

**Иочкова К. О., Малышева Н. В.**  
**K. O. Iochkova, N. V. Malysheva**

**РОЛЬ АНГЛИЦИЗМОВ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ  
МЕЖДУНАРОДНО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ**

**THE ROLE OF ANGLICISMS IN THE TRANSLATION  
PROCESS OF TERMS OF INTERNATIONAL TOURISTIC SPHERE**

**Иочкова Кристина Олеговна** – студентка кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: AmeliaJane358@gmail.com.

**Ms. Christina O. Iochkova** – student of the Department of Linguistics and Cross-culture Communication of Komsomolsk-on-Amur State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: AmeliaJane358@gmail.com.

**Малышева Наталья Васильевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: Natasha@knastu.ru.

**Ms. Nataliya V. Malysheva** – PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Linguistics and Cross-culture Communication of Komsomolsk-on-Amur State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: Natasha@knastu.ru.

**Аннотация.** Развитие отношений между странами обусловило возрастание интереса к сфере международного туризма. В связи с этим актуален анализ роли иноязычной лексики, которая стала активно употребляться в международно-туристической сфере. В данной статье рассмотрены основные аспекты заимствований и проанализированы причины их появления; приведены примеры употребления англицизмов в международно-туристической сфере.

**Summary.** Development of international relations between countries determined a tendency of growing interest to international tourism. Therefore, the analysis of the role of foreign lexis, going into an active usage in international touristic sphere, is relevant today. The article examines the main aspects of borrowings and analyses the reasons for their emergence; it provides with the examples of the usage of anglicisms in international touristic sphere.

**Ключевые слова:** международно-туристическая сфера, заимствования, англицизмы, термины.

**Key words:** international touristic sphere, borrowings, anglicisms, terms.

УДК 811.111

Эпоха глобализации и развития отношений между странами обусловила динамичный рост сферы международного туризма. Её возникновение напрямую связано с периодом общественного развития, требующим получения информации о новых объектах, местах и представляющимся в качестве целесообразного закона развития общества.

В мире появляется всё больше и больше туристических организаций, предоставляющих свои услуги и товары; увеличивается количество туристических предложений, охватывающих новые уголки мирового пространства [2].

Динамичное развитие технологий и глобализация нашли своё отражение и в языке. Появление новых товаров и услуг потребовало новых понятий и наименований.

Туристический бизнес в России в целях развития международных отношений и попытках приближения к западному уровню туристического обслуживания занимает приоритетное место по заимствованию иноязычной лексики [3].

В процессе развития русского языка происходит заимствование иноязычных и переосмысление употребления исконно русских слов. Лексика языка стремительно расширяется, пополняется

новыми понятиями и их значениями. Такие слова благодаря использованию их как в устной, так и письменной речи постепенно приспособляются и адаптируются к нормам заимствующего языка. Употребление иноязычной лексики в наше время является частотным и характерно для большинства сфер общественной жизни [7].

Определение термина «заимствование» неоднозначно. В данной статье мы будем оперировать определением данного термина, представленным в словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой: заимствование есть «...процесс обогащения словаря лексическими единицами, которые обозначают новые понятия или дифференцируют уже имеющиеся» [1, 150-151].

В общем смысле заимствование предстаёт в качестве непосредственного обращения к лексическому богатству других языков с целью выразить новые понятия и обозначить предметы, которые были неизвестны прежде. Подобные слова способствуют знакомству с другой страной, более глубокому восприятию её реалий.

Настоящая статья посвящена анализу роли лексических единиц, заимствованных из английского языка, которые получили название «англицизмы» в процессе перевода терминов международно-туристической сферы. Материалом исследования послужили примеры англицизмов из сферы международного туризма, активно вошедших в обиход русскоязычного населения.

Актуальность исследования определяется двумя факторами:

1) динамичным развитием сферы туризма и отдыха, в основе которой лежат международные отношения; 2) влиянием заимствованных элементов на активизацию процессов международно-туристической терминосистемы.

Многие исследователи высказывали различные точки зрения касательно появления заимствованной лексики, но наиболее известным является мнение, связанное с характеристикой заимствований иноязычной лексики как способа обозначения новых понятий и реалий, которые образуются вследствие экономических, культурных и политических отношений между разными странами [5].

Перечислим основные причины лексических заимствований, приводя примеры англицизмов из международно-туристической сферы:

1) необходимость в обозначении новых предметов и явлений (*hostel* – хостел (пер. с англ. «общежитие»); *duty-free* – дьюти-фри (пер. с англ. «беспошлинный»));

2) потребность в разграничении различающихся понятий, близких по содержанию (трансфер – перевозка, доставка (англ. *transfer*); бонус – премия (англ. *bonus*));

3) необходимость в специализации понятий (турагент (англ. *tour agent*); туроператор (англ. *tour operator*));

4) потребность во взаимопонимании с носителем другого языка с помощью слов, не вызывающих для него затруднений в понимании (твин – это двухместный номер в отеле с отдельными одноместными кроватями (англ. *twin*); дабл – номер в отеле с двухспальной кроватью (англ. *double*));

5) социальные и психологические причины использования иноязычного слова в качестве более престижного (кейтеринг – обеспечение общественного питания (англ. *catering*); ол инклюзив – всё включено (англ. *all inclusive*)) [3].

Заимствование выступает в качестве инструмента языкового обогащения. Вследствие удовлетворения потребностей языка заимствованное иноязычное слово легко приживается в системе заимствующего языка и становится привычным для его носителей [6].

В русском языке заимствование является одним из основных инструментов терминообразования. Обилие англицизмов в пласте русской лексики означает явное сближение терминологических систем обоих языков [4].

На основании вышеизложенного отметим, что англицизмы играют важную роль в процессе перевода терминов международно-туристической сферы и туризма в целом. Большинство заимствованных слов прочно вошло в обиход носителей русского языка. Этот процесс невозможно остановить, в этом нет никакого смысла. Каждый язык имеет право самостоятельно выбирать подходящие для него лексические единицы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
2. Буйленко, В. Ф. Туризм / В. Ф. Буйленко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 416 с.
3. Гончарова, Л. М. Иноязычная лексика в туризме: мода или необходимость? / Л. М. Гончарова. – Культура речи. – Издательство «Наука», 2011. – № 5. – С. 57-62.
4. Завтур, А. А. Способы заимствования англоязычной терминологии в сфере туризма и сервиса. Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс] / А. А. Завтур, М. В. Крат. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/18/4702> (дата обращения: 08.05.2018).
5. Крысин, Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М., 1968. – 208 с.
6. Маркова, Е. И. Заимствованная лексика в сфере туризма / Е. И. Маркова, И. Д. Маркова // Молодой учёный. – 2014. – № 1. – С. 682-684.
7. Мошняга, Е. В. Терминосистема международного туризма как лингвокультурное явление / Е. В. Мошняга // Вестник Московского городского педагогического университета. Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2009. – № 1(3). – С. 67-73.