстралінгвістичні фактори іншомовних запозичень домінують над лінгвістичними у цьому контексті [30, с.93].

Більшості учнів та студентів вивчення англійської мови дає можливість використовувати запозичення з цієї мови, без сумнівів, у сфері обслуговування, маючи впевненість, що їхній зміст буде доступний більшості населення країни. Мета – справити враження на потенційного клієнта винятковістю послуг – спонукає фахівців із туристичної сфери використовувати мовну стратегію перемикування коду, запропоновану Е. Хаугеном у 1972 році, яка включає використання лексичних елементів різних мов у межах одного речення, що служить сигналом «Зверни увагу!» у свідомості адресата [55, с.90].

Парадигма євроінтеграції впливає на зміни в суспільстві, зокрема на соціокультурні аспекти. Мова є важливим аспектом функціонування суспільства і одним із факторів його розвитку. Прояви тенденцій і напрямків суспільної думки можна спостерігати в мовленні. Запозичення англіцизмів у професійній сфері туризму є необхідними для точного перекладу термінів, що використовуються у міжнародних відносинах [56, с.111]. Однак спірними можуть бути випадки, коли існує вже українське слово для позначення реалій, що ігнорується авторами професійної туристичної літератури. Уже в XIX столітті деякі вчені, наприклад І. Огієнко, І. Нечуй-Левицький, Б. Грінченко, висловлювали сумніви щодо доцільності використання деяких іншомовних запозичень. Сучасні мовознавці вивчають, як англіцизми інтегруються в

українську мову шляхом неправильного лінгвістичного перекладу і витісняють вже наявні слова [32, с.148].

Лілія Василівна Півньова у своїй дисертації про лексику туризму в українській мові аналізує внутрішньомовні причини, які спричинили таке швидке поширення запозичених слів у цій галузі.

У туризмі одним з найважливіших аспектів є універсальність використання запозичених термінів, які можна розуміти у будь-якому туристичному регіоні незалежно від мовної специфіки. Наприклад, «дьюті-фрі» використовується для системи безмитної торгівлі в аеропортах, морських портах та інших подібних зонах [57, с.66]. Термін «кейтеринг» означає надання послуг харчування за межами стаціонарних закладів. «Рафтинг» використовується для опису сплаву по гірській річці на човнах, катамаранах або плотах з використанням моторної сили. «Румсервіс» позначає спеціальну службу, яка відповідає за приймання побажань та доставку їжі до номерів готелю протягом дня. «Трансфер» означає зустріч та перевезення туристів [58, с. 16]. «Чартер» описує рейс, що виконується за попередньою домовленістю для перевезення пасажирів визначеними маршрутом та часом. «Шоп-тур» - це туристична поїздка, під час якої основною метою є купівля товарів, які є характерними для країни перебування. Ця термінологія зрозуміла не тільки для англомовних людей, але і для носіїв будь-якої іншої мови [10, с.301].

Олександр Володимирович Зеленін вважає, що процес англізації багатьох мов – це не просто випадкове явище, що раптово з'явилося на лінгвістичній карті ХХ століття. Він вважає, що це відображає загальну тенденцію до універсалізації та стандартизації і є лише однією зі складових цього процесу:

1. Тенденція до компактного словотворення привела до появи телескопічних термінів, які складаються з початкових частин першого слова і кінцевих частин другого слова. Вони мають здатність передавати багатослівний описовий зворот однослівним найменуванням. Наприклад,

«ботель» (від англійських слів «boat» —човен, судно та «hotel» – готель) – це готель на воді, «мотель» (від англійських слів «motor» — двигун та «hotel» — готель) — готель для автотуристів, «ротель» (від німецького слова «rollende» — прокатування та «hotel» — готель) — це пересувний готель-вагон з обмеженим набором послуг і так далі. Ці іншомовні слова сприяють лаконізму мови, особливо в наш час, коли все швидко розвивається.

2. Часто використовуються слова з інших мов, щоб скоротити довжину тексту. Це робиться зрозумілою метою і для естетичних міркувань, оскільки іноземні номінації здаються менеджерам більш привабливими, ніж їх відповідники українською мовою. Це пояснюється бажанням людини показати свою сучасність і освіченість, інтелектуальну або бізнес-перевагу, а також задовольнити бажання показати щось новим або незвичайним. Наприклад, через девальвацію гривні українці не мають достатньо коштів для поїздок за кордон (замість зниження курсу національної валюти порівняно з іноземною валютою); трансфер здійснюється на комфортабельних автомобілях економ- і бізнес-класу (замість спеціальної транспортної послуги з перевезення пасажирів та багажу на попередньо замовленому автомобілі з водієм, включаючи зустріч або проводи в аеропорту, на вокзалі, в готелі).

3. Зокрема в сфері туризму та гостинності спостерігається тенденція до використання нових, евфемістичних назв для старих професій та послуг. Наприклад, термін «прибиральник» замінюється «клінінг-менеджер» або «клінер», «пропагандист» стає «піар-технологом», а «служба номерного фонду» або «служба покоївок» перетворюються на «хаузкіпінг». Також з'являються нові терміни для позначення сегментів бізнесу, наприклад «готельєр» для власника готельного бізнесу або «ресторатор» для власника ресторану. Ці слова запозичені з французької мови, що вказує на їх походження із готельництва та ресторанного господарства. Варто зауважити, що слова «готель» та «ресторан» мають позитивну конотацію. Не дарма фахівець у сфері ресторанного бізнесу, навіть якщо він має невеликі заклади, називає себе «ресторатором».

4. Запозичення нових лексем, що є синонімами до вже існуючих слів, є поширеним явищем, оскільки вони стають модними. Наприклад, замість слова «готель» ми можемо використовувати слова «фешенебельний готель», «бутик-готель», «гестхауз», «хостел». Також в повсякденному мовленні поширене вживання слів «прайс-лист», «атракція», «дестинація». «Трекінг» та «шопінг» є варіантами словосполучень з англійською лексикою. Замість слова «автостоянка» можна використовувати слово «паркінг». «Бердвотчинг-тур» є варіантом орнітологічного туру, а «вікенд» - це час відпочинку від суботи до понеділка. Туристична індустрія намагається пропонувати туристам незабутні враження та високий рівень сервісу, тому вона використовує іншомовну лексику, що приваблює споживачів і робить їх почуватися як частина міжнародного модного життя.

5. Такі слова легко приживаються серед туристів і стають частиною їх активного словника. Мовознавці відзначають, що соціально-психологічні фактори та причини запозичень пов'язані з тим, що більшість людей, які живуть у сучасному суспільстві, сприймають запозичені слова як престижні, «наукові», «звучні» слова.

6. Завдяки успіхам у туристичній індустрії та швидкому зростанню ринку кар'єр у цій галузі, європейські країни почали використовувати слова з інших мов для опису різних професій та спеціалістів у цій галузі: бариста (італ. *barista* – буквально «людина, яка працює за барною стійкою»), бармен, буфетник) – фахівець із приготування кави; вітольє (ісп. *vitola*, що означає паперове кільце на сигарі, на якому вказана її марка) – фахівець, який має професійні знання про сигари, їхні марки і формати; торседор (ісп. *torsedor*) – людина, яка займається скручуванням сигар; сомельє (фр. *sommelier* – виночерпій) – фахівець, що відповідає за напої в ресторані, їхню закупівлю, зберігання та продаж, дає поради щодо вибору вин, стежить за їхнім подаванням клієнтові аж до моменту, коли той залишає зал; фумельє (ісп. *fumar* – палити) – сигарний сомельє, який розуміється на поєднанні сигар із напоями; кавіст (фр. *caviste* – доглядач льоху; від фр. *cave* – порожній простір,

льох) – фахівець з елітного алкоголю; кейтер'є (англ. cateringservice – банкетне обслуговування) – фахівець, який організовує бенкети поза межами закладів ресторанного господарства; титестер (англ. tee – чай і test – пробувати) – дегустатор чаю, якого також називають чайним сомельє; лайфгард (англ. life – життя і guard – охорона) – вільнонайманий працівник у курортних готелях, який пильнує за безпекою у басейні, на пляжі, на атракціонах; хостес (англ. hostess – господиня) – фахівець ресторанної служби, «обличчя» ресторану, «господиня залу» тощо. Такі слова становлять приклад заповнення прогалин української мови, де відсутня аналогічна професія, посада і автохтонна мовна одиниця для позначення цього поняття. Ці лексичні одиниці значно розширюють словник, дозволяючи номінувати це національно належне поняття.

7. У туризмі дуже важливо швидко знаходити спільну мову з іноземними партнерами і забезпечувати якісний та ефективний зворотний зв'язок. Використання іншомовних калюк є значним фактором в цьому процесі, що пояснюється специфікою туристичної галузі, сприяє міжнародному спілкуванню та додає авторитету мові-донору. Деякі приклади такої лексики: «sgl» (одномісне розміщення); «BO» (bedonly) – розміщення без харчування; «fb» (fullboard) – повний пансіон, включаючи сніданок, обід і вечерю (шведський стіл); «ov» (oceanview) – вид на океан; «mb» (mainbuilding) – основна будівля готелю. Використання такої термінології є невід'ємною частиною ефективного та точного передавання інформації в спеціалізованих текстах, призначених для фахівців у цій галузі.

8. Не повністю асимільовані запозичення містять аббревіатури або елементи, які зберігають графічне оформлення мови-джерела, наприклад, MICE-менеджер (від англ. MICE – Meeting – зустріч, Incentives – подія, Corporate (чи Conference) – корпоративний захід: конференції, тренінги, Events – заходи + англ. менеджер) – організатор ділових поїздок в індустрії туризму (утворена від заголовних букв англійських слів, що позначають елементи пакету послуг корпоративних клієнтів із ділових подорожей); PR-

менеджер (від англ. PR – Public Relations – зв'язки із громадськістю + англ. менеджер) – фахівець із зв'язків із громадськістю; HR-менеджер (від англ. HR – Human Resource – людський ресурс + англ. менеджер) – фахівець із підбору персоналу; MC (від англ. MC – master of ceremony) – ведучий дискотек, фахівець з організації церемоній; DJ (від англ. DJ – discjockey) – працівник розважальних заходів, що відповідає за музику тощо. Відтягуючи границі традиційного, українська туристична галузь проявляє бажання бути свіжою та інноваційною, передати емоції та виразність, а також показати розширений рівень розвитку. Ця тенденція призводить до появи нових високоякісних термінів у лексиконі українського туризму.

9. Серед запозичених термінів, прикладом яких є лексеми, що вживаються для позначення засобів розміщення туристів, можна виділити слова, що описують особливості інших країн. Наприклад, це італійські *trulli* (трулі), іспанські *paradores* (парадори), французькі *château* (шато), португальські *rousadas* (пушади), мексиканські *haciendas* (гасієнди), японські *ryokans* (рьокани) та інші. Ці слова відображають унікальні традиції і культуру країни, що сприяє збереженню аутентичності терміносистеми та наявності елементів екзотики [59, с.71].

Отже, багато сучасних термінів — англіцизми, проте не всі з них повністю асимілювались, оскільки не всі українці володіють англійською мовою, проте молодь використовує ці терміни для кращого засвоєння іноземної мови. Деякі науковці стверджують, що терміни не мають українських відповідників для легкого запам'ятовування і також тому що ці слова стають «трендом»: більшість людей, які живуть у сучасному суспільстві, сприймають запозичені слова як престижні, «наукові», «звучні» слова.

1.5 Правопис туристичних термінів

Кількість запозичень росте стрімко, хоча відомо, що використання багатьох іншомовних термінів може призвести до втрати української мови своєї національної самобутності. Проте суспільні та державні зміни заохочують як використання власних мовних ресурсів, так і оволодіння чужомовними словами та граматику для розширення лексикону та правильної мовної практики. Запозичення активно впливають на інноваційні процеси у всіх рівнях мовної системи [11, с. 193].

Тому дуже важливим стає вивчення нових запозичень українською мовою, їх адаптація до різних складових системи, особливо фонетики та словотворення, урахування особливостей звукового відтінку та традицій творення слів, а також дотримання правил української орфографії та написання. Частими проблемами у фаховій літературі з туризму є порушення правил письма та граматики сучасної української літературної мови. Недотримання правила «дев'ятки» в загальних назвах призводить до неправильного написання інсентів-туризму (замість інсентив-туризму), маунтінбайку (замість маунтинбайку), діджея (замість диджея), грін-карду (замість грин-карду), вайдбріджінгу (замість вайдбриджінгу), тінейджера (замість тинейджера), бєбісітера (замість бєбіситера), чєкіну (замість чєкіну), фрірайдера (замість фрирайдера). Правило «дев'ятки», яке було введене в «Українському правописі» 1928 року, призвело до зміни використання і-и в запозичених словах [60, с. 54].

1. Ігнорування правила чинного правопису, згідно з яким у загальних назвах іноземного походження подвоєння приголосних не зберігається [190, §89, п.1], призвело до порушення написання таких слів: globe-trotter – глобтроттер (замість глобтротер), immigrant – іммігрант (замість імігрант).

2. Як правильно зауважує К. Г. Городенська, деякі експерти нехтували необхідністю розрізняти [г] і [ɣ] у запозиченнях відповідно до їх уживання в мові-джерелі. Це ігнорування відбувалося незважаючи на факт, що українська мова, як і германські, романські та інші мови, має різні фонєми [г] і [ɣ]. Як результат, на українськомовній основі в багатьох англіцизмах

туристичної сфери, де присутній [g], замість нього відбувається заміна на фонему [ɣ], а не [r]. Наприклад, globe-trotter стає глобтроттер (замість глобтротер), dinghy стає дингі (замість дингі), glamping стає глемпінг (замість глемпінг) та інше.

3. Під впливом російськомовної практики в українській мові відхилення від норми виникають при передачі звука [h]. При освоєнні цього звука на фонетичному рівні української мови спостерігається послідовна заміна його на [r] і [x]. Наприклад, holiday – холідей, hostel – хостел, housekeeping – хаузкіпінг. Також спостерігається перехід звука [h] на [r] у словах hotel – готель і hotelier – готельєр. Рекомендовано вживати терміни голідей, гостел, гаузкіпінг для дотримання нормативності.

4. Українську літеру [w] у частині випадків заміняють на фонему [y] при перекладі англійських слів. Наприклад, weekend – уїкенд/уїкенд, яке означає короткотривалий відпочинок, або wake-up service – уейк-ап сервіс, що означає послугу пробудки в готелі. Така заміна вважається органічною для української мови, оскільки початковий приголосний прикриває склад і усуває зіяння. Тому бажано вживати вікенд та вейк-ап сервіс.

5. Проблема словотвірної адаптації іншомовних складних іменників, які вказують на високий рівень професійності, інтенсивний чи крайній вияв ознаки, залишається нерозв'язаною. Такі слова, як «бренд-менеджер», «віп-тур», «віп-зала», «віп-клієнт» і т.д., порушення чинних правил правопису складних слів через дефіс, потрібно писати разом: «брендменеджер», «віптур», «віпзала», «віпклієнт».

6. Активні дієприкметники, утворені від дієслівних основ за допомогою суфіксів -уч- (-юч-), -ач- (-яч-), мають виняткову проблему морфології сучасної української мови. Вони завжди мали літературний характер, виникли на основі давньої традиції. Хоча їх застосування в українській мові є обмеженим, у спеціалізованому мовленні менеджерів з туризму можна побачити такі терміни, як «реєструюча процедура», «випереджаюче управління», «приймаюча сторона», «мандруючі гості» і

«захоплююча подорож». Таке трактування свідчить про недостатній рівень унормування лексики туризму. Щоб виразити призначення дії з активним спрямуванням на інший об'єкт, використовують прикметники з віддієслівними суфіксами «-льн-» для недоконаних дієслів та «-івн-» для доконаних дієслівних основ. Отже, пропонуємо ввести нормативні терміни: «реєструвальна процедура», «випереджувальне управління», «приймальна сторона», «мандрівні гості» і «захоплива подорож». Можна замінити ненормативні формулювання словами, що мають більш офіційний характер: особа, яка супроводжує групу (замість супроводжуючий групи), особи, які відпочивають (замість відпочиваючі), новачки в мандрівках (замість починаючі мандрівники), провідний туроператор (замість лідируючий туроператор) та інші [23, с.87].

Отже, можна зробити висновок, що крім запозичення термінів з інших мов, потрібно також адаптувати їх до чинного правопису

Висновки до розділу I

Таким чином, використання іншомовної та української лексики, особливо англійської, у професійній сфері українського туризму займає важливе місце. Завдяки постійній міжнародній співпраці нашої країни з іноземними партнерами, такі запозичення є необхідними та постійно оновлюваними. Нові туристичні терміни є зручним і незамінним засобом точного та лаконічного обміну інформацією між фахівцями туристичної галузі і туристами. Однак, варто зазначити, що така лексика може створювати бар'єри для її розуміння туристами-новачками.

Дослідження також показують, що аналіз туристичних термінів почався ще в ХХ столітті. Лексика туризму пройшла 5 етапів від зародження до становлення. Спочатку вона виникла ще до офіційної назви. Під час другого етапу створювали перші туристичні організації. На третьому етапі лексика туризму стала широко відомою і була описана в багатьох джерелах.

Найхарактернішою рисою четвертого періоду стало осмислення та виокремлення туризму як самостійно інституту правового регулювання з великою кількістю термінів. Таким чином, кожен з п'яти етапів вніс свої корективи у лексичний склад термінів.

Вчені розглядають значення та поширеність слів, які ще недавно вважалися новими, але зараз стали загальноживаними, таких як «турист», «гастротуризм», «велотуризм», «паломництво». Вони також приводять українські відповідники окремих слів та аналізують терміни, пов'язані з туристичною сферою.

Отже, можна стверджувати, що вивчення термінів у галузі туризму цікаве як для мовознавців, так і для фахівців у туристичному бізнесі. Тому використання нових термінів потребує детального аналізу, ретельного критичного осмислення кожного слова та його функціонального значення, яке буде слугувати важливим орієнтиром для правильного використання цих слів у повсякденній комунікації в цій галузі.

РОЗДІЛ 2. КЛАСИФІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРМІНІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

2.1 Класифікація туристичних термінів за походженням

Лінгвістична класифікація туристичних термінів за їхнім походженням є важливим аспектом вивчення туристичної лексики. Вона дає можливість встановлювати зв'язки між термінами, запозиченими з різних мов, та різноаспектно їх аналізувати [26, с.563].

Туризм — галузь соціоекономічної діяльності, яка передбачає подорожі та перебування людей в інших регіонах або країнах із метою відпочинку, розваг, культурного розвитку, відряджень і туристичного бізнесу.

Як будь-яка інша галузь людської діяльності, туризм має власну термінологію, яка використовується для позначення специфічних понять, процесів, об'єктів і подій. Ці терміни можуть походити з різних мов [29, с.213].

У цій класифікації туристичних термінів за походженням розглядаємо основні джерела та шляхи, звідки можуть братися туристичні терміни. Така класифікація допомагає краще розуміти сутність туристичного словника та встановлювати паралелі і зв'язки між термінами різного походження [32, с.87].

а) запозичені:

- **латинська мова:** *анімація* (слово походить від латинського *animatio*, що означає «оживлення» або «життя»), *ануляція* (походить від латинського слова *annulatio*, що означає «скасування» або «відміна»), *маніфест* (це слово походить від латинського *manifestus*, що означає «явний» або «очевидний»), *транспорт* (походить від латинського слова *transportare*, що означає «перевозити»), *бонусна система*. Наприклад: **анімація** — «комплекс туроперейтингу з розробки й надання спеціальних програм проведення вільного часу – досить часто проявляється в організації розваг і

спортивного проведення дозвілля (додаткових анімаційно-сервісних програм) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг: спортивні ігри, змагання, танцювальні вечірки, карнавали, хобі, заняття, які входять у сферу духовних інтересів»: «На формування сутнісних характеристик **анімації** в туризмі суттєво впливають зміст і специфіка видів туризму, тематична спрямованість турів та екскурсій, у межах яких реалізуються анімаційні технології. [<https://tourlib.net>]]; **мотель** — готель, номери якого виходять дверима надвір та розміщені поруч із автостоянкою: «**Мотель**, як і всі мотелі, формою нагадував підкову, це була одноповерхова будівля, кімнати з окремими входами, жодного автомобіля перед дверима до кімнат [<http://sum.in.ua/f/motelj>]]».

Отже, бачимо, що слів латинського походження у туристичній галузі не так і багато, проте ті, що проаналізовані, часто вживаються носіями української мови. Проте певні слова мають перехресне запозичення, наприклад, готель — це слово, яке українська мова запозичила з французької, хоча початково у французькій воно утворилося з використанням латинського кореня.

- **французька**: маршрут (походить від французького «itinéraire», що означає «шлях, маршрут»), апарт-готель (апарт – фр., квартира, готель – фр. hôtel від лат. hospes — гостинний), віза (фр. visa), гід (фр. guide «гід, провідник»), готель (фр. ostel, hostel), тур (фр. tour – рух по колу), туризм (походить від французького «tourisme», що утворене від слова «tour», що означає «подорож»), турист (походить від французького «touriste»), форс-мажор, шале (має французьке походження та спочатку мало значення «палацу» або «резиденції»). Наприклад: **готель** — будинок з мебльованими кімнатами для короткочасного проживання приїжджених: «Там [у кімнаті] стояли старанно застелені чистою білизною залізні ліжка у два ряди, наче в **готелі** [<http://sum.in.ua/s/ghotelj>]], **маршрут** — заздалегідь спланований порядок переміщення туриста або транспортного засобу: «Степом,

принишклим од радості, цокотіли **маршрути** з вугіллям з Донбасу [<http://sum.in.ua/s/marshrut>]».

Деякі фахівці кажуть, що термін «туризм» сформувався в середині XIX ст. Номінації «tourism» і «tourisme», які позначають і в англійській, і у французькій мовах «подорож», з'явилися значно пізніше. І французькі, й англійські джерела датують появу лексеми «tourism» в англійській мові початком XIX ст.

В українській мові термін «туризм» до другої половини XIX ст. не засвідчений, натомість зараз визначень туризму маємо багато [3, с.123].

Отже, більшість проаналізованих слів беруть свій початок із французької мови. І цьому є логічне пояснення: Франція є найдавнішим туристичним центром у світі. Туризм як явище зародився у Франції ще в XVIII столітті й спочатку був доступний винятково аристократам і представникам багатих верств суспільства, які приїжджали «освоювати» знамениті французькі курорти Віші, Віттель, Ніццу, Канни, Довіль, Біарриц.

Багато з цих термінів є загальноживаними не тільки у сфері туризму, але й в інших галузях;

- **англійська:** *сноркелінг* (складається з англійського «*snorkel*» (трубка для дихання під водою) та суфікса «-ing» для позначення дії), *авіачартер* (авіа лат. *avis* «птах» + *charter* (англ.)), *сафарі*, *ботель* (з англ. *ботель* – *boat* – човен, судно, *hotel* – готель), *бунгало* (англ. *bungalow*), *ваучер* (англ. *Voucher* — розписка), *дайвінг*, *десинхроноз*, *джетлаг* (англ. *jetlag*), *дьюті-фрі*, *апарт-готель*, *каньйонінг*, *євролайн*, *інсентив-туризм*, *інтер-райл*, *караванінг-туризм*, *кафетерій*, *кафе*, *кемпінги*, *кемпер*, *клас*, *круїз*, *лоу-кост*, *маунтінбайкінг*, *маркетинг*, *міні-бар*, *овербукінг*, *параглайдінг*, *парасейлінг*, *паркінг*, *референс* (англ. *reference* «посилання; згадка»), *спелеотуризм*, *таймшер* (від англ. *timeshare*, з *time* «час» + *share* «розділяти»), *такс-фрі* (англ. — «без зборів»), *товари*, *трансфёр* (англ. *totransfer* — *переносити*, *переміщати*), *трекінг*, *флотель*, *хостел*. Наприклад: **хостел** – недорогий готель з невеликим набором послуг: «Але варто

відзначити і те, що **хостели** користуються попитом і серед більш вікових категорій туристів – адже далеко не всім потрібні шикарні апартаменти, а заощадити хочеться багатьом [<https://navkolosvitu.net.ua/hostel/>].»

Проаналізувавши певну кількість термінів англійського походження, можемо сказати, що такі слова, як *сафарі, ботель, бунгало, дьюті-фрі, апарт-готель, каньйонінг, кафетерій, кафе, кемпінг, кемпер, клас, круїз, лоукост, маркетинг, міні-бар, паркінг, ретрит, такс-фрі, товари, трансфер, хостел* – давно увійшли у туристичну термінологію та міцно у ній закріпились. Деякі з них перейшли у загальноповживану лексику.

Велика кількість активно використовуваних іншомовних слів у галузі туризму пояснюється як специфікою предметної галузі, так і позамовними факторами: англійська мова є однією з провідних мов світу, нею володіє понад 1,5 млрд. людей із цілого світу. Міжнародне ділове спілкування, особливо в туристичній галузі, важко уявити без англійської. Тому сьогодні маємо активізацію українсько-англійських мовних контактів, які спричинили використання великої кількості запозичень [7, с. 82].

У туристичній галузі такі терміни пов'язані з активним розвитком міжнародних зв'язків, прагненням до мовної економії та зручністю ділового спілкування фахівців індустрії туризму [62, с. 36].

Отже, питання доречності функціонування англіцизмів у туристичній сфері є безсумнівним: наша країна співпрацює з іноземними партнерами, тому ці запозичення є важливими для позначення правильного, достовірного перекладу термінів, що наявні в системі ринкових відносин між країнами. Єдине, що могло б викликати дискусію, це факт використання запозичених термінів для понять, які вже мають свої еквіваленти в українській мові, проте ці еквіваленти часто ігноруються фахівцями з туристичної сфери та літератури [10, с. 128].

- **Грецька:** *геотуризм (геологічний туризм)* — «Гео- «походить від грецького слова «γη» (гео), що означає «земля». Наприклад: «**геотуризм** – вид туризму, який прагне не завдавати шкоди навколишньому середовищу,

закликає насолоджуватися унікальністю місць, сприяє відновленню історичних регіонів і навіть допомагає відновленню і процвітанню багатьох місцевих традицій»: «Облік, вивчення та збереження геологічних пам'яток, розвиток **геологічного туризму**, популяризація геологічних знань серед широких кіл громадськості є традиційними напрямками діяльності геологічних служб розвинених країн Європи і світу [<https://geonews.com.ua/geoturizm>]».

Таким чином, можна зробити висновок, що слова грецького походження ще рідше трапляються в туристичній індустрії, оскільки туризм у Греції був більше рекреаційним або лікувальним, про туризм як явище почали говорити пізніше.

- **Арабська: авіатариф** (з араб. система): авіа – лат, тариф – арабська, а в українську мову потрапив з англійської (tariff), тобто це слово перехресного походження. **Авіатариф** — фіксована ціна перельоту туриста в пункт призначення, яка залежить від відстані перельоту і, відповідно, витрати палива, типу літака, аеронавігації та якості обслуговування на борту: «У міжнародних перевезеннях розрізняють індивідуальні, групові, звичайні та спеціальні **авіатарифи**. [<https://www.atlantic-tour.com.ua>]».

б) Незапозичені: перевізник, сніданок, водій, море, наприклад: «**перевізник** (-ере) — суб'єкт господарювання, який відповідно до законодавства уклав договір перевезення з пасажиром, відправником вантажобагажу або замовником організованої групи пасажирів, та наступний(і) перевізник(и), що несе(уть) відповідальність на підставі даного договору»: «Однак далеко не кожен автобусний **перевізник** здатний виконувати туристичні перевезення особливо на далекі відстані [<https://mtourism.com.ua>]».

Отже, бачимо, що власне українських термінів в туристичній сфері зовсім мало.

в) Терміни комбінованого походження (таких більшість): дорожній чек (укр. + англ), перевага багажу (франц.), аварійно-рятувальні (франц. +

укр.) роботи, багажна квитанція (франц. + лат.), безмитне ввезення (укр. префікс без- + лат.), бюро обслуговування (франц. + укр.), вагон пасажирський (пол. + лат.), валютний курс (франц. + нім.), гарантоване резервування (франц. + англ.), додаткові туристсько-екскурсійні послуги (франц. + лат.), екіпаж повітряного судна (франц. + укр.), залізничний круїз (лат. + англ.), зелений коридор (укр. + франц.), індивідуальний тур (грец. + лат.), індустрія туризму (лат. + франц.), організований туризм (англ. + франц.), пасажир транзитний (франц. + лат.), пляжна зона (лат. + грец.), приаеродромна територія (англ. + лат.), сімейний план (прасл. + франц.), тарифи авіаквитків (франц. + лат.), чартерна квота (англ. + лат.).
*Наприклад: **дорожній чек** — платіжний документ, який можна перевести в готівку в будь-якому банку будь-якої країни світу: «Дорожній чек був дуже популярний серед туристів ще пару десятиліть тому, однак сьогодні частіше використовують кредитні картки або банкомати, пов'язані з багатьма фінансовими установами [<https://uk.economy-pedia.com>]*».

У сфері туризму терміни комбінованого походження є поширеними з кількох причин (рис.1):

1. Глобалізація. З огляду на зростання глобалізації, туристична індустрія має стати більш доступною для всіх країн. Комбіновані слова, що походять з кількох мов, дозволяють створювати універсальний, міжнародний туристичний лексикон, який може розуміти широкий спектр людей.

2. Культурний аспект. Комбіновані слова можуть відображати культурний багаж різних національностей. Використання слів із різних мов може показати багатство культурного різноманіття та сприяти взаєморозумінню між туристами з різних країн [64, с.54].

3. Маркетингова стратегія. Комбіновані слова можуть бути використані як маркетинговий інструмент для залучення уваги до певного продукту або послуги. Вони можуть створювати екзотичне враження та викликати цікавість, яка привертає туристів.

4. Скорочення. Комбіновані слова можуть бути використані для скорочення довгих та складних фраз або виразів. Вони можуть бути більш ефективними та зручними для використання у міжнародному спілкуванні [14, с. 40].

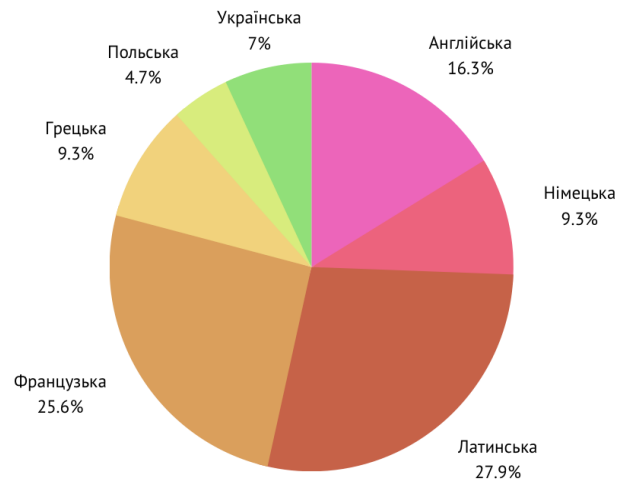


Рисунок 1. Співвідношення елементів комбінованого походження в туристичній сфері

Отже, у сфері туризму найбільш поширені слова з латинської, французької та англійської мов із таких причин (рис. 2):

1. Історичні причини. У країнах, які колонізували інші території, наприклад, Франції та Великої Британії, використання французької та англійської мови є наслідком колоніального минулого цих країн. Багато термінів та понять, пов'язаних із туризмом, увійшли в розмовну мову та міжнародну документацію, а з часом і в українську лексику.

2. Інтернаціональність. Латинська (у минулому), французька та англійська мови використовуються в якості мов спілкування та комунікації між різними країнами. Ці мови вважаються міжнародними, оскільки вони використовуються в багатьох країнах світу. Це допомагає забезпечити спілкування та розуміння між туристами та персоналом готелів, ресторанів і туристичних агентств [65, с. 146].

3. Стандартизація. У сфері туризму існують універсальні принципи і процедури, які мають загальноприйняті терміни та визначення. Використання латинської, французької та англійської мов сприяє стандартизації термінології та полегшує спілкування між фахівцями з різних країн.

4. Популярність туризму. Англійська мова є найпоширенішою мовою світу. Французька та латинська (у минулому) також є широко вивченими мовами. Оскільки туризм є популярним галуззю, поряд із компаніями та працівниками з різних країн, використання цих мов сприяє більш ефективному та зрозумілому спілкуванню [19, с.2 43].

Також варто сказати, що давньогрецька та латинська мови лягли в основу багатьох сучасних європейських мов, тому навіть якщо термін запозичується з французької, наприклад, мови, все одно в його основі найчастіше бачимо латинський корінь.

Загалом, використання слів з латинської, французької та англійської мов у сфері туризму є результатом історичного, міжнародного та практичного підходів, які сприяють легшому та більш зрозумілому спілкуванню у цій галузі.



Рисунок 2. Співвідношення походження проаналізованих слів у туристичній сфері

На нашу думку, з усіх проаналізованих слів найбільш поширені в галузі туризму:

1) англіцизми 36,8 % (це пов'язано з тим, що більшість слів у галузі туризму вживають без перекладу, особливо молодь, також англійська мова – це одна з провідних мов у світу і мова ділового спілкування, а як ми знаємо, є такий вид туризму, як діловий туризм, або інтенсив-туризм, тому багато термінів має таке походження);

2) на другому місці комбіновані терміни 22,1%, оскільки більшість термінів – дво- або багатослівні;

3) слова французького походження на третьому місці (14,7%), проте можемо стверджувати, що хоча слів цієї мови найбільше у туристичній індустрії, оскільки туризм зародився у Франції, проте у цій роботі проаналізовано не так багато термінів саме французького походження, адже тут розглядалось саме ті терміни, які виникли нещодавно або й зовсім нові, або недосліджувані. Саме тому найбільша частка слів — це англіцизми;

4) слова латинського походження (11%), оскільки латинська мова лягла в основу багатьох сучасних європейських мов, тому навіть якщо термін запозичується з французької, наприклад, мови, все одно в його основі найчастіше бачимо латинський корінь.

5) найменше слів арабського, грецького та українського походження (3,7%, 3,7% та 2,2%) у цій роботі.

Можна зробити висновок, що слів-англіцизмів найбільше. Існує кілька причин того, чому більшість сучасних термінів у туризмі прийшли з англійської мови до нас.

1. Географічне поширення. Англія і США є одними з найбільших туристичних ринків у світі, і англійська мова є міжнародною мовою комунікації в галузі туризму. Тому багато нових індустріальних термінів і концепцій, пов'язаних з туризмом, спочатку з'являються в англомовних країнах і поширюються звідти по всьому світу.

2. Інновації і технології. Англomовні країни, такі як США та Велика Британія, є лідерами у сфері інновацій і розвитку нових технологій. Багато нових туристичних послуг, продуктів та концепцій походять з цих країн і спочатку описуються англійськими термінами. Це пов'язано з тим, що багато нових продуктів і послуг, що з'являються у галузі туризму, в основному створюються в англomовному середовищі.

3. Міжнародна співпраця. Туризм – це галузь, що має міжнародний характер, тому і важливою є співпраця між різними країнами і культурами. Англійська мова, як мова міжнародного спілкування, використовується для обміну туристичною інформацією та сприяє співробітництву в галузі туризму. Тому багато термінів у туризмі, пов'язаних зі співпрацею та комунікацією, прийшли з англійської мови.

4. Стандартизація. Англійська мова є основною мовою стандартизації в галузі туризму. Багато міжнародних організацій, таких як Всесвітня туристична організація, використовують англійську мову для розробки стандартів і рекомендацій у цій галузі. У результаті, більшість термінів, що використовуються в сфері туризму, стандартизовані за допомогою англійської мови [24, с. 3].

Отже, через географічне поширення, лідерство в інноваціях та технологіях, міжнародну співпрацю та стандартизацію англійська мова стала основним джерелом сучасних термінів у туризмі.

2.2 Класифікація сучасних туристичних термінів за об'єктом найменування

Основною лексичною одиницею сфери туризму є власне термін **туризм**. Серед домінантних лексем, які належать до ядра туристичної термінології, виділяємо: *тур, турист, туристичний продукт, туристичний бізнес, туристичний пакет, туристичний ринок, віза, туристичні оператори, туристичні агенти, екскурсія, туристський маршрут, ваучер, індустрія*

туризму, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, ситуаційний аналіз туристичного ринку тощо. Периферію польової структури туристичної терміносистеми складають терміни, які пов'язані з індустрією туризму тільки диференційними семами (або семою). Це міжгалузеві, загальнонаукові та загальнотехнічні терміни. До ближньої периферії можна зарахувати такі міжгалузеві терміни на позначення понять дотичних галузей: *анімація, готель, авіачартер, ботель, бунгало, глемпінг, кафе, круїз, мотель, родтелі, трансфер, флотель, хостел, шале, анімація, чартер, авіаквитки тощо* [31, с. 763].

Склад терміносистеми туризму, на нашу думку, охоплює такі тематичні групи:

а) назви видів туризму: *геотуризм, дайвінг, інтенсив-туризм, кайонінг, караванінг-туризм, кінотуризм, круїз, маунтінбайкінг, організований туризм, орнітологічні тури, параглайдінг, парасейлінг, рек-дайвінг, сафари, сноркелінг, талассотерапія, трекінг, фотосафари, шоп-тур. Наприклад: Дайвінг – занурення з аквалангом під воду: «Страх перед першим зануренням нерідко стає головним гальмувальним моментом, що заважає туристу долучитися до нового виду активного відпочинку. Однак назвати дайвінг, особливо рекреаційний, екстремальним видом спорту можна лише з рекламними цілями [https://t1.ua/porady]»; сафари — туристична екскурсійна програма, в якій турист знайомиться з місцевою природою, флорою і фауною: «Традиції сафари для західних туристів починаються з другої половини XIX ст. Найбільш популярні в цьому відношенні два регіони: Східна Африка (зокрема Кенія, і останнім часом – Танзанія) і Південна Африка (ПА) [https://tourlib.net/books_ukr]».*

Отже, серед проаналізованих слів найбільша кількість слів, основним компонентом яких є іменник, тобто предмет або назва явища. Також наявні сполуки слів, які пишуться через дефіс, де друге слово вказує специфіку послуги;

б) назви й особливості туристичних маршрутів: *дайв-сайти, залізничний круїз, замкнутий круговий маршрут, маршрут замкнений, маршрут кільцевий, маршрут лінійний, маршрут похідний, маршрут радіальний, маршрут туристичний самодіяльний, тур вихідного дня, тур комбінований, тур річковий, тур тематичний, тур теплохідний. Наприклад: «Тур вихідного дня – невеликі за протяжністю (5-25 км) та незначні за складністю туристичні походи й екскурсії протягом вихідних днів кінця робочого тижня (свят), які покликані дати туристу або екскурсанту уявлення про туризм і екскурсії, навички, необхідні кожному для успішного просування й орієнтування на місцевості, про організацію відпочинку та харчування в похідних умовах»: «Ви можете не брати валізу, вирушаючи в тур вихідного дня [https://vikna.if.ua]»; залізничний круїз — туристична поїздка в комфортабельному поїзді, який рухається по круговому маршруту і робить зупинки виключно для ознайомлення туристів з місцевими пам'ятками: «Залізничний круїз, як ефективна форма туристичного бізнесу, може сприяти популяризації визначних місць України, підняти міжнародний імідж країни і показати хороші економічні результати» [https://geography.lnu.edu.ua].*

Отже, в проаналізованих словах перший компонент іменник, тобто предмет або явище, а другий компонент – прикметник, який детально доповнює та розкриває значення першого слова, дає йому конкретизацію значення, яке стає зрозумілим для працівників туристичної сфери;

в) найменування туристів: *кемпер, турист, пасажир транзитний. Наприклад: турист – «особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін»: «Незважаючи на те, що сьогодні туристів приймають в усіх країнах світу, на перші десять держав припадає близько 51% загальносвітових прибутків [https://buklib.net/book]».*

Отже, наявні слова добре відомі україномовному населенню, вони чітко закріпились в українській мові, також досягли поглибленого етапу адаптації;

г) назви підприємств, які надають послуги в туристичній сфері: *маркетинг, турагентство, туристичний бізнес, туристичні агенції, туроператор, туроперейтинг, бюро обслуговування, сервіс-центр, туристичний центр. Наприклад: «туроператор – потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розробка власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому й міжнародному ринках»: «Представники туроператора «Альф» у Києві візьмуть до уваги всі вимоги та підберуть найкращий варіант [https://alf.ua/]*».

Отже, всі наведені терміни належать до професійної термінології туристичної галузі. Вони мають певні специфічні значення та використовуються для позначення певних понять та процесів, пов'язаних з організацією та наданням туристичних послуг;

г) найменування працівників туристичної індустрії: *авіаційний персонал, гід, екіпаж повітряного судна, експлуатант, керівник організованої групи дітей, керівник туристської групи, перевізник (учасник перевізного процесу). Наприклад: гід – людина, що супроводжує туриста протягом певного туристичного маршруту. В його обов'язки може входити як демонстрація пам'яток, так і турбота про побут туриста: «Гід відповідальний за фінанси, за дотримання часових рамок мандрівки, за комфорт та безпеку подорожі [https://vidviday.ua]»; «перевізник — суб'єкт господарювання, який відповідно до законодавства уклав договір перевезення з пасажиром, відправником вантажобагажу або замовником організованої групи пасажирів, та наступний(і) перевізник(и), що несе(уть) відповідальність на підставі даного договору»: «Однак далеко не кожен автобусний **перевізник** здатний виконувати туристичні перевезення особливо на далекі відстані»;*

д) назви процесів у туризмі: *аварійно-рятувальні роботи, ануляція, бонусна система, бронювання, гарантоване резервування, додаткові*

туристсько-екскурсійні послуги, маркетинг, комплексне обслуговування, овербукінг, підтверджене резервування, послуга транспортна, послуги розміщення, послуги FAST TRACK та FAST LINE, регіональний аналіз туристичного ринку, резервування місць, референс, сертифікація послуг, система «Фортуна», ситуаційний аналіз туристичного ринку, таймшер, туроперейтинг. Наприклад: **ануляція** – відмова туриста від поїздки: «**Ануляції** можуть бути спричинені й форс-мажорними обставинами (політичними подіями, стихійними лихами тощо) [https://elearn.nubip.edu.ua]»; **індустрія туризму** – сукупність взаємопов'язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту: «Особливостями **туристичної індустрії** є предмет її діяльності, а саме – надання клієнтам туристичних послуг і створення туристичного продукту [https://tourlib.net]»; «**послуги розміщення** – це конкретний заклад розміщення, який надається туристові в туристичному центрі під час подорожі»: «з погляду бізнесу ці підприємства створюють і продають свій товар у вигляді послуги або комплексу послуг з розміщення туристів на ночівлю [https://referatss.com.ua]»;

е) назви туристичних формальностей: берегове обслуговування, безмитне ввезення, віза, валютний курс, зелений коридор, ваучер, договір франшизи, індустрія туризму, програма туристичної подорожі, товари, туризм, туристичний бізнес, туристичний ваучер, туристичний пакет, туристичний продукт, туристична путівка, туристичний ринок, ціна, «Зелена картка», міжнародний туристичний ваучер, сервіс-центр, страхова премія, страхова сума, такс-фрі, форс-мажор, шенгенська віза. Наприклад: **форс-мажор** – непередбачені обставини, що не залежать від людини фактори: «Зважаючи на те, що карантин визнано **форс-мажорною** обставиною туристичні оператори автоматично заявили про неможливість виконання зобов'язань, які повинні були виконувати у період, що припадає на дію карантину [https://www.vectornews.net]»; **страхова премія** – грошова сума,

яку мандрівник вносить на свій страховий поліс і в межах якої йому в екстреному випадку буде надано медичну або іншу допомогу: «Несплата **страхової премії** з боку фізичної особи або бізнесу може призвести до скасування полісу [<https://ua.nesrakonk>]», «**маркетинг** – включає систему управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і урахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку»: «**Маркетинг** будь-якого підприємства здійснюється в певному середовищі [<https://tourlib.net>]».

Слова «берегове обслуговування», «безмитне ввезення», «віза», «валютний курс», «зелений коридор», «Зелена картка», «міжнародний туристичний ваучер», «сервіс-центр», «страхова премія», «страхова сума», «такс-фрі», «форс-мажор» і «шенгенська віза» є специфічними лексичними одиницями, які використовуються в різних сферах діяльності.

Ці слова є термінами, що використовуються в різних галузях, таких як туризм, митниця, страхування, фінанси тощо. Вони можуть мати спеціальне значення та використовуються для опису певних процесів, правил або процедур, пов'язаних зі своїми відповідними сферами;

є) найменування різних понять у транспортному сегменті: авіачартер, багажна квитанція, берегове обслуговування, безмитне ввезення, вагон безпересадковий, вагон пасажирський спеціальний, вагони пасажирські, дорожній чек, євролайн, євролайн пас, зал очікування, каса багажна, каса квиткова, картка прибуття, комбінований квиток, купе змішане, купе сімейне, купе чоловіче (жіноче), маршрут, маніфест, норма багажу, перевага багажу, повітряне судно, поїздденний, поїзддодатковий, поїздкомерційний, поїздміський, поїзднічний, поїздпасажирський, поїзд підвищеного комфорту, польотний купон, пором, проїзний документ груповий, проїзний документ дитячий, проїзний документ пільговий, проїзний документ повний, ручна

поклажа, ручний багаж, транспорт, трансфер. Наприклад: «зал очікування – спеціально обладнане приміщення вокзалу, призначене для тимчасового перебування пасажирів, які очікують відправлення чи прибуття поїзда»: «Укрзалізниця відкрила **зал очікування** для військовослужбовців (учасників операції об'єднаних сил) на Центральному залізничному вокзалі станції Київ-Пасажирський [<https://mva.gov.ua/ua>]; **трансфер** – доставка туриста від місця прибуття, розташованого поза межами перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція) до місця розміщення, де він буде проживати і назад: «Туристичний трансфер — це заздалегідь замовлене авто чи автобус, що повністю відповідає вашим побажанням і потребам [<https://boomerang.org.ua>].».

Загальний висновок щодо класифікації цих слів-термінів за сферами використання полягає у тому, що вони представляють сфери транспортного та подорожнього обслуговування. Вони охоплюють такі аспекти, як види транспорту (повітряний, залізничний, морський), різні форми обслуговування пасажирів та багажу, а також пов'язані з цим поняття та послуги (вагони, каси, квитки, документи тощо);

ж) найменування в сегменті організації проживання та харчування: *апарт-готель, готелі в центрі міста, готелі на воді, готелі на околиці міст і в аеропортах, готель, глемпінг, кафетерій, кафе, кемпінги, міні-бар, мотель, придорожні готелі, родтелі, флотель, хостел, шале, шведський стіл. Наприклад: «кафетерій – підприємство, в асортименті напоїв якого обов'язково є кава декількох найменувань, а також спиртні напої – ром, лікер, коньяк, які подаються до кави»: «Він спускався на десять хвилин в **кафетерій**, щоб проковтнути склянку кави [<http://sum.in.ua/s/kafeterij>], **шведський стіл** – система обслуговування в пунктах харчування, коли за певну плату відвідувач може взяти будь-яку із запропонованих у меню страв у будь-якій кількості: «Наразі в Україні система «**шведський стіл**» стала настільки популярною, що її опановують навіть школи та офісні їдальні [<https://blog.reikartz.com>].».*

Загальний висновок про цю групу слів – вони називають різні типи місць для зупинки або проживання, які можна знайти в різних місцях, таких як центр міста, околиці, аеропорти, при дорогах і т.д. Також до цих типів місць належать кафетерії, міні-бари, шведські столи, які забезпечують харчування для відвідувачів. Деякі з цих слів іменують нові форми проживання, такі як глемпінг (гламурний кемпінг) і хостел (недорогий гуртожиток для молоді);

з) назви в сегменті організації дозвілля: *анімація, гарячі тури, дьюті-фрі, комплексне обслуговування, маркетинг, рекреаційна діяльність, рекреаційно-туристське природокористування, рекреаційно-туристський потенціал, таласотерапія, сімейний план. Наприклад: дьюті-фрі – магазини безмитної торгівлі, які знаходяться в аеропортах, а також на борту транспортних засобів, що здійснюють міжнародні рейси: «В основному в дьюті-фрі продають алкогольні, тютюнові товари, косметику, сувеніри, парфумерію, також аксесуари та одяг відомих світових марок [https://tsn.ua/tourism]»; «рекреаційна діяльність – індивідуальна (сімейна) або колективна форма організації відпочинку, спрямована на відновлення фізичних та духовних сил»: «Попит на рекреаційну діяльність визначається рекреаційними потребами людей, підкріплений їх платоспроможністю і вираженими у формі реальних вимог до організаторів відпочинку, з іншого боку – системою наявних пропозицій [https://tourlib.net]».*

Всі ці слова належать до різних сфер життєдіяльності, таких як анімаційна індустрія, туризм, догляд за собою, обслуговування, маркетинг та рекреаційна діяльність. Вони містять оригінальні вирази та поєднання слів, що можуть бути характерними для специфічної лексики української мови. Крім того, деякі з цих слів можуть містити запозичення з інших мов, насамперед з англійської.



Рисунок 3. Співвідношення тематичних груп туристичних термінів

Отже, можна зробити висновок, що з проаналізованих слів найбільшу кількість мають: транспортний сегмент 27,4 %, види туризму 18,3%, проживання та харчування 12,2 %, туристичні маршрути 11%, туристичні формальності 9,1%, організація дозвілля 7,9%, працівники туристичної індустрії 6,1%, назви підприємств в туристичній сфері 4,9%, а найменше термінів – найменування туристів 3%. Більшість слів іншомовного походження, а саме: англіцизми, французького, німецького походження (рис.3).

2.3 Класифікація туристичних термінів за будовою

Для належного засвоєння та використання фахових понять важливо провести лінгвістичну класифікацію термінів, що використовуються в туризмі.

Одним із аспектів лінгвістичної класифікації термінів туризму є їхня будова, згідно з якою терміни можуть бути одно-, двослівними або

багатослівними (якщо термінологічне сполучення слів налічує більше ніж два компоненти) [18, с. 43].

Однослівні терміни в туризмі є найбільш поширеними:

- **однослівні:** авіачартер, авіатариф, анімація, ануляція, баллонінг, ботель, бронювання, бунгало, ваучер, віза, гід, геотуризм, готель, глемпінг, дайвінг, джайлоотуризм, десинхроноз, експлуатант, євролайн, кайонінг, кафетерій, кафе, кемпінги, кемпер, кінотуризм, клас, круїз, маунтінбайкінг, маніфест, маркетинг, маршрутизація, маршрут, мотель, овербукінг, параглайдінг, парасейлінг, паркінг, перевізник (учасник перевізного процесу), пором, референс, родтелі, сафарі, сноркелінг, спелеотуризм, таймшер, талассотерапія, товар, топлес, транспорт, трансфер, трекінг, тур, турагентство, туризм, турист, туроператор, туроперейтинг, флотель, фрірайд, форс-мажор, фотосафарі, хостел, чартер, ціна, шале, шоп-тури, автосафарі-туризм, апарт-готель, блок-чартер, дайв-сайти, дайв-сафарі, д'юті-фрі, інтер-Райл, караванінг-туризм, лоу-кост, план-карта, рек-дайвінг, ретрит-тур, сервіс-центр, такс-фрі, форс-мажор.

Наприклад: **шоп-тур** – туристична поїздка, головною метою якої є придбання будь-яких покупок: «Шоп-тури до Польщі відбуваються щосуботи до Перемишля, Жешува та Кракова! Це чудова нагода отримати шопінг європейського рівня або провести вихідні у красивому місті [<https://www.shoptury.com>]». Або: **бронювання** – закріплення за туристом місця в готелі, квитки на який-небудь вид транспорту або пропуску на захід: «Надання відповіді про наявність вільних місць та підтвердження **бронювання** здійснюється упродовж 1 робочого дня з моменту подання запиту (крім суботи та неділі, а також державних вихідних) [<https://mtourism.com.ua>]»; **кайонінг** – сплав по гірських річках і водоспадів без спеціальних плавальних засобів: «Екстрим – рафтинг + **кайонінг** на водоспаді Гуркало (спуск гірськими річками з порогами і водоспадами в гідрокостюмі), сплави та мотузкові забави [<https://www.facebook.com>]»; «**ціна** – міра та регулятор динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на

туристичному ринку»: «Трохим розпитує, який є заробіток, яка **ціна** у день [<http://sum.in.ua/s/cina>]».

Отже, однослівні терміни за будовою можуть бути прості (з одним коренем) і складні (з двома коренями).

У деяких випадках, такі як «кінотуризм» або «ботель», сполучення коренів і префіксів утворюють нове слово з новим значенням. Деякі з цих слів, такі як «анімація» або «кафе», мають походження з іноземних мов, але втратили своє первісне значення і затвердилися в українській мові. Вони є популярними термінами, пов'язаними з туризмом, готельним бізнесом та іншими сферами повсякденного життя. Використання таких слів дозволяє швидко та компактно передати додаткову інформацію, пов'язану з конкретним контекстом. Ці слова також є показниками розвитку мови та впливу міжнародних культурних та економічних процесів на українську мову;

- **двослівні:** аварійно-рятувальні роботи, авіаційний персонал, багажна квитанція, берегове обслуговування, безмитне ввезення, бонусна система, бюро обслуговування, вагон безпересадковий, вагони пасажирські, валютний курс, гарантоване резервування, готелі на воді, договір франшизи, дорожній чек, євролайн пас, зал очікування, залізничний круїз, зелений коридор, «Зелена картка», індивідуальний тур, індустрія туризму, камера схову, каса багажна, каса квиткова, картка прибуття, комбінований квиток, комплексне обслуговування, купе змішане, купе сімейне, купе чоловіче (жіноче), курортний готель, маршрут замкнений, маршрут кільцевий, маршрут лінійний, маршрут похідний, маршрут радіальний, морський круїз, неорганізований туризм, норма багажу, організатор туру, організований туризм, орнітологічні тури, пасажир транзитний, перевага багажу, підтверджене резервування, пляжна зона, повітряне судно, поїзд денний, поїзд додатковий, поїзд комерційний, поїзд міський, поїзд нічний, поїзд пасажирський, польотний купон, послуга транспортна, послуги розміщення, посадковий талон, приаеродромна територія, придорожні готелі,

резервування місць, рекреаційна діяльність, ручна поклажа, ручний багаж, сімейний план, сертифікація послуг, система «Фортуна», страхова премія, страхова сума, тарифи авіаквитків, тур комбінований, тур річковий, тур тематичний, тур теплохідний, туристичний бізнес, туристичний ваучер, туристичний маршрут, туристичний пакет, туристичний продукт, туристична путівка, туристичний ринок, туристичний центр, туристичні агенції, чартерна квота, шведський стіл, шенгенська віза. Наприклад: **гарячі тури** – путівки з обмеженим терміном реалізації, що продаються зі знижкою: «**Гарячі тури** підходять для тих, у кого немає достатньо часу для планування своєї подорожі заздалегідь [<https://lowcost.ua/hot-tours-about/>]»; **організатор туру** – приватна особа або компанія, що займається в туристичній поїздки організаційною діяльністю – починаючи від вирішення побутових проблем туристів і закінчуючи організацією групи під час пересування на екскурсійний маршрут: «Обов'язково мати із собою кошти для розрахунку з **організатором туру**, документи (паспорт, учнівський/студентський квиток), кишенькові гроші на сувенірну продукцію та хорошиї настрої [<https://alligator.te.ua/156>]»; **шенгенська віза** – єдина віза, необхідна для в'їзду на територію Євросоюзу: «Щоб мати право на отримання шенгенської візи, особа повинна продемонструвати, що вона має достатні фінансові ресурси, щоб подорожувати та перебувати в **Шенгенській зоні**, і що він або вона не становлять загрози для громадського порядку, національної безпеки чи здоров'я будь-якої країни Шенгенської зони [<https://schengenvisum>]»; «**туристичний бізнес** — вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку»: «**Туристичний бізнес** виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги [<https://tourlib.net>]». **Авіаційний персонал** – особовий склад авіаційного підприємства, організації, підрозділу, навчального закладу, що складається з авіаційних спеціалістів за професійною ознакою:

«Особа, яка належить до **авіаційного персоналу**, повинна бути сертифікована на відповідність її діючим в Україні кваліфікаційним вимогам за професійною ознакою [<http://kievgrad.info/page/1/555>]». **Морський круїз** — подорож звичайно за замкнутим колом з радіальними поїздками до внутрішніх районів країни: «До найбільш відомих перевізників в сфері **морських круїзів** відносяться *Carnival Cruise Lines, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Line* [<http://4ua.co.ua>]».

Отже, таких конструкцій у туристичній сфері більшість. У таких сполуках перший компонент-прикметник називає ознаку, тобто характеризує послугу, яку надають, а другий компонент-прикметник називає явище або предмет. Більшу частину таких сполук складають сурядні словосполучення. Тут майже усі терміни цілком запозичені, лише деякі з них мають комбіноване походження, а саме: *берегове обслуговування, дорожній чек, перевага багажу*.

- **Багатослівні:** *акваторія морського порту, вагон пасажирський спеціальний, готелі в центрі міста, готелі на околиці міст і в аеропортах, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, екіпаж повітряного судна, замкнутий круговий маршрут, керівник організованої групи дітей, керівник туристської групи, маршрут туристичний самодіяльний, міжнародний студентський квиток, міжнародний туристичний ваучер, ознайомчий тур або «рекламник», організована група пасажирів, поїзд підвищеного комфорту, послуги FAST TRACK&FAST LINE, програма туристичної подорожі, проїзний документ груповий, проїзний документ дитячий, проїзний документ пільговий, проїзний документ повний, регіональний аналіз туристичного ринку, рекреаційно-туристське природокористування, рекреаційно-туристський потенціал, ситуаційний аналіз туристичного ринку, тур вихідного дня. Наприклад: **акваторія морського порту** (портова акваторія) – визначена межами частина водного об'єкта (об'єктів), крім суднового ходу, призначена для безпечного підходу, маневрування, стоянки і*

відходу суден: «У цьому ж контексті уряд сьогодні ухвалює рішення про розширення **акваторії морських портів** на Дунаї: [https://www.epravda.com.ua]»; **додаткові туристсько-екскурсійні послуги** – послуги, які не передбачено ваучером, або путівкою: «**Додаткові послуги** охоплюють: послуги з організації екскурсій та дозвілля; послуги страхування туристів; послуги гідів, гідів-перекладачів; право користування пляжем тощо [https://library.if.ua]; «**міжнародний туристичний ваучер** – унікальна система, яка вперше поєднала ваучер з офіційним платіжним документом у якості його інтегральної частини. Цей ваучер має такі переваги: гарантія отримання комісійних наперед; зменшення витрат при обміні валюти; скорочення паперової роботи та забезпечення бронювання навіть залізничних квитків»: «**Міжнародний туристичний ваучер** затверджений Всесвітньою Федерацією Асоціацій Туристичних Агентств (ФУААВ), національними асоціаціями, що входять у федерацію, представниками турагентств і схвалений Міжнародною готельною асоціацією, ланцюгами міжнародних готелів, незалежних готелів і урядових закладів в усьому світі. [https://tourlib.net]».

Отже, ці терміни є складними (багатокомпонентними), складаються з різних частин мови. Для проведення лінгвістичного аналізу цих слів необхідно розглянути їх будову та морфологічний склад. Вони можуть включати такі частини мови як іменники (*акваторія, порт, вагон, готелі, центр, околиці, аеропорт, екіпаж, маршрут, керівник, групи, дітей, ваучер, рекламник, послуги, програма, подорожі, документ, ринку, потенціал, тур вихідного дня*), прикметники (*туристський, самодіяльний, спеціальний, регіональний, рекреаційно-туристське, студентський, ситуаційний, круговий, ознайомчий, морського, пасажирський, додаткові, повітряного, туристської, міжнародний і так далі*) та інші частини мови.

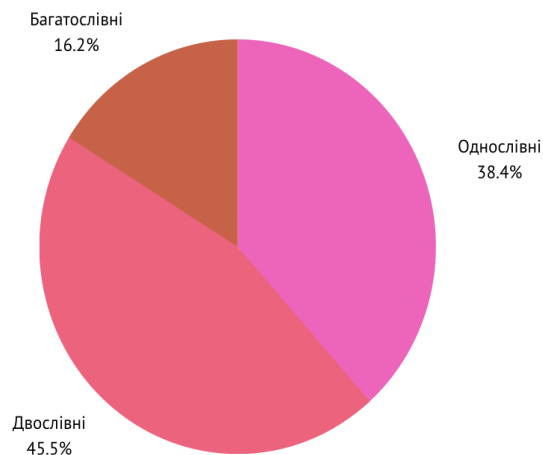


Рисунок 4. Співвідношення туристичних термінів за будовою

Таким чином, можна зробити висновок, що з проаналізованих термінів найбільша кількість двослівних (45,5%) та однослівних (38,4%). Це може бути пов'язано з тим, що такі терміни зазвичай короткі й легко запам'ятовуються та використовуються у туристичному секторі. Менша кількість — багатослівних (16,2%) (рис.4).

Враховуючи ці висновки, можемо стверджувати, що зрозумілість та легкість використання туристичних термінів є важливими аспектами у спілкуванні у сфері туризму.

Отже, терміносистема туризму є постійно оновлюваною, відкритою та динамічною системою, яка містить велику кількість термінів. Це обумовлено високою популярністю туризму як галузі, що перетворилася на перспективну економічну галузь. Оскільки термінологія туризму використовується як спеціалістами, так і безпосередніми користувачами її послуг, вона базується на загальноживаних словах, доповнених специфічними термінами. Значну частку в цій терміносистемі становлять запозичення з різних мов, особливо англійської, проте трапляються також запозичення з французької, німецької та інших мов.

2.4 Новітні терміни туристичної галузі

Туристичні терміни – це система, яка постійно оновлюється та охоплює велику кількість понять, пов'язаних із туризмом. Ця система постійно поповнюється новими термінами, які відображають сучасні туристичні тенденції та інновації в галузі подорожей [23, с. 98].

Туризм є однією з галузей світової економіки, які найшвидше зростають і стимулюють появу нових підходів та концепцій у сфері туристичних послуг. Внаслідок цього з'являються нові поняття та терміни, які визначають нові форми та типи туризму, нові туристичні ресурси, нові способи організації та просування туристичних послуг [28, с. 3].

Таким чином, туристичні терміни є не тільки інструментом для спілкування та обміну інформацією у галузі туризму, але й показником розвитку цієї галузі. Вони відображають динамічний характер туристичної індустрії та надають можливість розуміти та адаптуватися до постійних змін у сфері подорожей.

Отже, туристичні терміни є важливим інструментом для орієнтації у сучасному туристичному світі та використовуються для визначення нових тенденцій та концепцій у галузі туризму. Їхнє постійне поповнення свідчить про постійний розвиток та зростання цієї галузі, що робить їх невід'ємною складовою сучасного туристичного досвіду [29, с. 243].

Серед найновіших термінів сфери туризму виділяємо наступні лексичні одиниці з такими лінгвістичними характеристиками:

Баллонінг – тури на повітряних кулях: «Унікальним, але і дорогим видом повітряних подорожей, є баллонінг, або тури на повітряних кулях [<http://www.investplan.com.ua>]».

1. **За походженням:** *баллонінг (прохід), маршрут (нім. хід і шлях).*
2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Глемпінг – стиль кемпінгу зі зручностями та, в деяких випадках, послугами в курортному стилі, які зазвичай не асоціюються з «традиційним» кемпінгом: «Глемпінг – це варіант відпочинку на природі з максимальним рівнем комфорту [<https://vidpochivai.com.ua>]

1. **За походженням:** *термін глемпінг в перекладі з англійської означає «гламурний кемпінг» (glamour camping).*
2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Дигерство — дослідження підземних споруд: «З того часу Кирило написав кілька книжок про київські підземелля, дигерський рух та сталкерів в Чорнобильській зоні [<https://nashkiiev.ua>]

1. **За походженням:** *Слово «дигер» – англійського походження. Його корінь «dig» перекладається як копати.*
2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Джетлаг — це наслідок розбіжності біологічних ритмів людини з сонячною добою в країні прибуття: «Джетлаг біологічних ритмів – сигнал неблагополуччя [<http://medbib.in.ua>]

1. **За походженням:** *похідне від англійської: jet — «реактивний літак» і lag — «запізнювання».*
2. **За об'єктом найменування:** *назви процесів в туризмі.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Джайлоо-туризм — це проживання в племені, в якому зберігся первісний лад без всяких благ цивілізації чи далеко від обжитих місць серед аборигенів, що живуть натуральним господарством: «*Джайлоо-туризм не потребує від відпочивальників детального вивчення місцевих звичаїв, ритуалів та побуту, а пропонує поринути в них, відчувати себе одним із членів місцевої спільноти [<https://conf.ztu.edu.ua>]*

1. **За походженням:** *джайлоо-туризм є комбінацією двох слів: «джайлоо» і «туризм». Слово «жайлоо» [dʒaɪlɔː], що значить альпійський*

луг, гірське пасовище. Слово «туризм» походить від французького слова «tourisme».

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.

3. **За будовою:** однослівний

Дайв-сафарі — морська подорож з метою дайвінгу: «Тому коли чоловік заговорив про **дайв-сафарі**, на яке він вже їздив і на яке хотів би поїхати знову, але обов'язково зі мною, я сказала «поїдемо») [<https://alp.com.ua>]].

1. **За походженням:** дайв-сафарі – це термін, який походить від англійського словосполучення «divesafari». Слово «dive» означає занурення під воду з метою розваги або дослідження морського середовища. Слово «safari» в оригіналі походить з суахілі і означає «подорож». Вперше це слово було введено в англійську мову в XIX столітті.

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.

3. **За будовою:** однослівний.

Інфільтрація — вид туризму, який характеризується проникнення на території, що охороняються, а також території чинних промислових зон та зон, не створених для перебування в них: «Інфільтрація – це природний повітрообмін у приміщенні крізь щілини, пори [<https://slovnuk.ua>]].

1. **За походженням:** термін, що походить з латинської мови. Етимологічно він походить від слова «infiltrare», що означає «проникнути», «потрапити всередину».

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.

3. **За будовою:** однослівний.

Гетто-туризм — відвідування бідних районів великих міст: «Гетто-туризм є новачком у цьому списку, зародившись на початку 2000-х років [<https://tv-news.dp.ua>]].

1. **За походженням:** Слово «гетто» походить від італійського слова «ghetto», яке означає «окрема квартира» або «квартал». Слово «туризм» виникло від французького слова «tourisme», що має значення «подорожі, подорожні».

2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*

3. **За будовою:** *однослівний.*

Сноркелінг — плавання в екіпіровці, ластах, масці і з трубкою: «Для споглядання підводних красот Вам перш за все знадобиться підводна маска для снорклінгу» [<https://katrangun.com.ua>].

1. **За походженням:** *від німецького «Schnorchel» - дихальна трубка.*

2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*

3. **За будовою:** *однослівний.*

Сурвівалізм — виживання в екстремальних умовах: «Перше правило сурвіваліста – мати наплічник «важливо необхідного»: документи, запас їжі, перші необхідні речі [<https://otiumportal.com>].».

1. **За походженням:** *етимологічно лексема «сурвівалізм» складається з поєднання англійського слова «survive», що означає вижити, та суфікса «-ізм», який вказує на властивість або напрямок. Українською мовою застосовуються похідні слова «сурвіваліст» (прихильник сурвівалізму) та «сурвівалістичний» (що відноситься до сурвівалізму);*

2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*

3. **За будовою:** *однослівний.*

Постпаломництво — відвідування занедбаних десакралізованих об'єктів релігійного вшанування: «постпаломники – ці подорожують церквами, монастирями та замками [<https://spzh.news/ua>].».

1. **За походженням:** *постпаломництво є похідним словом від паломництво. Лексема паломництво походить від слова «паломник», що означає людину, яка здійснює паломництво, тобто подорож з релігійною метою, зазвичай до святого місця або храму. Суфікс «-ств-» в українській мові є суфіксом, який утворює іменники від прикметників або дієслів і вживається для позначення абстрактних понять, які виражають стан, властивість, якусь якість, дію, процес. Тому постпаломництво означає стан або процес після паломництва або стан людини, яка повернулася від паломництва. Етимологічно слово «паломник» походить від давньогрецького*

слова «περιήγημα» (*periegematos*), яке в перекладі означає «той, хто обходить, проходить» або «той, хто обживає, проникає». Це слово є похідним від дієслова «περιέρχομαι» (*perierchomai*), що означає «ходити навколо» або «проникати всередину».

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.
3. **За будовою:** однослівний.

Овертуризм — це туризм, що впливає негативно на природу, культуру та економіку відвідуваних місць. Це тип туризму, коли туристи несвідомо або небажано перевищують межі прийнятого туристичного напливу, що призводить до негативних наслідків для природи, місцевого населення та інфраструктури країни: «Якщо на початку 2010-х про овертуризм говорили лише мандрівники, то тепер – це слово, яким можна назвати не лише міста чи спосіб подорожі, але й цілі країни [<https://inspired.com.ua>]».

1. **За походженням.** Лексема «овертуризм» походить від англійського терміна «overtourism», який був запроваджений у 2012 році. Складається він з двох компонентів: «over» (означає «перевищення», «надмірність») та «tourism» («туризм»). Разом ці слова утворюють поняття надмірного чи надлишкового туризму.

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.
3. **За будовою:** однослівний.

Ретрит-тур — це подорож, головна мета якої – самопізнання, духовний чи фізичний розвиток і самовдосконалення, а також відновлення життєвої енергії: «Програма ретрит-подорожей – це медитації, різні практики та вільний час для роздумів [<https://otiumportal.com>]».

1. **За походженням:** Спочатку розглянемо слово «ретрит». Його коренем є латинське слово «retreatus», що означає «відступити». У середньовіччі це слово вживалося для позначення римських монастирських осель, які знаходилися віддалено від міст, у відвідуваних місцях. Саме тут монахи перебували на самоті і присвячували час молитві та медитації. Зараз слово «ретрит» використовується для позначення періоду віддалення від

рутини та розрядки, зокрема для духовного відпочинку та відновлення. Друга частина слова, «тур», походить від англійського слова «tour». «Тур» означає подорож багатоденною екскурсією або мандрівкою. Це слово широко використовується в туристичній індустрії для позначення організованих поїздок до різних місць.

2. **За об'єктом найменування:** вид туризму.
3. **За будовою:** однослівний.

Руфінг — прогулянки дахами: «Руферами називають людей, котрі захоплюються спогляданням видів, що відкриваються з міських дахів, труб та веж [<https://galka.if.ua>]

1. **За походженням.** Слово «руфінг» походить від англійського слова «roof» (дах) та суфікса «-ing». «Руфінг» є англіцизмом, тобто запозиченим словом з англійської мови. Слово «roof» утворене від середньоанглійського «roof», яке походить від давньоанглійського «hroof». У східногерманських мовах це слово мало значення «накривний матеріал», що пізніше стало означати «дах». Давньоанглійське слово «hroof» має спільну індоєвропейську основу з латинським «garrit» (панцир) та давньовірньюіндійським «grāpas» (отвір). Суфікс «-ing» в англійській мові є продуктивним і використовується для утворення інфінітивних форм дієслів, а також для утворення іменників, прикметників та прислівників.

2. **За об'єктом найменування:** назва туристичних маршрутів.
3. **За будовою:** однослівний.

Сталкерство — проникнення туристів або туристичних груп на заборонені або небезпечні території, такі як забруднені радіацією, зруйновані або заборонені для відвідування об'єкти: «Гра посприяла героїзації образу «сталкера» та викликала інтерес у молоді до реальних походів у Зону [<https://eprints.oa.edu.ua>]

1. **За походженням.** Сталкер — людина, що добре орієнтується в зоні чорнобильської аварії. Від англ. *stalking* від *stalk* — «переслідувати», «підкрадатися».

2. **За об'єктом найменування:** *вид туризму.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Філантуризм — один із варіантів волонтерського туризму, за якого мандрівники свідомо обирають місце для власного відпочинку з метою підтримки місцевих громад, усвідомлюючи, що витрачені на подорож кошти сприятимуть підтримці локальної економіки, заходів, проєктів: «Для філантуристичних подорожей, як правило, обирають маловідомі туристичні напрями, що не мають масових туристичних потоків [<https://tourlib.net>]».

1. **За походженням.** *Лексема «філантуризм» походить від грецького композита «φίλος» (philos), що означає «друг» або «любитель», та «ἄνθρωπος» (anthropos), що перекладається як «людина». Комбінація цих слів створює термін «філантропія» (philanthropia), який означає «любов до людей» або «здатність до благодійності». Українське слово «філантуризм» було сформоване на основі англійського слова «philanthropy». Таким чином, слово «філантуризм» походить від грецьких та англійських коренів, які виражають поняття «любов до людей» та «друзів», і використовуються для позначення підтримки, піклування та розвитку мистецтва, культури і благодійності.*

2. **За об'єктом найменування:** *назва процесів у туризмі.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

Фрірайд — спуск на лижах поза трасою: «Фрірайд – це свобода! Свобода залишити першим свою лінію на засніженому незайманому схилі. Свобода спускатися там, де хочеш і як хочеш [<https://kuliarpohod.com/ua>]».

1. **За походженням.** *Слово «фрірайд» має англійське походження і складається з двох частин: «free» (вільний) і «ride» (їзда). Словосполучення «freeride» означає вільну поїзду або безкоштовне пересування, яке може мати як позитивне, так і негативне значення.*

2. **За об'єктом найменування:** *назва процесів у туризмі.*
3. **За будовою:** *однослівний.*

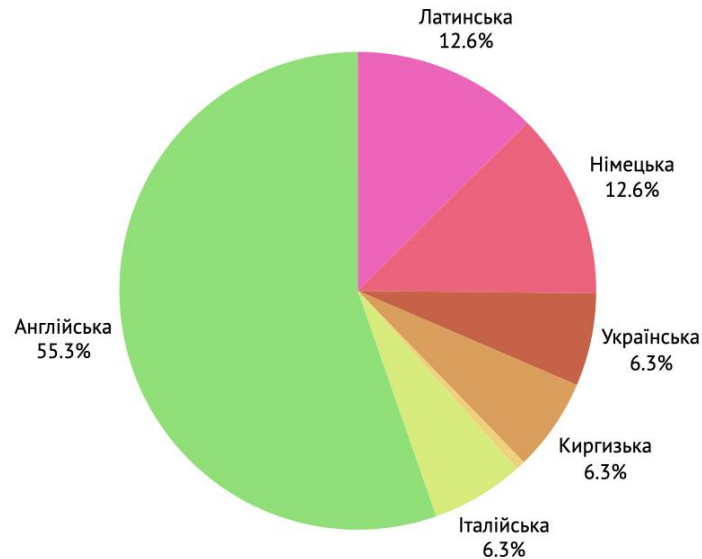


Рисунок 6. Етимологія проаналізованих новітніх туристичних термінів

Висновок цього дослідження полягає в тому, що в сучасній мові з'являються нові терміни, які відображають зростання інтересу до активного туризму і незвичайних видів дозвілля (рис.6). *Баллонінг, глемпінг, дигерство, джетлаг, джайлоо-туризм, дайв-сафари, інфільтрація, сталкерство, сноркелінг, сурвівалізм, гетто-туризм, постпаломництво, овертуризм, ретрит-тур, руфінг, філантуризм, фрірайд* – це нові терміни, які описують різні види активного відпочинку та мандрівницькі тренди. Ці слова можуть використовуватися для розмови про нові способи відпочинку та для позначення специфічних форм туризму. Вивчення таких лексичних одиниць допомагає розширити наше розуміння сучасної культури та інтересів суспільства. Як бачимо, найбільша кількість слів походить з англійської мови, менше – з грецької, німецької та латинських мов.

Висновки до розділу II

Отже, у другому розділі проаналізовано терміни туризму за такими ознаками:

1. За походженням;
2. За об'єктом найменування;
 - назви видів туризму;
 - назви й особливості туристичних маршрутів;
 - найменування туристів;
 - назви підприємств, які надають послуги в туристичній сфері;
 - найменування працівників туристичної індустрії;
 - назви на позначення туристичних формальностей;
 - найменування різних понять у транспортному сегменті;
 - найменування в сегменті організації проживання та харчування;
 - назви в сегменті організації дозвілля;
3. За будовою (однослівні, двослівні, багатослівні).

Можемо зробити наступні висновки: за походженням найбільше термінів англіцизмів (36,8%) та слів комбінованого походження (22,1%), оскільки більшість слів дво- або багатослівні. Таким чином, англійська мова стала вагомим джерелом нових термінів у сфері туризму завдяки її географічному поширенню, відповідному лідерству у сфері інновацій та технологій, активній міжнародній співпраці та стандартизації.

Щодо об'єктів найменування:

1. Найбільшу кількість слів становлять терміни, пов'язані з транспортним сегментом туризму, що складає 27,4% від загальної кількості слів.
2. Друге місце за кількістю займають терміни, пов'язані з різними видами туризму, які складають 18,3% від загального обсягу слів.
3. Терміни, що є назвами туристів, становлять найменшу кількість слів – тільки 3%.

За будовою вони складаються переважно з двослівних і однослівних слів. Це може пояснюватися їх короткими і легкими запам'ятовуваннями, що є важливою характеристикою для спілкування у туристичній сфері.

Аналізуючи новітні терміни туризму (їх в роботі 20), зробили наступні висновки:

1. Сучасна мова постійно поповнюється новими термінами, пов'язаними з туризмом. Це свідчить про зростання інтересу до активного відпочинку та незвичайних видів дозвілля.

2. Українська мова досить активно запозичує та адаптує слова з англійської мови, що є результатом глобалізації та впливу міжнародних культурних трендів.

3. Вивчення нових термінів, пов'язаних із туризмом, допомагає розширити наше розуміння сучасної культури та інтересів суспільства.

4. Слова походять головним чином з англійської мови, а менша кількість з грецької, німецької та латинської мов. Це свідчить про домінування англійської мови та її вплив на сучасний туризм.

ВИСНОВКИ

Отже, результати цього дослідження дають змогу зробити наступні висновки.

У сучасному світі туристичні терміни мають велике значення, оскільки допомагають орієнтуватися і визначати нові тенденції та концепції у галузі туризму. Неперервне поповнення цих термінів свідчить про постійний розвиток та зростання цієї галузі, що неможливо уявити собі сучасний туристичний досвід без таких слів. Безумовна необхідність використання цих термінів у повсякденній комунікації в сфері туризму.

Саме тому в першому розділі проаналізовано праці науковців: О.Б.Курило, О.Н.Синявського, І.І.Огієнка, Н.Ф.Клименко, Є.А.Карпіловської, Л.П.Кислюк, О.А.Стишова, Л.О.Симоненко, О. Павлової, В.Прими, Т.А.Подгурської, Л.В.Півньової, І.О.Фельцан, О.В.Зеленіна та інших.

З їхніх досліджень можна зробити висновок, що вивчення термінології туризму зацікавлює як мовознавців, так і фахівців у цій галузі, оскільки сучасні вимоги до підготовки працівників у туристичному бізнесі суттєво зростають. Тому використання туристичних термінів потребує ретельного аналізу та критичного осмислення, щоб забезпечити їх правильне використання у повсякденній комунікації в цій галузі. Функціональне значення кожного слова стає важливою вказівкою у забезпеченні успішної комунікації в туристичному сегменті, де має місце широка різноманітність професійної діяльності.

Отже, лексика туризму почала формуватися задовго до отримання статусу професійної діяльності під час першого етапу. У другому періоді створювалися перші туристичні організації, але поглиблення наукового осмислення понять туризму відбувалось дуже обмежено і мало відображення у лексикографічних джерелах. На третьому етапі, завдяки періодичним виданням та науковим працям, лексика туризму стала широко відомою і була описана у багатьох публікаціях. Найхарактернішою рисою четвертого етапу стало осмислення та виокремлення туризму як самостійного інституту правового регулювання, з великою кількістю специфічних термінів для його обслуговування.

Таким чином, у результаті аналізу розвитку термінології туризму виділено 5 етапів, кожен з яких вніс свої корективи у лексичний склад та сприяв розвитку досліджуваної терміносистеми під впливом суспільно-політичних змін.

Проте сучасна термінологія туризму досі не повністю розкрита. У другому розділі проаналізовано етимологію та значення туристичних термінів, також наведено українські відповідники. Обґрунтовано правопис іншомовних термінів та зазначено етапи запозичення та адаптації термінів в українській мові. З'ясовано, що багато сучасних термінів — англіцизми, проте не всі з них повністю асимілювались, оскільки не всі українці володіють англійською мовою, проте молодь використовує ці терміни для

кращого засвоєння іноземної мови. Деякі науковці стверджують, що терміни не мають українських відповідників для легкого запам'ятовування і також тому що ці слова стають «трендом»: більшість людей, які живуть у сучасному суспільстві, сприймають запозичені слова як престижні, «наукові», «звучні» слова.

У другому розділі наведено класифікацію туристичних термінів за походженням, з'ясовано основні джерела та шляхи, звідки можуть запозичуватися туристичні терміни. Така класифікація допомогла краще зрозуміти сутність туристичного словника та встановлювати паралелі і зв'язки між термінами різного походження.

Також з'ясовано, що певні терміни давно увійшли у туристичну термінологію та міцно у ній закріпились. Деякі з них перейшли у загальноповживану лексику.

Визначено, що найбільша частка слів — походження з англійської мови та слова комбінованого походження, що свідчить про те, що англійська мова як засіб комунікації є лідером у сфері інновацій та технологій у світі, також ця мова є мовою міжнародного рівня, тому найбільша кількість термінів саме цього походження. Вони формують більшу частину туристичної термінології, але не завжди є зрозумілі і не завжди використовуються в мовленні всього населення, крім молоді, яка активно впроваджує ці слова до свого вжитку, та людей, які працюють в галузі туризму.

Також важливо відзначити, що багато сучасних європейських мов мають основу в давньогрецькій та латинській мовах. Тому навіть якщо слова запозичуються з французької мови, наприклад, вони часто мають латинське походження. Загалом, використання слів з латинської, французької та англійської мов у туризмі є результатом історичних, міжнародних та практичних підходів, які полегшують і роблять більш зрозумілим спілкування у цій галузі.

Щодо комбінованого походження, з'ясовано, що тут найбільша частка поширених термінів дво- та багатослівних. У таких сполуках перший компонент-прикметник називає ознаку, тобто характеризує послугу, яку надають, а другий компонент-прикметник називає явище або предмет. Більшу частину таких сполук складають сурядні словосполучення. Тут майже усі терміни цілком запозичені, лише деякі з них мають комбіноване походження. Також найбільша частка проаналізованих слів – це терміни з транспортного сегменту.

У другому розділі також проаналізовано близько 40 найновіших туризму, які раніше не досліджували та не так часто використовували. Визначено, що більшість слів походить з англійської та німецької мов, найменше — з української, киргизької та грецької. Це пов'язано з тим, що англійська мова зараз має найбільший вплив на всі сфери життя, в тому числі на туризм. Також з'ясовано, що більшість нових слів – це види туризму.

Можна сказати, що туристичні терміни відображають не тільки комунікацію та обмін інформацією у сфері туризму, але і свідчать про розвиток цієї галузі. Саме тому вони вказують на постійно змінний характер туристичної індустрії та дозволяють розуміти та адаптуватися до нововведень у сфері подорожей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамець І. В. Стилїстика сучасної української мови. Київ, 2012. 191 с.
2. Базиляк Н., Матвіяс О., Романчук О. Комплексні фразеологічні одиниці у термінологічній системі галузі туризму. Київ. 2013. 294 с. URL: <https://lingvj.oa.edu.ua> (дата звернення 15.09.23).
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 344 с.
4. Бадан-Яворенко А.О. Словник чужомовних слів. Київ: Українська радянська енциклопедія. 1932. 532 с.
5. Беснова Н.В., Проценко В.М. Книга вчителя географії: довідково-методичне видання, Харків : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2005. 288 с.
6. Богданова Ж. А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Київ : Економічні науки. 2009. 197 с.
7. Безгодова Н. Співвідношення понять термінологія – професіоналізм – номенклатура: навчальний посібник. Львів. 2004. 463 с.
8. Біян Н. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів у галузі туризму в англійській мові: український науковий збірник. Київ. 2009. 149 с.
9. Гарбар Г. А. Гостинність в соціокультурній сфері туризму як головний предмет філософського аналізу: зб. наук. праць. Київ. 2009. 278 с.
10. Гимер Н. О. Терміни як основа фахової мови: Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. 2013. С. 89-93.
11. Гнатюк Л. Прагматичні й функціонально-комунікативні особливості іронії як засобу міжособистісного спілкування. Донецьк, 2010. 122 с.
12. Гончаренко Л. О. Функціональний аспект запозичень. Київ. 2010. 301 с.

13. Горлачова В. В. Структура семантичного поля кольоропозначень у сучасному рекламному дискурсі: навч. посібн. Дніпро, 2014. 719 с.
14. Городенська К. Г. Проблема словотвірної ідентичності в українській термінології. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Київ. 1998. 135 с.
15. Городенська К. Г. Нові запозичення і новотвори на тлі фонетичної та словотвірної підсистем української літературної мови. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Київ : КНЕУ, 2009. 316 с.
16. Гринда Ю. Утворення та характерні риси термінологічних одиниць фахової мови геодезії, кадастру та картографії. Наукові записки. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. 397 с.
17. Гриценко П. Ю. Симоненко Л. О. Українська термінологія і термінографія на етапі розбудови: Зб. наук. праць наук. конф. "Українська наукова термінологія: стан та перспективи". Київ : Наук. думка. 2008. 16 с.
18. Денисова С. П. Типологія категорій лексичної семантики. Київ: Вид-во Київського держ. лінгвістичного ун-ту, 1996. 294 с.
19. Дехтяр В.Д. Основи оздоровчо-спортивного туризму: навч. посіб. для закладів освіти. Київ: Науковий світ. 2003. 203 с.
20. Дьорова Т.А., Федорченко В.К. Історія туризму в Україні: навч. посіб. Київ : Вища шк., 2002. 195 с.
21. Енциклопедія. Українська мова: вид. 2 / редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк, Є. А. Карпіловська. Київ: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. 820 с.
22. Занько Ю., Ковальчук А. Проблеми термінології у дослідженнях релігійного туризму: вісник Львівського університету. Харків. 2002. 238 с.
23. Заніздра Н. О., Заніздра В. В. Напрями сучасного мовознавства: Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського. Випуск 2/2008 (49). Ч. 1. 24 с.
24. Зоря Г. С. Термінологія та професійно-сленгова лексика медіа індустрії Наукові записки Інституту журналістики, 2009. Том 36. Липень–вересень. 39 с.

25. Ільницька Л. Мовленнєві засоби підвищення ефективності сугестивного впливу. Лінгвістика ХХІ ст.: нові дослідження і перспективи. Київ : Логос, 2007. 135 с.
26. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія: поняття і терміни: навч. посіб. Луцьк : Терези, 2004. 104 с.
27. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія: поняття і терміни: Луцьк : Терези, 2004. 104 с.
28. Калашник. В. С. Професійна туристична лексика: навч. посіб. Харків : Прапор, 2005. 992с.
29. Калетнік А. А. Фахова мова та мова спеціального призначення: до історії формування понять. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. 2013. Випуск 26. 90 с.
30. Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П., Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. Київ: Видавн. дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
31. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посіб. Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. 344 с.
32. Кияк Т.Р. Прагматичні аспекти стандартизації української термінології : Мовознавство. 1993. 38 с.
33. Ковальчук А. Формування понятійно-термінологічного апарату релігійного туризму і паломництва: вісник Львівського університету. Львів. 2012. 99 с.
34. Крижанівська А. Як відрізнити термін від нетерміна. Культура слова. 1984. Випуск 27. 169 с.
35. Ліпінська В.В. Особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму: вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”. Київ. 2014. 43 с.

36. Малевич Л. Д. Термінологічне запозичання: причини, джерела, функції: зб. наук. пр. Київ : КНЕУ, 2005. 61 с.
37. Марусин Н. Ю. Словник готельно-ресторанних термінів: посібник для студентів напряму підготовки «Туризм» Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 80 с.
38. Мельник В. І. Туристична термінологія. К. : Івано-Франківськ : Плай, 2007. 254 с.
39. Морозов С. М., Шкарапута Л. М. Словник іншомовних слів. Київ : Наук. думка, 2000. 680 с.
40. Мотрук В. П. Функціонування лексичних одиниць у науковому тексті: Київ, 2012. 90 с.
41. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. Київ : Ліра. 2005. 520 с.
42. Наконечна Г. В. Українська науково-технічна термінологія: навч. посіб. Львів : Кальварія, 1999. 110 с.
43. Пазенок В. С. Туризмологія: Концептуальні засади теорії туризму: науково-навчальне видання. Київ : КУТЕП, 2008. 825 с.
44. Павлова О. Терміни, професіоналізми і номенклатурні знаки (до проблеми класифікації спеціальної лексики): вісник Національного університету «Львівська політехніка». Львів. 2008. 54 с.
45. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навчальний посібник. Київ : Академ. видав., 2010. 248 с.
46. Пасинюк В. Г. Основи культури мовлення: навчальний посібник. ХНУ імені В. Н. Каразіна. Харків. 2011. 228 с.
47. Погребецький М. В. Туризм і краєзнавство: навчальний посібник. Харків. 2012. 126 с.
48. Перішко І. В. Сучасні тенденції формування лексики у сфері туристичних послуг. Київ. 2014. 176 с. URL: <http://molodyvcheny.in.ua> (дата звернення: 10.09.23)

49. Пиптенко З. І. Словник чужих слів, що вживаються в українській мові. Київ : Поступ, 1918. 256 с.
50. Півньова Л. В. Поняття «туристичні формальності» : історико-лінгвістичний аспект вивчення: науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту: зб. наук. праць. Чернівці : Видавничий дім “РОДОВІД”, 2014. 159 с.
51. Подгурська Т. А. Українська туристична термінологія на позначення реалій готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. Київ. 2016. 293 с. URL: <https://core.ac.uk> (дата звернення: 25.08.23)
52. Прима В. Лінгвістичні терміни відпочинку англомовних туристичних путівників по Україні: вісник Маріупольського державного університету. Київ. 2012. 144 с.
53. Симоненко Л. О. Українська наукова термінологія: стан та перспективи розвитку. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. пр. Київ: КНЕУ, 8 с.
54. Словник української мови: в 20 т. / уклад.: І. В. Шевченко та ін.; наук. ред. О. О. Тараненко. Київ: УМІФ, 2014. Т. 5. 991 с.
55. Словник української мови: в 11 т. / редкол.: І. К. Білодід та ін., АН Української РСР, ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. Київ: Наукова думка, 1973. Т. 4. 839 с.
56. Словник української мови: в 11 т. / ред. П. Й Горецький, А. А. Бурячок та ін; редкол.: І. К. Білодід та ін., АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1970. Т. 1. 827 с.
57. Словник української мови: в 11 т. / редкол.: І. К. Білодід та ін., АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1971. Т. 2. 547 с.
58. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 372 с.
59. Сокол Т. Поняттєво-категоріальний апарат спеціальних дисциплін професійної підготовки менеджерів туристичної індустрії : навч. посіб. Київ. 2017. 234 с. URL: <http://www.nbu.gov.ua> (дата звернення: 20.08.23)

60. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): навч. посіб. Київ : Пугач, 2005. 388 с.
61. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.
62. Степанчук О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. 713 с.
63. Тарнавська М. І. Актуальні проблеми сучасного туризму : зб. ст. Київ : Ленвіт, 2014. 232 с.
64. Тейтель І. В. Виставочна справа. Харків : Держ. вид-во України, 1927. 156 с.
65. Тополя В. Г. Основи туризму: навчальний посібник. ХНУ імені В.Н. Каразіна. Харків. 2012. 256 с.
66. Тоскач Г. М. Лінгвістика: Навч. посіб. для студентів серед. і вищ. навч. закладів. Вид. 3-ге, перероб. і доп. Київ : Ін Юре, 2010. 438 с.
67. Угринчук Н. В. Етимологія іншомовних слів: Монографія. Київ : Рута, 2012. 347 с.
68. Урбанович Б. М. Курс української мови. Київ : Рад. школа, 2013. 543 с.
69. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: навч. посіб: Київ : Вища шк., 2002. 95 с.
70. Федорович М. Я. Сучасна українська літературна мова. Київ : Вища школа, 2009. 445 с.
71. Федорець С. А. Англійські запозичення в мові сучасної української реклами : автореф. дис. канд. філол. наук. Харків, 2005. 18 с.
72. Філянський М. Короткий путівник. Харків : Держ.вид-во України, 1928. 350 с.
73. Фуртас К. Ф. Синтаксис української мови. Київ : ВЦ Академія, 2005. 428 с.

74. Фунич З. А. Українська риторична термінологія: історія і сучасність : монографія: Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. 216 с.
75. Хома І. О. Семантичне та словотвірне освоєння новітніх запозичень в українській мові : дис.канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2015. 432 с.
76. Ходунов Я. В. Тенденції засвоєння та розвиток семантики англізмів у сучасній українській мові : Київ, 2012. 120 с.
77. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.
78. Шовгун Н. О. Формування українського сленгу в мовленнєвій діяльності малих соціальних груп. Київ : Видавництво Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 2000. 234 с.
79. Шпарик М. Культура української мови : навч. посібник. Київ, 2015. 251 с.
80. Шпеник Т. К. Європейська практика функціонування закладів сільського зеленого туризму: підручник. Львів: Знання. 2012. 345 с.
81. Щупак Н. В. Туризмологія. Київ. 2013. 321 с.
82. Щербик Н. С. Основи мовознавства: підручник. Львів : Знання, 2012. 123 с.
83. Щербань В.С. Теорія туристичних термінів: підручник: Київ : Либідь, 2012. 345 с.
84. Целюх А. П. Туристична термінологія: Київ, 2019. 234 с.
85. Цалко Г.О. Українська мова: навчальний посібник. Львів: 2016. 432 с.
86. Яременко О. С. Етимологія українських слів. Львів. 2014. 134 с.
87. Яцура Л. П. Туризм 20 століття: навч. посіб. Київ : Вища школа, 2012. 320 с.
88. Яблонська С. Я. Проблеми туристичного бізнесу. Київ : Довіра, 2002. 217 с.

89. Янів В. С. Зародження і розвиток української мови. Київ: "Освіта", 2013. 346 с.

ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА

1. Агенція новин «Галка». URL: <https://galka.if.ua> (дата звернення: 10.09.23)
2. Букліб URL: <https://buklib.net/book> (дата звернення: 01.09.23)
3. [Вільний тлумачний словник: новітній онлайнний словник української мови.2013-2018](http://sum.in.ua).URL: <http://sum.in.ua> (дата звернення: 03.09.23)
4. Відпочинок в Україні. URL: <https://vidpochivai.com.ua> (дата звернення: 05.09.23)
5. Вектор новин. URL: <https://www.vectornews.net> (дата звернення: 06.09.23)
6. Все про будівництво: Київ-град.URL: <http://kievgrad.info> (дата звернення: 08.09.23)
7. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: <https://tourlib.net> (дата звернення: 20.09.23)
8. Геотуризм. URL: <https://geonews.com.ua/geoturizm> (дата звернення: 15.09.23)
9. Географічний факультет. Львівський національний університет ім. Івана Франка URL: <https://geography.lnu.edu.ua> (дата звернення: 11.09.23)
10. «Економічна правда» URL: <https://www.epravda.com.ua> (дата звернення: 13.09.23)
11. Інтернет-видання мережі готелів Reikartz Hotel Group URL: <https://blog.reikartz.com> (дата звернення: 11.09.23)
12. Інтернет-сайт «Вікна» URL: <https://vikna.if.ua> (дата звернення: 14.09.23)
13. Інтернет-магазин Alp – спорядження для туризму та кемпінгу URL: <https://alp.com.ua> (дата звернення: 09.09.23)
14. Журнал «Інвестиції: практика та досвід» URL: <http://www.investplan.com.ua> (дата звернення: 03.09.23)

15. Клуб туристів «Кулуар» URL: <https://kuluarpohod.com/ua> дата звернення: 16.09.23)
16. Комплекс «Алігатор» URL: <https://alligator.te.ua> (дата звернення: 10.09.23)
17. Конференції державного університету «Житомирська політехніка» URL: <https://conf.ztu.edu.ua> (дата звернення: 18.09.23)
18. Міністерство у справах ветеранів. URL: <https://mva.gov.ua/ua> (дата звернення: 19.09.23)
19. Медична бібліотека URL: <http://medbib.in.ua> (дата звернення: 17.09.23)
20. Молодіжний туризм. URL: <https://mtourism.com.ua> (дата звернення: 15.09.23)
21. Навколо світу: туристичний сайт. URL: <https://navkolosvitu.net.ua/hostel> (дата звернення: 12.09.23)
22. Новини, афіша та події Києва URL: <https://nashkiev.ua> (дата звернення: 05.09.23)
23. Туристичний центр «Атлантик-тур». URL: <https://www.atlantic-tour.com.ua> (дата звернення: 10.09.23)
24. Портал з різноплановим контентом. URL: <https://t1.ua/porady> (дата звернення: 23.09.23)
25. Словник.ua URL: <https://slovnyk.ua> (дата звернення: 22.09.23)
26. СПЖ «Спілка православних журналістів» URL: <https://spzh.news/ua> (дата звернення: 25.09.23)
27. Туристичний оператор «Альф» URL: <https://alf.ua> (дата звернення: 24.09.23)
28. Туристичний оператор «Відвідай» URL: <https://vidviday.ua> (дата звернення: 23.09.23)
29. TV NEWS об'єктивно, оперативно про головне URL: <https://tv-news.dp.ua> (дата звернення: 26.09.23)

30. Цифровий архів Острозької академії URL: <https://eprints.oa.edu.ua>
(дата звернення: 28.09.23)
31. Шопінг-тури до Польщі URL: <https://www.shoptury.com> (дата
звернення: 28.09.23)

ДОДАТКИ

КАРТОТЕКА ТЕРМІНІВ

А

Аварійно-рятувальні роботи – система заходів, спрямованих на своєчасне подання допомоги потерпілим.

Авіаційний персонал – особовий склад авіаційного підприємства, організації, підрозділу, навчального закладу, що складається з авіаційних спеціалістів за професійною ознакою.

Авіачартер – це оренда турфірмою літака конкретної авіакомпанії на певний термін (один рейс, місяць, сезон або цілорічно)

Автосафарі-туризм – один з різновидів туризму, який має на меті відвідання важкодоступних та незаселених районівкраїн світу.

Авіатариф – фіксована ціна перельоту туриста в пункт призначення, яка залежить від відстані перельоту і, відповідно, витрати палива, типу літака, аеронавігації та якості обслуговування на борту.

Акваторія морського порту (портова акваторія) – визначена межами частина водного об'єкта (об'єктів), крім суднового ходу, призначена для безпечного підходу, маневрування, стоянки і відходу суден.

Анімація – комплекс туроперейтингу з розробки й надання спеціальних програм проведення вільного часу – досить часто проявляється в організації розваг і спортивного проведення дозвілля (додаткових анімаційно-сервісних програм) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг: спортивні ігри, змагання, танцювальні вечірки, карнавали, хобі, заняття, які входять у сферу духовних інтересів.

Ануляція – відмова туриста від поїздки..

Апарт-готель має номерний фонд від 100 до 400 кімнат з умовами, аналогічними до мебльованих кімнат, за цінами, що залежать від сезону та варіантів самообслуговування.

Б

Багажна квитанція – документ, що підтверджує зобов'язання авіакомпанії перед туристом за збереження багажу під час його перевезення в пункт призначення, видається під час реєстрації багажу.

Баллонінг— тури на повітряних кулях.

Берегове обслуговування – входить у вартість круїзу послуги, які надаються туристу під час стоянки судна в будь-якому порту.

Безмитне ввезення – дозвіл, яке дає туристу право при переході кордону перевезти з собою речі особистого користування без сплати ввізного мита.

Блок-чартер –оренда певної кількості місць в літаку на один або кілька рейсів.

Бонусна система – система преміювання, яку авіакомпанії використовують для заохочення своїх постійних клієнтів.

Ботель– готель на воді, який передбачає можливість використання різноманітних плавальних засобів для розміщення туристів.

Бронювання – закріплення за туристом місця в готелі, квитки на який-небудь вид транспорту або пропуску на захід.

Бюро обслуговування – бюро в готелі, яке надає жильцям інформаційні, фінансові, екскурсійні послуги, послуги з організації дозвілля та надання медичної допомоги.

Бунгало – будинок у вигляді легкої споруди з верандою.

В

Вагон безпересадковий – пасажирський вагон, який прямує до станції призначення з перепричепленням на шляху прямування до двох чи більше поїздів разом з пасажирами, що перебувають у вагоні.

Вагон пасажирський спеціальний – пасажирський вагон, який у встановленому порядку призначений до курсування на замовлення будь-якої юридичної або фізичної особи для перевезення групи пасажирів, багажу чи вантажобагажу.

Вагони пасажирські – вагони, призначені для перевезення пасажирів (багажні, вагони-ресторани, службово-технічні).

Валютний курс – ціна грошової одиниці однієї країни, виражена в грошових одиницях іншої країни, яка встановлюється фінансовими органами шляхом котирування.

Ваучер – документ, що підтверджує факт оплати туристом ряду послуг, наприклад, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування.

Віза – документ дає туристу право на законний перетин кордону тієї чи іншої країни, проживання або проїзд через її територію.

Г

Гарантоване резервування – це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнту отримання замовленого ним номера.

Гарячі тури– путівки з обмеженим терміном реалізації, що продаються зі знижкою.

Гід – людина, що супроводжує туриста протягом певного туристичного маршруту. В його обов'язки може входити як демонстрація пам'яток, так і турбота про побут туриста.

Геотуризм – прагне не завдавати шкоди навколишньому середовищу, закликає насолоджуватися унікальністю місць, сприяє відновленню історичних регіонів і навіть допомагає відновленню і процвітанню багатьох місцевих традицій.

Гетто-туризм — відвідування бідних районів великих міст.

Готелі в центрі міста – зазвичай це висотні споруди із закритою стоянкою для автомобілів у самому готелі або поруч з ним.

Готелі на воді – плавальні засоби, які обладнано під готель для розміщення та відпочинку туристів на березі моря, річки або озера.

Готелі на околиці міст і в аеропортах – як правило, споруди мало- або середньоповерхові з відкритою стоянкою для автомобілів, закладами відпочинку та розваг, банкетними залами, залами для конференцій, нарад.

Готель – підприємство, потужність якого становить не менше 10 місць (номерів), яке гарантовано може забезпечити послуги розміщення й харчування (в обсязі не менше сніданку) та надати інші послуги за заздалегідь обумовлену плату.

Глемпінг– стиль кемпінгу зі зручностями та, в деяких випадках, послугами в курортному стилі, які зазвичай не асоціюються з «традиційним» кемпінгом.

Д

Дайвінг - занурення з аквалангом під воду.

Дайв-сайти – цікаві для дайверів об'єкти, якими можуть бути як підводні ландшафти із затонулими об'єктами, так і живі організми, що живуть під водою.

Дайв-сафарі – морська подорож з метою дайвінгу.

Джайлоотуризм — це проживання в племені, в якому зберігся первісний лад без всяких благ цивілізації чи далеко від обжитих місць серед аборигенів, що живуть натуральним господарством.

Десинхроноз(джетлаг, англ. jetlag) — стан людини, що виникає в результаті швидкого перетину декількох часових поясів і, таким чином, утворення десинхронізації біологічних ритмів.

Дигерство— дослідження підземних споруд.

Додаткові туристсько-екскурсійні послуги – послуги, які не передбачено ваучером або путівкою, які доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

Договір франшизи – документ, за яким одна компанія надає іншій право користуватися її ім'ям як знаком якості послуг, що надаються.

Дорожній чек– платіжний документ, який можна перевести в готівку в будь-якому банку будь-якої країни світу.

Д'юті-фрі – магазини безмитної торгівлі, які знаходяться в аеропортах, а також на борту транспортних засобів, що здійснюють міжнародні рейси.

Е

Екіпаж повітряного судна – особи авіаційного персоналу, яким у встановленому порядку доручено виконання певних обов'язків з керування і обслуговування повітряного судна при виконанні польотів.

Експлуатант – особа, організація або підприємство, що експлуатує повітряні судна чи пропонує свої послуги в цій галузі.

Є

Євролайн – єдина асоціація 35 європейських автобусних компаній, яка пов'язує більше 20 міст Європи.

Євролайн пас – проїзний документ на автобуси асоціації Євролайн, за яким на певний термін пасажиром надаються вигідні знижки.

З

Зал очікування – спеціально обладнане приміщення вокзалу, призначене для тимчасового перебування пасажирів, які очікують відправлення чи прибуття поїзда.

Залізничний круїз – туристична поїздка в комфортабельному поїзді, який рухається по круговому маршруту і робить зупинки виключно для ознайомлення туристів з місцевими пам'ятками.

Замкнутий круговий маршрут – маршрут, коли подорож відбувається по замкнутому колу, тобто початковий пункт відправлення є одночасно і кінцевою точкою подорожі.

Зелений коридор – місце перетину кордону, де провозяться речі, які не підлягають митному декларуванню.

«Зелена картка» – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника.

І

Індивідуальний тур – тур для одного туриста або для невеликої туристичної групи, яка сама вибирає маршрут, розміщення, харчування, пересування по маршруту і екскурсії.

Індустрія туризму – сукупність взаємопов’язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту.

Інсентив-туризм — це поїздки, надані керівництвом фірми своїм співробітникам безкоштовно як заохочення за хорошу роботу.

Інтер-Райл– залізничний квиток, який надає туристу необмежену кількість поїздок всередині певної зони.

Інфільтрація — проникнення на території, що охороняються, а також території чинних промислових зон та зон, не створених для перебування в них.

К

Кайонінг – сплав по гірських річках і водоспадів без спеціальних плавальних засобів.

Камера схову – спеціально обладнане приміщення для короткочасного зберігання ручної поклажі, багажу пасажирів.

Караванінг-туризм – різновид автомобільного туризму з проживанням в автофургонах або автопричепках.

Каса багажна – окреме спеціально обладнане приміщення для оформлення перевезення багажу та вантажобагажу.

Каса квиткова – спеціально обладнане приміщення для оформлення проїзду пасажирів та повернення платежів за невикористані проїзні документи.

Картка прибуття – бланк, який турист заповнює після прибуття в іншу країну і здає співробітникам прикордонної служби.

Кафетерій – підприємство, в асортименті напоїв якого обов’язково є кава декількох найменувань, а також спиртні напої – ром, лікер, коньяк, які подаються до кави.

Кафе– заклад ресторанного господарства з широким асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Кемпінги – табори для автотуристів, які служать для ночівлі або нетривалого відпочинку.

Кемпер - турист, який відпочиває в наметовому таборі.

Керівник організованої групи дітей – відповідальна особа, призначена організатором перевезення дітей для їх супроводження.

Керівник туристської групи – особа, що є представником суб'єкта туристичної діяльності і виступає від його імені.

Кінотуризм — це подорожі, що мають на меті побачити та відвідати місця або декорації, які були використані в улюблених фільмах.

Клас – певний вид пасажирських місць в літаках, поїздах і на теплоходах, що відрізняється за ступенем зручності і комфортабельності.

Комбінований квиток – квиток, що дозволяє добиратися до пункту призначення на кількох транспортних засобах, наприклад «поїзд-літак» або «теплохід-автобус».

Комплексне обслуговування – комплекс туристичних послуг, який як правило включає в себе трансфер, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування та ін.

Купе змішане – купе, у яке здійснено продаж проїзних документів для осіб незалежно від статі (чоловічої, жіночої).

Купе сімейне– спеціально обладнане купе вагона з місцями для лежання.

Купе чоловіче (жіноче) – купе, у яке здійснюється продаж проїзних документів тільки для осіб чоловічої (жіночої) статі.

Курортний готель – може мати розмір 100–500 номерів, розташовується на березі моря, океану, озера, у гірській місцевості, зазвичай віддалений від міста.

Круїз – морська подорож.

Л

Лоукост– загальне найменування авіакомпаній, у яких частина або всі рейси вважаються бюджетними.

М

Маунтінбайкінг— спуск з гірських вершин по стежках на велосипедах, стає все більш популярним, незважаючи на дороге обладнання.

Маніфест – список пасажирів або членів команди водного виду транспорту із зазначенням їх паспортних даних.

Маркетинг – система управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і урахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку.

Маршрут замкнений – шлях прямування із транспортуванням туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

Маршрут кільцевий – шлях подорожі, який починається і закінчується в тому самому географічному пункті перебування.

Маршрут лінійний – шлях прямування, початок і закінчення якого припадають на різні географічні пункти перебування.

Маршрут пішохідний – тур з обов'язковою участю в багатодобових туристичних походах з різними активними способами пересування, тривалість яких становить не менше 25 % від тривалості туру.

Маршрут радіальний – шлях прямування, під час якого турист перебуває на туристичній базі (готелі), реалізуючи програму походів та екскурсій з одного туристичного центру (базиса).

Маршрут туристичний самодіяльний – шлях прямування групи туристів, мандрівників, який розробляється і організовується туристами самостійно.

Маршрутизація – розробка та впровадження нового туристичного маршруту, що є складовою туристичного продукту, туру та однією з важливих функціональних складових туроперейтингової діяльності.

Маршрут – заздалегідь спланований порядок переміщення туриста або транспортного засобу.

Міжнародний студентський квиток – документ, що підтверджує факт навчання туриста в тому чи іншому навчальному закладі і в зв'язку з цим надає йому деякі пільги при переміщенні і проживанні під час подорожі.

Міжнародний туристичний ваучер – унікальна система, яка вперше поєднала ваучер з офіційним платіжним документом у якості його інтегральної частини. Цей ваучер має такі переваги: гарантія отримання комісійних наперед; зменшення витрат при обміні валюти; скорочення паперової роботи та забезпечення бронювання навіть залізничних квитків.

Міні-бар – невеликий холодильник в номері готелю, де у вільному доступі знаходиться набір алкогольних і безалкогольних напоїв.

Мотель – готель для туристів, які подорожують на автомобілі. Як правило, мотелі знаходяться в безпосередній близькості від автомобільної траси, а на їх території знаходяться всі необхідні для обслуговування автотранспорту служби.

Морський круїз – подорож звичайно за замкнутим колом з радіальними поїздками до внутрішніх районів країни.

Н

Неорганізований туризм – туристична поїздка, організована самим туристом самостійно без будь-яких посередників.

Норма багажу – максимальний допустима для безкоштовного перевезення вага пасажирського багажу при авіаперельоті.

О

Овербукінг – це продаж більшої кількості місць, ніж насправді наявно в літаку, чи готелі, коли постачальник послуг (авіакомпанія, готель) приймає на себе зобов'язань більше, ніж може виконати.

Овертуризм – це туризм, що впливає негативно на природу, культуру та економіку відвідуваних місць.

Ознайомчий тур або «рекламник» - як правило, практично безкоштовний тур, організований для представників туристичних агентств з метою ознайомити їх з новим туристичним маршрутом або новим готелем.

Організатор туру – приватна особа або компанія, що займається в туристичній поїздки організаційною діяльністю – починаючи від вирішення побутових проблем туристів і закінчуючи організацією групи під час пересування на екскурсійному маршруті.

Організований туризм – подорож, організатором якої виступає туристична компанія.

Організована група пасажирів – належним чином зорганізована туристичною організацією або будь-якою юридичною чи фізичною особою група пасажирів у кількості 10 і більше осіб, які здійснюють спільну поїздку поїздом за однаковим маршрутом і з однією метою поїздки.

Орнітологічні тури — тур, який надають туристу для спостереження за птахами або метеликами.

II

Параглайдінг – політ на параплані, пристрої без мотора, висота польоту якого регулюється залежно від напрямку і сили повітряних потоків.

Парасейлінг – політ на парашуті, прив'язаному до катера.

Паркінг – платна або безкоштовна стоянка для автомобілів.

Пасажир транзитний – пасажир, що здійснює поїздку з пересадками і має проїзні документи на виїзд з пунктів пересадки, оформлені в пункті початкового відправлення.

Перевізник (учасник перевізного процесу) – суб'єкт господарювання, який відповідно до законодавства уклав договір перевезення з пасажиром, відправником вантажобагажу або замовником організованої групи пасажирів, та наступний(і) перевізник(и), що несе(уть) відповідальність на підставі даного договору.

Перевага багажу – вага багажу, що перевищує норму, встановлену транспортною компанією. Перевага вимагає додаткової оплати.

Підтвержене резервування – бронювання, що підтвержене спеціальним повідомленням, яке готель висилає клієнту або туристичному підприємству.

Пляжна зона – прилегла до краю води частина прибережної захисної смуги уздовж морів, навколо морських заток і лиманів з режимом обмеженої господарської діяльності.

План-карта – креслення розташування місць в купе або каютах; на плацкарті – додатковий проїзний документ на залізничному транспорті, який є додатком до квитка і дає право зайняти певне місце в поїзді далекого прямування.

Повітряне судно – літальний апарат, що тримається в атмосфері за рахунок його взаємодії з повітрям, відмінної від взаємодії з повітрям, відбитим від земної поверхні, і здатний маневрувати в тривимірному просторі.

Поїзд денний – поїзд, який сформований із вагонів, обладнаних місцями для сидіння 1-го, 2-го та 3-го класів з індивідуальною нумерацією.

Поїзд додатковий – пасажирський поїзд, не включений до поїздів цілорічного курсування.

Поїзд комерційний – пасажирський поїзд, призначений залізницею для перевезення пасажирів на замовлення юридичної або фізичної особи на договірних умовах.

Поїзд міський – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів та ручної поклажі (багажу) у міському сполученні з визначеною кількістю місць для сидіння.

Поїзд нічний – поїзд, який сформований з вагонів, обладнаних місцями для лежання – СВ, купейних (К) та плацкартних (ПЛ), з індивідуальною нумерацією місць.

Поїзд пасажирський – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів, багажу та вантажобагажу.

Поїзд підвищеного комфорту – пасажирський поїзд, сформований з вагонів типової або спеціальної конструкції, яким присвоєна категорія підвищеного комфорту.

Польотний купон – окрема частина авіаквитка, де вказана кінцева точка, куди авіакомпанії повинна доставити пасажера. Польотний купон обмінюється на посадковий талон.

Послуга транспортна – перевезення пасажирів та їхручної поклажі в усіх категоріях пасажирських поїздів та перевезення багажу, вантажобагажу у багажних вагонах.

Послуги розміщення – це конкретний заклад розміщення, який пропонується туристу в туристичному центрі на час подорожі.

Послуги FAST TRACK та FAST LINE – послуга прискореного проходження всіх формальностей в а/п вильоту, включаючи пріоритетну реєстрацію.

Посадковий талон – картка, яку видають пасажирам повітряного і водного транспорту.

Пором – вид великогабаритного водного транспорту, призначеного для перевезення людей, а також великих вантажів типу автомобілів, вагонів та ін.

Постпаломництво— відвідування занедбаних десакралізованих об'єктів релігійного вшанування.

Приаеродромна територія (прилегла до аеродрому зона контролю і обліку об'єктів та перешкод) – обмежена встановленими розмірами місцевість навколо аеродрому, над якою здійснюється маневрування повітряних суден.

Придорожні готелі – як правило, малоповерхові з відкритими автостоянками, ресторанами, наявністю мінімуму засобів для проведення зустрічей, іноді з басейном.

Програма туристичної подорожі – план заходів із зазначенням днів (дат) і часу перебування в пунктах зупинки на маршруті в готелі, режиму харчування, порядку відвідування місць туристичного інтересу з метою їх

огляду (екскурсії), проведення розважальних, спортивних заходів, який супроводжується характеристикою пересування на маршруті за допомогою вказаних у програмі внутрішньомаршрутних транспортних засобів.

Проїзний документ груповий – проїзний документ, оформлений для проїзду осіб, що прямують у складі організованої групи.

Проїзний документ дитячий – проїзний документ, оформлений для дитини з установленою законодавством знижкою.

Проїзний документ пільговий – проїзний документ, оформлений для особи, що має право на пільги з оплати вартості проїзду на підставі законодавства, та оформлений з відповідною знижкою вартості проїзду чи безплатно (безкоштовно).

Проїзний документ повний – проїзний документ, оформлений для проїзду дорослого пасажера за повну вартість відповідно до затверджених тарифів.

Р

Регіональний аналіз туристичного ринку – економіко-географічний аналіз факторів регіонального розвитку, який використовується для пізнання закономірностей і особливостей розвитку туризму в конкретних районах.

Резервування місць – виділення на певний час місць на підставі разового замовлення або договору, за заявками юридичних та фізичних осіб з подальшим оформленням проїзних документів у спеціалізованій касі.

Рекреаційна діяльність – індивідуальна (сімейна) або колективна форма організації відпочинку, спрямована на відновлення фізичних та духовних сил.

Рекреаційно-туристське природокористування – цілісна система відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного

потенціалу території (акваторії, аероторії) задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

Рекреаційно-туристський потенціал – сукупна продуктивність розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою: з метою відпочинку, лікування, туризму.

Рек-дайвінг – занурення з аквалангом до різних затонулих об'єктів.

Ретрит-тур — це подорож, головна мета якої самопізнання, духовний чи фізичний розвиток і самовдосконалення, а також відновлення життєвої енергії.

Референс – це підтвердження Міністерством закордонних справ України, видане суб'єкту туристичної діяльності України, про те, що його закордонні партнери (за угодами) будуть мати візову підтримку консульських установ України за кордоном при їх зверненні щодо оформлення туристичних віз іноземцям для подорожі в Україну.

Родтелі – пересувні готелі, вагон із одно- або двомісними кабінами, кожна з яких має санітарно-технічне обладнання, вентиляцію, персональне освітлення.

Ручна поклажа – особисті предмети або речі пасажирів, які перевозяться разом з ними.

Ручний багаж - багаж туриста, який при авіаперельоті можна без додаткової плати провезти з собою в салоні літака. Однак в цьому випадку за збереження багажу відповідає сам пасажир, а не авіакомпанія.

Руфінг— прогулянки дахами.

С

Сафари – туристична екскурсійна програма, в якій турист знайомиться з місцевою природою, флорою і фауною.

Сімейний план – знижки та спеціальні пропозиції в готелях для туристів, що відпочивають усією сім'єю.

Сервіс-центр – спеціально обладнане приміщення для обслуговування пасажирів в умовах підвищеного комфорту, надання їм додаткових послуг (оформлення проїзду на різні види транспорту, копіювання документів, користування засобами зв'язку, комп'ютерні послуги тощо).

Сертифікація послуг – перевірка якості послуг і товарів, що надаються туристичною фірмою, на основі якого видається сертифікат відповідності.

Система «Фортуна» – пакет туристичних послуг зі знижкою, в якому заявлено тільки приблизний регіон проживання і категорія готелю.

Ситуаційний аналіз туристичного ринку – аналіз, який містить вивчення всієї інформації про фірму (компанію), асортимент її продукції; стан туристського ринку; індустрії гостинності в цілому; конкретний сегмент індустрії гостинності, де функціонує певне підприємство; демографічна ситуація в районі функціонування підприємства; засоби масової інформації; шляхи стимулювання збуту туристського продукту.

Сноркелінг – плавання в екіпіровці, ластах, масці і з трубкою.

Спелеотуризм — дослідження печер, глибоких шахт, розломів або прірв.

Сталкерство— проникнення туристів або туристичних груп на заборонені або небезпечні території, такі як забруднені радіацією, зруйновані або заборонені для відвідування об'єкти.

Страхова премія – грошова сума, яку мандрівник вносить на свій страховий поліс і в межах якої йому в екстреному випадку буде надано медичну або іншу допомогу.

Страхова сума – грошова сума, від якої залежить якість і спектр медичних послуг, які можуть бути надані туристу в подорожі.

Сурвівалізм— виживання в екстремальних умовах.

Т

Таймшер – придбання права на користування певним номером в певній готелі на певний термін протягом року.

Такс-фрі – часткове повернення податку на додану вартість товару, який набуває іноземець з метою подальшого вивезення його з країни.

Талассотерапія – комплекс оздоровчих процедур із використанням лікувальних властивостей морської води, грязей і живуть в них організмів.

Тарифи авіаквитків – система встановлення ціни на авіап перевезення, яка залежить від рівня наданих компанією послуг. Існує кілька видів тарифів: екскурсійний, молодіжний, груповий, АРЕХ, РЕХ.

Товари – специфічна матеріальна частина туристичного продукту, яка включає карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження тощо, і неспецифічна частина туристичного продукту, яка включає велику кількість товарів, що є дефіцитними або більш дорогими в місцях постійного проживання туристів.

Топлес – перебування на пляжі в роздільному купальнику без «верху».

Транспорт – засіб пересування, за допомогою якого можна дістатися до туристичного центру.

Трансфер – доставка туриста від місця прибуття, розташованого поза межами перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція) до місця розміщення, де він буде проживати і назад.

Трекінг – піші походи по гірській місцевості.

Тур – первинна одиниця туристичного продукту – продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні терміни, який реалізується клієнту як єдине ціле.

Тур вихідного дня – невеликі за протяжністю (5-25 км) та незначні за складністю туристичні походи й екскурсії протягом вихідних днів кінця робочого тижня (свят), які покликані дати туристу або екскурсанту уявлення про туризм і екскурсії, навички, необхідні кожному для успішного просування й орієнтування на місцевості, про організацію відпочинку та харчування в похідних умовах.

Тур комбінований – тур, який поєднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного й фізкультурно-оздоровчого маршрутів.

Тур річковий – рейси з використанням суден річкових пароплавств, які поділяються на підвиди: туристично-екскурсійні рейси (подорожі на орендованих річкових суднах тривалістю більше однієї доби) та екскурсійно-прогулянкові рейси (подорожі екскурсантів з метою ознайомлення з пам'ятками та місцями і тривалістю відпочинку не більше 24 год.).

Тур тематичний – тур з переважанням у програмі екскурсійного обслуговування, занять пізнавальної спрямованості (оглядові й тематичні екскурсії, відвідування музеїв, фольклорних свят, вивчення мови тощо).

Тур теплохідний – тур, організований на теплоході річкових і морських пароплавств, що поділяються на морські та прогулянкові.

Турагентство – це фірма-посередник між туроператором і клієнтом.

Туризм – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Туристичний бізнес – вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

Туристичний ваучер – документ, який устанавлює право туриста на послуги, які входять до складу туру, і підтверджує факт його передачі.

Туристичний маршрут – це завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду з метою отримання послуг, як передбачених

програмою обслуговування, так і додаткових: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, спортивні, видовищні, соціальні заходи тощо.

Туристичний пакет – це основний (обов'язковий) комплекс послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер, пропонується в широкий продаж.

Туристичний продукт – сукупність речових (предмети споживання), неречових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі.

Туристична путівка – документ, який підтверджує факт передання туристичного продукту.

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

Туристичний центр – районлокалізації турпослуг. Це місце відпочинку туриста, яке містить у собі всі рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні.

Туристичні агенції – невеликі, переважно спеціалізовані підприємства, які підвладні сезонним коливанням попиту.

Туроператор – потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розробка власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому й міжнародному ринках.

Туроперейтинг – діяльність туроператора з комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуг готелів, транспортних компаній, дозвільно-розважальних закладів) у туристичний пакет, тур, тур продукт.

Ф

Філантуризм — один із варіантів волонтерського туризму, за якого мандрівники свідомо обирають місце для власного відпочинку з метою підтримки місцевих громад, усвідомлюючи, що витрачені на подорож кошти сприятимуть підтримці локальної економіки, заходів, проєктів.

Флотель– «курорт на воді»: туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, мотоцикли, катамарани тощо.

Фрірайд — спуск на лижах поза трасою.

Форс-мажор – непередбачені обставини, що не залежать від людини фактори.

Фотосафари – туристична поїздка, основна мета якої фото- і відеозйомка рідкісних рослин і тварин в їх природному середовищі існування.

Х

Хостел– недорогий готель з невеликим набором послуг.

Ч

Чартерна квота – можливість і зобов'язання продати певну кількість місць. Чартерні перевезення організують великі фірми-туроператори або асоціації невеликих турагенцій, які можуть повністю викупити орендовані місця. Вони можуть здавати їх в суборенду дрібнішим фірмам.

Чартер– договір оренди транспортного засобу на певний термін або рейс.

Ц

Ціна – міра та регулятор динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на туристичному ринку

Ш

Шале – сільський дім у гірській місцевості.

Шведський стіл – система обслуговування в пунктах харчування, коли за певну плату відвідувач може взяти будь-який із запропонованих у меню страв у будь-якій кількості.

Шенгенська віза – єдина віза, необхідна для в'їзду на територію Євросоюзу.

Шоп-тур – туристична поїздка, головною метою якої є придбання будь-яких покупок.