

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА

Кафедра іноземної філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра
на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЛОГІСТИЧНИХ
МАРШРУТІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ**

Студентки групи ФП 2-2м
факультету економіки та права
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія
САЄНКО
Соломії В'ячеславівни

Науковий керівник:
к. педагогічних н., доц. Сілютіна І.О.

Допущена до захисту
«___»_____року

В. о. завідувача кафедри _____ к. технічних наук, доц. Наталія ГОРІДЬКО
(підпис)

Декан факультету
економіки та права _____ к. юридичних наук, проф. Руслана ЯРОВА
(підпис)

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ЄКТС _____

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
NATIONAL TRANSPORT UNIVERSITY**

FACULTY OF ECONOMICS AND LAW

Department of Foreign Philology and Translation

**SPECIFIC FEATURES OF ENGLISH TERMINOLOGY OF LOGISTIC
ROUTES IN THE TOURISM INDUSTRY: TRANSLATION ASPECT**

Master's Paper by
SOLOMIA SAENKO
Group PhT 2-2m

Scientific Supervisor:
Iryna Syliutina,
PhD, Assoc. Prof.

Kyiv – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та права

Кафедра іноземної філології та перекладу

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Галузь 03 Гуманітарні науки

Спеціальність 035 Філологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри іноземної
філології та перекладу

_____ Наталія ГОРІДЬКО

«_____» _____ 2025 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Саєнко Соломії В'ячеславівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи

Особливості англомовної термінології логістичних маршрутів туристичної сфери: перекладацький аспект

Керівник кваліфікаційної роботи **Сілютіна І.О., к. пед. наук, доцент кафедри іноземної філології та перекладу.**

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджено наказом Національного транспортного університету від

«_____» _____ 2025 року № _____

2. Строк подання студентом роботи: **19 листопада 2025 року.**

3. Вихідні дані до проекту (роботи) _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи дослідження термінів англійської мови логістичних маршрутів в туристичній сфері.
2. Характеристика логістичної термінології та її особливості в туристичній галузі.
3. Проблеми та стратегії перекладу логістичних термінів туристичної сфери в англійській мові.
4. Труднощі під час перекладу термінів логістичної сфери.
5. Основна відмінність перекладу текстів у довідниках, договорах та сайтах.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень). Під час захисту кваліфікаційної роботи магістр викладає результати дослідження в англійській Power-Point презентації.

- Додатки.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження англійської термінології логістичних маршрутів туристичної сфери	к. пед. н., доц. Сілютіна І.О.	05.06.2025	01.10.2025
Розділ 2. Переклад англійської термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері: проблеми та стратегії	к. пед. н., доц. Сілютіна І.О.	02.10.2025	30.11.2025
Висновки.	к. пед. н., доц. Сілютіна І.О.	03.11.2025	07.11.2025
Оформлення джерел літератури.	к. пед. н., доц. Сілютіна І.О.	10.11.2025	14.11.2025

7. Дата видачі завдання: **05 червня 2025 р.**

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Ознайомлення з темою кваліфікаційної роботи магістра та вимогами до написання кваліфікаційних робіт магістра по кафедрі іноземної філології та перекладу. Отримання завдання щодо укладання суцільної вибірки термінів.	червень	Виконано
2	Складання плану для першого теоретичного розділу роботи і рекомендації керівника з підбору літератури.	червень	Виконано
3	Виділення й аналіз базових понять. Окреслення мети і завдань.	червень	Виконано
4	Визначення методологічних основ проблеми дослідження (об'єкт, предмет, методи, принципи)	вересень	Виконано
5	Написання Розділу 1. Підрозділ 1.1. 1.1. Поняття термінології та її роль у професійному дискурсі	вересень	Виконано
6	Написання підрозділу 1.2. 1.2. Особливості логістики в туризмі: терміносистема та професійний контекст	вересень	Виконано
7	Написання підрозділу 1.3. 1.3. Характеристика англомовної термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері	вересень	Виконано
8	Написання підрозділу 1.4 1.4 Структурно-прагматичні особливості логістичних термінів	вересень	Виконано
9	Підготовка доповіді та презентації для унаочнення результатів першого теоретичного розділу.	листопад	Виконано
10	Написання Розділу 2. Підрозділ 2.1. 2.1. Перекладацькі стратегії та прийоми у	жовтень	Виконано

	сфері туристичної логістики		
11	Написання підрозділу 2.2. 2.2. Основні труднощі під час перекладу логістичних термінів у туристичній сфері	жовтень	Виконано
12	Написання підрозділу 2.3. 2.3. Відмінності у перекладі термінів у різних типах текстів: довідниках, сайтах, договорах	листопад	Виконано
13	Оформлення загальних висновків до роботи, уточнення даних у вступній частині. Обговорення результатів антиплагіатної перевірки. Підготовка доповіді та презентації для унаочнення результатів другого практичного розділу.	листопад	Виконано
14	Представлення результатів другого практичного розділу.	19.11.2025	Виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи магістра.	16.12.2025	Виконано

Студент

_____ Соломія САЄНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник роботи

_____ Ірина СІЛЮТІНА
(підпис) (ім'я та прізвище)

SUMMARY

The Master's thesis is devoted to the structural and semantic characteristics of English terminology related to logistic routes in the tourist industry and to the strategies of its translation into Ukrainian.

Relevance of the research topic determined by the rapid development of tourism logistics, the increasing use of English specialised terms in Ukrainian professional discourse, and the growing need for accurate and standardised translation of terminology in tourism-related documentation.

The purpose of the study to establish the key structural and semantic features of English logistic terminology used in the tourist sphere and to define the most effective strategies for its translation into Ukrainian.

To achieve this goal, the following *assignments* need to be solved:

- to analyse theoretical approaches to terminology and its role in professional discourse;
- to identify the structural and semantic features of English logistic terminology used in the tourist sector;
- to determine the main difficulties in translating logistic terms in tourist discourse;
- to specify the most effective strategies and techniques for translating logistic terminology in different types of texts.

The object of the study is English terminology related to logistic routes in the tourist industry.

The subject of the study is the structural, semantic and functional peculiarities of this terminology and the strategies for its translation into Ukrainian.

The factual material of the research includes English-language tourist logistics texts, transport instructions, route descriptions, analytical reports and other specialised materials containing professional terminology.

Methods of material processing and description. A set of linguistic research methods was applied, including descriptive and component analysis, contextual

interpretation, comparative analysis, and quantitative evaluation of translation strategies.

The scientific novelty of the paper lies in its comprehensive analysis of English logistic terminology in the tourist sphere and in identifying the most productive strategies for its translation into Ukrainian, considering current tendencies in terminology development and standardisation.

The practical significance of the obtained results consists in their applicability for improving the translation of tourist and logistic documentation, developing recommendations for translators, and compiling glossaries of specialised terms used in tourism logistics.

KEY WORDS: logistic terminology, tourist industry, translation strategies, multi-component terms, semantic features, professional discourse, Ukrainian translation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЛОГІСТИЧНИХ МАРШРУТІВ У	
ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	11
1.1 Поняття термінології та її роль у професійному дискурсі	11
1.2 Особливості логістики в туризмі: терміносистема та професійний	
контекст.....	19
1.3 Характеристика англомовної термінології логістичних маршрутів у	
туристичній сфері.....	25
1.4 Структурно-прагматичні особливості логістичних термінів.....	32
РОЗДІЛ 2 ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	
ЛОГІСТИЧНИХ МАРШРУТІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: ПРОБЛЕМИ	
ТА СТРАТЕГІЇ.....	42
2.1 Перекладацькі стратегії та прийоми у сфері туристичної	
логістики.....	42
2.2 Основні труднощі під час перекладу логістичних термінів у	
туристичній сфері.....	58
2.3 Відмінності у перекладі термінів у різних типах текстів: довідниках,	
сайтах, договорах.....	70

ВСТУП

На сьогоднішній день туристична галузь є однією із найбільш розвинених сфер людської діяльності. Враховуючи зростаючі процеси глобалізації та міжнародної інтеграції, туризм став не лише важливим соціально-культурним явищем, а й ключовим сектором економіки. Якісна організація туристичних маршрутів значною мірою залежить від логістики, зокрема від їхнього планування та функціонування. Важливим аспектом даного процесу є правильне використання спеціалізованої термінології, яка забезпечує чітке спілкування між фахівцями, установами та клієнтами. Оскільки англійська мова є міжнародною мовою в туризмі, вивчення англійської термінології в туристичній галузі має вагоме значення.

Актуальність цього дослідження пояснюється рядом чинників. По-перше, термінологія логістики в туристичній сфері є відносно новим і мало дослідженим лінгвістичним явищем. Хоча численні роботи науковців були присвячені вивченню туристичної термінології загалом, саме питання організації логістичних маршрутів у туризмі досліджене недостатньо, особливо з точки зору перекладознавства. По-друге, точний переклад спеціалізованих термінів є ключовим фактором забезпечення ефективної міжнародної співпраці. Неточності в перекладі можуть призвести до непорозумінь, спотворення значення або навіть фінансових втрат у професійному спілкуванні. По-третє, швидкісний розвиток туристичної індустрії та застосування новітніх технологій постійно створюють нові термінологічні одиниці, що вимагає їх системного аналізу та точного лінгвістичного опису. Таким чином, дослідження англійської термінології логістичних маршрутів у туризмі та пошук ефективних стратегій перекладу є своєчасним та значним науковим завданням.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами: вибір напрямку дослідження пов'язаний з ініціативною науковою темою кафедри іноземної філології та перекладу «Мовні різноманіття лінгвістичної підготовки як ресурс у цифровому та очному навчанні: розробка цифрового інструменту навчання та викладання і його гнучкого використання за спеціальністю підготовки майбутніх фахівців з перекладу» Національного транспортного університету.

Мета дослідження – встановити шляхи удосконалення перекладу англійської термінології, пов'язаної з логістичними маршрутами у туристичній сфері, шляхом виявлення її структурних та семантичних особливостей, а також визначення найбільш ефективних стратегій перекладу.

Для досягнення цієї мети поставлені такі дослідницькі завдання:

- проаналізувати підходи до поняття термінології та її роль у професійному дискурсі.
- визначити структурні й семантичні особливості англійської термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері.
- виявити основні труднощі перекладу логістичних термінів у туристичному дискурсі.
- визначити найефективніші стратегії та прийоми під час перекладу логістичної термінології в різних типах текстів.

Об'єктом дослідження є термінологія англійської мови, що функціонує у сфері туристичної логістики.

Предметом дослідження є структурні та семантичні особливості термінології та її перекладацьких еквівалентів українською мовою.

Фактичним матеріалом дослідження стали англійські тексти туристичної логістики (маршрутні описи, інформаційні матеріали туристичних компаній, транспортні інструкції, довідкові ресурси), а також відібрані з них термінологічні одиниці, що відображають специфіку логістичних маршрутів у туристичній сфері.

Джерельна база дослідження. Основою дослідження стали:

- англomовні науково-технічні та професійні тексти у сфері туристичної логістики, зокрема статті, міжнародні звіти, маршрутизатори, інформаційні матеріали туристичних компаній, транспортні інструкції та довідкові документи;
- терміни та мовні одиниці, відібрані з англomовних текстів, що стосуються логістичних маршрутів у туристичній галузі, для аналізу їхніх структурних, семантичних і перекладацьких особливостей.

Методи опрацювання матеріалу та його опису. Для вивчення проблеми і розв’язання завдань дипломної роботи використано комплекс **методів**.

- описовий метод для виявлення та класифікації термінологічних одиниць;
- семантичний аналіз для уточнення значень термінів;
- порівняльний аналіз для визначення відмінностей між англійською та українською термінологічними системами;
- аналіз перекладу характеристики застосованих перекладних стратегій;

Наукова новизна дослідження полягає в здійсненні системного аналізу англomовної термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері з акцентом на перекладний аспект. Терміни досліджено як окрему підсистему професійної мови туризму, що дозволяє виявити їхні структурні характеристики та семантичні особливості.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що результати можуть бути використані при підготовці перекладачів, розробці спеціалізованих курсів англійської мови для туризму, складанні термінологічних словників, а також у практичній діяльності фахівців у сфері логістики та туризму. Розроблені рекомендації будуть сприяти підвищенню якості перекладу та професійного спілкування в міжнародному туризмі.

Апробація результатів дослідження. Загальні результати дослідження були апробовані та висвітлені у матеріалах II Всеукраїнської науково-

практичної інтернет-конференції молодих учених та здобувачів освіти «Актуальні проблеми фундаментальних та суспільно-гуманітарних наук» (20 жовтня 2025 року, м. Харків).

Публікації. Результати кваліфікаційної роботи магістра висвітлено у тезах доповідей у збірниках матеріалів наукової конференції всеукраїнського рівня, які додатково відображають результати наукового дослідження.

Структура роботи визначається метою та завданням дослідження. Робота складається з вступу, двох розділів (теоретичного та практичного), висновків, списку використаних джерел і додатків.

У вступі подається актуальність дослідження, мета, завдання, об'єкт і предмет, методи, новизна та практичне значення роботи.

Перший розділ присвячено теоретичним аспектам термінології та перекладознавства, а також аналізу туризму і логістики як міждисциплінарних галузей.

Другий розділ містить практичний аналіз англomовної термінології логістичних маршрутів, розглядає труднощі перекладу та пропонує перекладні стратегії.

Висновки підсумовують результати та підкреслюють перспективи подальших досліджень у цій сфері.

На завершення, тема англomовної термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері та її переклад є надзвичайно актуальною як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Дослідження сприяє розвитку перекладознавства, збагачує термінознавчі дослідження та відповідає потребам фахівців у сфері логістики та туризму.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЛОГІСТИЧНИХ МАРШРУТІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

1.1 Поняття термінології та її роль у професійному дискурсі

У сучасному мовознавстві термінологія є важливою складовою професійного спілкування. Якщо взяти до уваги стрімкий розвиток науки, техніки, а також спеціалізованих сфер, таких як туризм та логістика, то можна спостерігати постійне збагачення терміносистем новими одиницями. Саме термінологія забезпечує точність та ефективність фахової комунікації, формуючи основу професійного дискурсу.

Ж. Кабре чітко підмітив, що термінологія – це не просто набір слів, а ціла наука з власною теорією та об'єктом дослідження. Незважаючи на те, що вона використовує значну кількість термінів з інших наук, вона їх розвиває, і в результаті створює щось унікальне. Кабре наголошує на тому, що термінологія, як наука про терміни, спирається на лінгвістику, когнітивну науку та інші дисципліни (Cabr , 1999).

Термінологію загалом розуміють як сукупність термінів, що використовуються в певній галузі науки або професійної діяльності для позначення її основних понять. Досить хибним є описувати термінологію як абсолютно несистематичну. Терміни, що складають будь-який професійний словник, служать для позначення понять, що належать до певної галузі знань або практики. Ці поняття по своїй основі є систематичними, оскільки вони виникають та стають незалежними та самостійними відповідно до певних принципів і критеріїв. У лінгвістичних дослідженнях можна спостерігати два основні підходи до інтерпретації цих понять. Деякі науковці зосереджуються на контрасті між свідомим та несвідомим формуванням, або між порядком та безладом. З цієї точки зору, термінології, як правило, виникають поступово

та спонтанно в міру розвитку самої галузі, тоді як термінологічні системи є результатом цілеспрямованої організації, стандартизації та лексикографічної роботи. (Попович, Бялик, 2020).

Вважають, що термінологія є чітким набором термінів, які використовуються у певній галузі або професії. Ці терміни мають точні визначення, які всі розуміють однаково. І саме завдяки цьому спілкування між фахівцями є чітким та ефективним.

Дослідження природи терміна вимагає глибокого аналізу різноманітних наукових підходів, оскільки ця лінгвістична одиниця відіграє ключову роль у фіксації та передачі фахових знань, виступаючи інструментом наукової комунікації. Більшість мовознавців сходиться на думці, що термін є словесним позначенням спеціального поняття, однак акценти у визначеннях різняться. Зокрема, М. П. Кочерган (Кочерган, 2001) та Я. В. Житін (Житін, 2009) розглядають його як мовний знак або словосполучення, що співвідноситься з конкретним об'єктом чи явищем у певній галузі науки й техніки. Подібну позицію займає Л. І. Мацько, наголошуючи на умовній закріпленості значення за лексичною одиницею у межах спеціалізованої сфери (Мацько, 2003). Тобто базовою характеристикою терміна науковці вважають його дефінітивну функцію — здатність чітко окреслювати межі поняття та відокремлювати його від суміжних категорій.

Проте розуміння сутності терміна не вичерпується лише його номінативною функцією. Дж. Пірсон пропонує ширший погляд, розглядаючи цю категорію дуалістично: з одного боку, як специфічні лексичні одиниці, а з іншого — як слова, що набувають термінологічного навантаження залежно від умов використання. Важливим аспектом, на якому акцентують І. Процик (Процик, 2004) та І. Д. Фаріон, є системність. Термін не може існувати ізольовано; він функціонує виключно як елемент термінологічної системи, вступаючи у складні ієрархічні зв'язки з іншими поняттями. І. Д. Фаріон додає, що така система вирізняється інформативною насиченістю, точністю,

однозначністю та відсутністю емоційно-експресивного забарвлення (Фаріон, 2010). Це дозволяє стверджувати, що термін є не просто назвою, а інструментом стандартизації наукового мислення, який забезпечує точність передачі інформації.

Окремої уваги заслуговує когнітивний підхід до розуміння термінології, представлений у працях Н. В. Нікуліної. Дослідниця виходить за межі суто лексичного тлумачення, розглядаючи термін як складну когнітивно-інформаційну структуру, що акумулює та консервує знання, накопичені людством протягом тривалого часу (Нікуліна, 2010). Узагальнюючи наведені погляди, можна констатувати, що в межах цієї роботи під терміном слід розуміти багатовимірне явище, яке поєднує в собі властивості мовного знака, елемента логічної системи та носія концентрованої наукової інформації. Такий синтез підходів дозволяє глибше осягнути механізми творення та функціонування фахової лексики, а також її роль у розвитку наукового дискурсу.

Термін зазвичай характеризується як слово або фраза, що позначає поняття в межах певної галузі знань або професійної діяльності. Кожна сфера людської діяльності розробляє власну систему термінів, які разом утворюють її термінологію. Таким чином, термінологія стосується як сукупності термінів, що належать до певної області, так і дисципліни, яка вивчає їхню структуру, значення та використання. До суттєвих характеристик терміна належить його системний характер, оскільки кожен термін функціонує в межах певної термінологічної системи та набуває свого точного значення стосовно інших одиниць цієї системи. Ще однією рисою є точність, оскільки термін повинен якомога чіткіше передавати зміст поняття, яке він представляє. Крім того, терміни зазвичай супроводжуються визначенням, яке чітко окреслює обсяг та значення поняття, яке вони позначають. Залежно від ступеня спеціалізації терміни можна класифікувати на три основні групи. Загальнонаукові терміни використовуються майже в усіх галузях знань і становлять універсальний шар професійної лексики. Міждисциплінарні

терміни функціонують у кількох споріднених або навіть віддалених галузях, пов'язуючи поняття між ними. Й останні, вузькоспеціалізовані терміни – це лінгвістичні одиниці, що відображають унікальні поняття певної галузі, підкреслюючи її відмінні риси та професійну спрямованість.

Щодо нашого розуміння терміна як лексичної одиниці в межах туристичної сфери, то це можуть бути слово або словосполучення, які створюються на основі взаємозв'язків і точніше відображають зміст поняття. Терміни пов'язані з іншими словами, які використовуються у туристичній сфері, і допомагають точно передавати ідею та суть самого поняття.

Галузь термінології, що займається аналізом та впорядкуванням спеціалізованої лексики має тривалу історію розвитку. Хоча, лише кілька десятиліть тому вона перетворилася на окрему наукову дисципліну – термінознавство – з чітко визначеними принципами та методами. Особливої актуальності ця наука отримала у національному, міжнародному, соціальному та політичному контекстах. Незважаючи на те, що основи сучасної термінології були закладені в 1930-х роках, фактично ця галузь перейшла від неформальних практик до методологічно суворой науки. Термінознавство, як наука, займається вивченням термінів, їхнього значення, структури, походження та використання у різних галузях. Воно поділяється на кілька напрямків, кожен з яких розглядає певні аспекти спеціальної лексики. (Cabré, 1999, pp. 1, 4)

Теоретичне термінознавство вивчає розвиток та функціонування тих чи інших термінів. Наступне, прикладне термінознавство, воно дає рекомендації як правильно створювати, редагувати та перекладати терміни. Загальне термінознавство вивчає характеристики та ознаки, що пов'язані з різними сферами. Далі галузеве, роль якого полягає у вивченні термінів конкретної галузі чи сфери наприклад туризму або логістики. Типологічне і порівняльне термінознавство, на мою думку, досить схожі за загальними ознаками, але ось в чому їх відмінність: типологічне – це більше про галузі, порівнює терміни різних сфер, наприклад медицина, логістика, право; в той час як порівняльне

зосереджене тільки на мовному аспекті і його мета – знайти певні риси в різних мовах, наприклад в українській і польській або італійській і французькій. Семасіологічне термінознавство досліджує значення окремих термінів, а також різні випадки, коли слова мають декілька значень, мають однакове звучання в різних значеннях, а також схожі або протилежні за змістом слова. Наступне ономасіологічне, воно вивчає процес створення, структуру та побудову спеціальних понять. Історичне термінознавство досліджує процес змін в термінології, його розвиток в певний період часу і навіть дає поради для майбутнього удосконалення термінів. І останнє функціональне, воно демонструє значну роль термінів та сам процес їх використання в сучасному соціумі, наприклад, у текстах, під час навчання, у спілкуванні між фахівцями окремих спеціальностей, а також в цифрових технологіях. Додамо, що термінознавство пов'язано з термінографією, що є наукою про створення словників спеціальних термінів. Приміром, під час складання словників часто виникають різні проблеми, які вивчають саме термінознавці, а рішення цих проблем допомагає робити словники якіснішими (Фурт, Дмитрук, 2020, с. 11).

Професійний дискурс – це, по суті, будь-яке спілкування у професійній сфері, наприклад письмове, усне або ж візуальне. Воно формується відповідно до вимог певної галузі та виконує свої функції: передає інформацію, встановлює правила, допомагає в робочому спілкуванні та сприяє злагодженій роботі в команді (Irimiea, 2017, Kong).

Професійний дискурс зосереджений на постійному розширенні свого інформаційного простору, прагне зануритись в щось нове.

Його можна описати як комунікацію, що відбувається в межах певної галузі. В межах цього типу дискурсу можна виділити три основні формати: теоретичний, практичний та повсякденний. Теоретичний дискурс базується переважно на логічному та раціональному мисленню, тоді як практичний більше спирається на несвідоме спілкування. А у випадку коли спеціаліст має комунікацію з кимось, хто не володіє професійний лексиконом, взаємодія

набуває третього, «наївного» або повсякденного формату, що оптимізує обмін та робить його доступним для неспеціалістів. (Блехман, 2007)

Він завжди пов'язаний з певною сферою, має свою термінологію та жанри, форми спілкування (усне, письмове, професійне або ж неформальне), а також специфічні правила. Окрім того, комунікація відбувається в межах певної культури, враховуючи етикет, традиції та стереотипи. У такому дискурсі важливим елементом є стратегія спілкування між співрозмовниками, точність висловлювань, логіка донесення, а також когнітивна база – тобто знання, досвід та мислення фахівців. Фактично, таке спілкування – це не просто розмова, де люди обмінюються термінами, а цілий процес аналізу, пошуку і прийняття рішень, які стосуються певної професійної проблеми. В центрі комунікації професійного дискурсу завжди є спеціаліст – людина яка володіє знаннями та навичками певної сфери. Залежно від ситуації вона може спілкуватись як з іншим фахівцем, так і з нефахівцем, і це буде мати вплив на тон та форму розмови (О. Борисов).

Дослідниками також запропоновано додаткові способи класифікації дискурсу. По-перше, на основі наявності фактичного або умовного змісту в комунікації, дискурс можна розділити на перформативні та неперформативні типи. Перформативний дискурс передає інформацію, яку можна перевірити або підтвердити, в той час як неперформативний дискурс включає комунікацію, зміст якої не так то й легко перевірити. Юридичний дискурс є типовим прикладом перформативної комунікації, і офіційні взаємодії загалом належать до цієї категорії. По-друге, з прагмалінгвістичної точки зору, дискурс можна класифікувати кількома способами: він може бути одновимірним або багатовимірним, сценарним або несценарним, серйозним або гумористичним, кооперативним або дискусійним, а також інформативним, захопливим, виконуючий дію або доказовим (Карасик, 2002).

Дискурс також можна класифікувати на текстовий та ситуативний типи. Текстовий дискурс зафіксований у письмовій формі тоді як

ситуативний дискурс є переважно усним і тісно пов'язаний з конкретним контекстом, у якому він відбувається. Інша класифікація, запропонована К. Я. Авербухом, розрізняє дискурс відповідно до характеру адресата. У цих рамках дискурс може бути як безадресним, так і адресатно-специфічним. «Безадресатний» дискурс, який можна вважати загалом спрямованим на невизначену аудиторію, включає такі приклади, як літературний, журналістський та науковий дискурс (Авербух, 2005). На відміну від цього, адресатно-специфічний дискурс має чітко визначену цільову аудиторію. Дослідники О. Ф. Русакова та В. В. Русаков класифікують дискурс на основі дисциплінарних ознак, каналів комунікації, методів взаємодії та ступеня публічності комунікації. Нарешті, дискурс також можна класифікувати за його об'єктом, що призводить до розмежування повсякденного комунікативного дискурсу та різних інституційних дискурсів. Останній включає публічний дискурс, політичний дискурс, медіа-дискурс, дискурс мистецтва, дискурс ділової комунікації, маркетинговий дискурс, академічний дискурс та культурно-ідеологічний дискурс (О. Ф. Русакова та В. В. Русаков, 2008).

Таким чином, відсутність загальноприйнятої типології дискурсу можна пояснити тим фактом, що дискурс – це явище без чітких меж, і різні типи дискурсу можуть перетинатися або переходити один в одного. Більш конкретно, тип дискурсу можна характеризувати його компонентами та ознаками. Серед лінгвістичних компонентів та ознак є прецедентні тексти, що беруть участь у комунікативному процесі, включаючи граматичну структуру текстів (таку як опис, розповідь або міркування) та їхню жанрову приналежність. Крім того, мова дискурсу – стосовно фактично використаної національної мови, а також ступеня конвенціоналізації – визначає, чи є дискурс жорстким, напівжорстким чи гнучким. (Архипенко, 2004).

Екстралінгвістичні компоненти та властивості: цілі комунікації (поділяє дискурс на виробничий, технічний, релігійний, науковий, художній, публіцистичний, нормативний (правовий), адміністративний, політичний,

педагогічний, побутовий тощо); тематика (включає предметну область, також впливає на тип представлених знань – первинні чи вторинні, тобто чи є знання абсолютно новими, чи є результатом обробки вже відомої інформації, а також на спосіб їх отримання); цінності; учасники; хронотоп; технології; дизайн; культура (чи є дискурс універсальним, чи належить до певної культури).

Аналіз наукових праць дає підстави стверджувати, що зведення професійного дискурсу до жорстких регламентованих рамок є непродуктивним підходом, оскільки це суттєво обмежує комунікативний потенціал фахівців. Безумовно, стрижнем фахового спілкування виступає термінологія, без якої неможлива точна трансляція спеціальних знань та збереження наукового статусу інформації. Відсутність сформованої та якісної терміносистеми неминуче призводить до депрофесіоналізації дискурсу. Проте, поряд із нормативністю, вагому роль відіграє мовна особистість автора: його індивідуальний стиль, креативність та здатність використовувати мову не лише як канал передачі даних, а і як потужний інструмент прагматичного впливу й аргументації власної позиції.

У концепції І. Колеснікової терміносистема розглядається не як хаотичне нагромадження лексичних одиниць певної галузі, а як складна, ієрархічно впорядкована мережа. У цій структурі терміни виконують функцію кодів, а їхні дефініції слугують ключами для дешифрування змісту. Глибинний аналіз цієї системи виявляє чітку градацію понять: від фундаментальних категорій до вузькоспеціалізованих та складноструктурованих елементів. Характерною рисою терміносистеми є її діалектична природа: зберігаючи відносну стабільність ядра, вона залишається відкритою динамічною структурою, що трансформується під впливом нових наукових відкриттів та еволюції практичної діяльності. Таким чином, термінологія виступає інтегральним компонентом професійного дискурсу, в якому органічно синтезуються об'єктивні фахові знання,

комунікативні стратегії та суб'єктивний досвід дослідника (Колеснікова, 2004).

Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що термінологія, насамперед, є невід'ємною частиною професійного дискурсу. Вона виконує не лише функцію чіткого визначення слова, а й допомагає фахівцям відповідних галузей гармонійно та ефективно співпрацювати між собою. За допомогою спеціальної терміносистеми, учасники професійної розмови мають змогу виражати складні ідеї чітко, лаконічно та без зайвих пояснень. Також слід підкреслити, що термінологія не існує сама по собі – вона завжди є частиною мовного і когнітивного простору професії. Це значить, що за кожним терміном стоїть сукупність знань, досвіду і професійної культури.

1.2 Особливості логістики в туризмі: терміносистема та професійний контекст

Поняття «логістика» бере свій початок із грецького слова *logistike*, що означає «мистецтво підрахунків» або вміння мислити. Ідея логістики виникла ще за часів Римської Імперії, в той час існували люди зі званням «логістики», їхньою задачею було розподілення продуктів харчування. Вже у стародавній Греції та Римі логістика тісно пов'язувалась з організацією постачання та розподілу ресурсів. У XVII – XVIII століттях філософ Готфрід Лейбніц почав вживати термін «логістика» у значенні, пов'язаному формально з логікою та математикою. Вже в XX столітті воно набуло більш практичного значення – система управління матеріальними ресурсами у виробництві, постачанні та торгівлі. В Україні слово «логістика» почали вживати у 1926 році, а вже з середини 50-х років XX століття воно стало активно застосовуватись у значенні організації постачання та розподілу продукції на рівні підприємств. На сьогодні логістика є не просто набором технічних дій, а ціла система знань і практик, що охоплює декілька логістичних процесів: 1) планування,

управління та контроль руху товарів; 2) Організація доставки від виробника або постачальника до споживача; 3) покращення процесів із мінімальними витратами та максимальною якістю обслуговування. В сучасному світі розрізняють різні напрямки логістики: військовому, маркетингову, промислову, бізнес – логістику, управління ланцюгами постачання тощо. По суті, логістика поєднує в собі одночасно мистецтво та науку, що дозволяє забезпечити доставку товарів у потрібний час і в потрібне місце, дотримуючись при цьому якості обслуговування та мінімальних для компаній витрат (Кислий, Біловодська, Олефіренко, Соляник, 2010).

На даний момент логістика послуг є одним із найменш досліджених напрямків, хоча в ХХІ столітті набула стрімкого зросту, зокрема і в Україні. На сьогоднішній день сфера послуг у світі має інтенсивний розвиток: у більшості країн її частка у ВВП (валовий внутрішній продукт) і зайнятості сягає 60-80%. Сюди відносять транспорт, торгівлю, зв'язок, фінанси, освіту, охорону здоров'я, культуру, туризм та багато інших напрямків. Відмінною особливістю цих послуг є те, що вони, як правило, не мають матеріальної форми, не можуть бути збережені «на потім», їхня якість може змінюватись, а процес виробництва та споживання відбувається одночасно. Саме це є причиною суттєвої різниці між ринком послуг та ринком товарів. Міжнародні організації, такі як Світова організація торгівлі (СОТ) поділяють послуги на кілька секторів (загалом їх 12), серед яких – бізнесові, фінансові, освітні, медичні, туристичні, культурні, тощо. Деякі класифікації також можуть враховувати спосіб доставки послуги: коли виробник і споживач перебувають на місці, коли хтось із них їде до іншої сторони, або коли рухаються обидва (Смирнов, Любіцева, 2024).

Аналіз літератури показує, що туристичні послуги потребують ретельної організації між постачальниками та споживачами. Вони зазначити, що якість послуг у туризмі має певні характеристики та етапи формування. По-перше, зміст цих послуг визначається галузевою специфікою, тобто туристичні послуги завжди спрямовані за задоволення конкретних потреб

клієнтів, а не абстрактних запитів. По-друге, важливо розрізняти поняття «якість послуг» та «якість обслуговування», оскільки ці терміни не є тотожними (Журба, Несторишен 2022). Туристичний сектор має комплекс властивостей, які суттєво впливають на якість послуг. Існує постійна взаємодія між постачальниками та споживачами на всіх етапах надання послуг, а процеси виробництва та споживання відбуваються одночасно, адже туристичні послуги не можуть бути збережені або накопичені заздалегідь. Додаткові компоненти, такі як продаж сувенірів або додаткових послуг, що виходять за рамки основного туристичного пакету, також мають свій вплив на загальний досвід. Нематеріальні елементи, включаючи емоції, довіру, увагу та відчуття безпеки, відіграють дуже важливу роль. Більше того, попит на туризм є дуже сезонним та циклічним, що відображає ритми людського життя протягом щоденних, тижневих, щомісячних та річних циклів. У широкому сенсі логістика туризму представляє собою систему знань та практик, яка включає планування, організацію, контроль та управління всіма процесами. Туристичні підприємства можна розглядати як невеликі лінгвістичні системи, які працюють у взаємозв'язку з іншими рівнями галузевої галузі. Логістика туризмі складається з кількох взаємопов'язаних частин, таких як управління рекреаційними ресурсами, забезпечення матеріально-технічної бази (готелі, харчування), організація інформаційного обслуговування, транспортних перевезень туристів, екскурсійних та додаткових послуг, а також виробництва й розподілу туристичних товарів.

В академічному дискурсі поняття терміносистеми інтерпретується як складна, ієрархічно впорядкована організація лексичних одиниць, що репрезентує поняттєвий апарат конкретної галузі знань. Наукова спільнота (зокрема Р. І. Дудок, Б. М. Головін, Т. Р. Кияк) розглядає цей феномен не як хаотичну сукупність слів, а як цілісну структуру, елементи якої об'єднані стійкими логічними та семантичними зв'язками на концептуальному, лексичному та граматичному рівнях. Важливим аспектом, на якому наголошують вітчизняні дослідники, є вторинний, свідомий характер

формування терміносистем: вони не виникають стихійно, а конструюються шляхом ретельного відбору одиниць, що відображають рівень розвитку дисципліни. При цьому системність забезпечується двома типами кореляцій: логічними, що впливають із внутрішньої сутності наукових понять, та лінгвістичними, які охоплюють властиві природній мові явища синонімії, антонімії, полісемії та деривації. Навіть за умови неповноти термінологічного складу, система зберігає свою функціональність за наявності сформованої структури відношень (Петрин, 2018).

Узагальнення теоретичних підходів дає підстави стверджувати, що терміносистема функціонує як інструмент концептуалізації фахового знання, організовуючи словниковий запас галузі відповідно до її логічної архітектури. Це свідомо створена модель, головним завданням якої є забезпечення точності та однозначності професійної комунікації. Варто акцентувати, що життєздатність системи детермінується насамперед характером взаємозв'язків між її компонентами: значення кожного окремого терміна залежить від його місця в загальній структурі. Крім того, терміносистеми не є ізольованими утвореннями; вони демонструють гнучкість, активно інтегруючи запозичення з суміжних сфер, які в процесі адаптації можуть трансформувати свою семантику або зберігати первинне значення. Такий підхід підкреслює динамічну природу термінології, де кожен елемент існує у нерозривному діалектичному зв'язку з іншими (Саєнко, 2025: 225-227).

На сучасному етапі особливої важливості набуло упорядкування англійських терміносистем у конкретних галузях. Наприклад, вивчення лексики, пов'язаної з туризмом, в англійській лінгвістиці цікавить не лише лінгвістів, а й фахівців туристичної галузі, оскільки саме ця галузь набула високого зросту за останні роки. Хоча багато досліджень присвячено англійській термінології в різних професійних сферах, термінологія туризму ще не отримала достатнього систематичного аналізу. Як і будь-яка інша термінологічна система, термінологія туризму тісно взаємодіє з іншими

терміносистемами. Оскільки жодна наука не створює всі терміни з нуля, багато з них запозичується із суміжних галузей знань. Це означає, що термін може вийти за межі своєї початкової системи та стати частиною іншої професійної сфери. У зв'язку з тим, що така міграція термінів відбувається досить часто, межі між термінологічними системами часто можна назвати плінними та умовними. Взаємодія різних систем автоматично призводить до запозичення термінів, які можуть або зберігати своє початкове значення, або набувати нових відтінків значення залежно від потреб сфери запозичення. У цьому сенсі термінологія туризму демонструє високий ступінь семантичної відкритості: багато термінів приходять з економіки, права, транспорту, обчислюваної техніки, медицини, спорту та інших дисциплін. А вже після інтеграції у сферу туризму ці терміни можуть зазнавати семантичної корекції, при цьому їхнє головне значення переходить на другий план, тоді як центральним стає нове, те що більш відповідне контексту. Таким чином, словник туризму утворює складну структуру з власними підсистемами та водночас підтримує широкі семантичні зв'язки із сусідніми термінологіями. Як і в інших професійних мовах, його системний характер проявляється в концептуальній сфері, де кожна лексична одиниця функціонує не самотійно, а у зв'язку з іншими термінами в межах того самого семантичного простору (Біян, 2009).

Туристична термінологія як в англійській, так і в українській мовах включає широкий спектр лексичних одиниць, що відрізняються своєю морфологічною структурою. У термінологічних дослідженнях традиційним є зосередження на аналізі термінів за їх внутрішньою будовою, послідовністю морфем та визначенням структурних моделей спеціалізованих одиниць, а також кількісного розподілу їх формальних типів. Вивчення цих структурних моделей зазвичай починається з розмежування двох основних категорій: однослівні терміни (моноксемні одиниці) та багатослівні терміни (складні, полілексемні одиниці). Такий поділ відображає природні обмеження мови: не завжди можливо створити нове самотійне слово для кожного конкретного

поняття, що призводить до частого використання багатокомпонентних виразів. Як зазначала В. Виноградова, хоча різноманітність людського досвіду практично безмежна, навіть найбагатша мова має обмежені лексичні ресурси (Кошевніков, 2016). У сфері туристичної логістики такі обмеження особливо очевидні. Багато понять, такі як трансфер, стикувальний рейс або планування маршруту, неможливо виразити одним словом і тому потребують багатослівних комбінацій. Це демонструє, як структура термінів не лише відображає лінгвістичні тенденції, але й забезпечує точну професійну комунікацію у складній системі туризму та його логістичних процесах.

Термінологія, що функціонує в галузі логістичних маршрутів у туризмі, характеризується великою різноманітністю, що відображає як специфіку туристичної галузі, та і її організаційно-структурну складність. Досліджувана термінологічна система складається зі значної кількості міждисциплінарних термінів, а також позначень, утворених за рахунок складних синтаксичних конструкцій. Незважаючи на активні процеси іншомовних запозичень, термінологія туристичної логістики швидко розширюється за рахунок інновацій, що створюються з власних ресурсів мови. Це, перш за все, морфологічні, синтаксичні та семантичні неологізми, а також терміни, запозичені з інших галузей, зокрема економіки, інформаційних технологій, транспорту та менеджменту.

1.3 Характеристика англомовної термінології логістичних маршрутів у туристичній сфері

Згідно з матеріалами Всесвітньої туристичної конференції, організованої COT у Мадриді в 1981 році, туризм вважається формою активного дозвілля, що складається з поїздок, здійснених з метою дослідження різних регіонів або нових країн, часто поєднаних зі спортивними заходами в деяких країнах. У 1993 році Статистична комісія

Організації Об'єднаних Націй затвердила визначення, яке описує туризм як діяльність осіб, які подорожують та перебувають у місцях поза межами свого звичного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, з метою відпочинку, бізнесу або з інших причин.

Галузь туризму в Україні активно розвивалась до початку війни. Після збройного вторгнення країни-агресора 24 лютого 2022 року темпи розвитку галузі були суттєво уповільнені. Кожен сектор використовує власну термінологію. Загальновизнано, що «туристична термінологія як засіб комунікації в туристичній спільноті, іншими словами, спеціалізована мова, що використовується туристами та фахівцями галузі, ілюструє одне з швидкозростаючих соціолінгвістичних явищ». Важливо зазначити, що відмінною рисою туристичної галузі є її взаємодія з багатьма суміжними секторами, такими як транспорт, громадське харчування та розваги. Отже, туризм охоплює складний комплекс видів діяльності. Кожен з цих видів діяльності, пов'язаних з туризмом, має свою власну групу термінів, які відрізняються від інших термінологічних груп специфікою конкретного виду діяльності. Сьогодні туристична галузь охоплює кілька взаємопов'язаних секторів:

- 1) сектор гостинності, який передбачає розміщення туристів у готелях, кемпінгах та подібних закладах;
- 2) сектор громадського харчування, який працює через спеціалізовані заклади, такі як кафетерії, кав'ярні та ресторани;
- 3) сектор розваг, який організовує дозвілля для туристів, включаючи екскурсії, піші прогулянки та спортивні заходи;
- 4) транспортний сектор, який забезпечує доставку туристів до місць призначення. Така структурна організація туристичної галузі передбачає, що її термінологія збагачується лексикою з секторів, що входять до її складу. Отже, терміносистема туризму активно взаємодіє з іншими терміносистемами, вступаючи в динамічні взаємозв'язки, які часто проявляються через запозичення термінів. В результаті термін може вийти за

межі своєї початкової системи та стати частиною іншої, і навпаки. Така взаємодія ускладнює проведення чітких розмежувань між окремими терміносистемами (Саламаха, Бондар, Сологуб, 2023).

Розвиток та активне використання термінології, пов'язаної з логістичними маршрутами, у сфері туризму підкреслює необхідність точного та адекватного перекладу, оскільки від цього значною мірою залежить правильне розуміння та передача інформації як у межах країни, так і на міжнародному рівні. Питання перекладу спеціалізованих термінів у цій галузі вже не раз вивчалось науковцями, проте воно залишається дуже актуальним і сьогодні. Ця потреба виникає, перш за все, через запити іноземних туристів, які планують свої подорожі та шукають точну інформацію щодо маршрутів, видів транспорту та організаційних аспектів своїх поїздок. З цієї причини карти, путівники, інформаційні брошури та інші пов'язані матеріали зазвичай публікуються як офіційною, так і англійською мовами, що робить правильний переклад логістичної термінології особливо важливим.

Варто зазначити, що терміни, пов'язані з організацією туристичних маршрутів, часто функціонують у певних контекстах і можуть набувати різних інтерпретацій залежно від комунікативної ситуації. Це вказує на важливість аналізу не лише самих термінів, але й текстів, у які вони вбудовані. Тексти, що описують логістичні аспекти туризму, є значущими не лише як джерело фактичної інформації, але й як засіб формування очікувань та вражень, що безпосередньо впливають на досвід туриста. Точність перекладу в таких матеріалах визначає, наскільки ефективно мандрівник може планувати та організовувати свій маршрут, а отже, наскільки успішно він може насолоджуватися своєю подорожжю.

Особливу увагу слід приділяти текстам, що описують туристичні маршрути з точки зору логістики, оскільки ці матеріали є динамічними, змінними та сильно впливають на вибір туриста. У цьому контексті завдання перекладача полягає не лише в передачі спеціалізованої термінології, а й у збереженні стилістичних та прагматичних особливостей тексту, щоб

перекладена версія повністю відповідала оригіналу. Водночас перекладачі повинні враховувати культурні відмінності та асоціації, спільні для цільової аудиторії, щоб уникнути непорозумінь або неточних інтерпретацій.

У своєму дослідженні М. М. Везубенко зазначає, що німецькомовні рекламні тексти, комунікативні стратегії, такі як апеляції до надійності, авторитетності, ефективності, вигідних пропозицій та емоційного впливу, відіграють вирішальну роль у формуванні переконливого дискурсу. Застосовуючи ці стратегії до сфери туристичної логістики, вони підкреслюють необхідність для перекладачів зберігати не лише термінологічну точність, а й стилістичні та прагматичні особливості оригінального тексту. Підтримка цього балансу гарантує, що перекладений матеріал залишається інформативним, переконливим та культурно релевантним. Перекладачі також повинні враховувати культурні відмінності та асоціації, які можуть впливати на сприйняття логістичної термінології цільовою аудиторією.

Більшість термінів які пов'язані з туристичною сферою потрапили в українську мову з англійської, яка є міжнародною, і зазвичай адаптуються шляхом транскрипції, транслітерації або калькування. Наприклад, до поширених запозичень належать «*transfer*», «*check-in*», «*hub*», а також кальковані вирази, такі як «*supply chain*», «*logistical route*» або «*tourist flow*». Важливо зазначити, що такі запозичення часто входять до мови разом із поняттями, які вони позначають, тим самим відображаючи не лише лінгвістичну, а й культурну специфіку галузі. Складність перекладу текстів, що описують логістичні маршрути, насамперед залежить від наявності або відсутності точних еквівалентів для термінів іншою мовою. Еквівалентність досягається лише тоді, коли поняття збігаються в обох мовах (Скібіцька, 2007). У випадках, коли прямого еквівалента не існує, перекладачі повинні вдаватися до описових перекладів, калькування або створення нових термінів. Це робить процес перекладу особливо відповідальним та важливим

для забезпечення точності та ясності в текстах, що стосуються туристичної логістики.

Найчастіше виділяють п'ять основних методів перекладу запозичених термінів, включаючи дослівний переклад (калькування), транскрипцію, транслітерацію або їх поєднання, переклад з використанням відносних або абсолютних еквівалентів, заміщення контекстуального значення та гібридний переклад, який часто передбачає використання іноземних слів, іноді зберігаючи їхнє оригінальне латинське написання. Подібні стратегії перекладу також обговорюються в роботах Т.Р. Кияка, А.М. Науменка та О.Д. Огуй. На думку цих вчених, методи перекладу можуть включати транскрипцію, яка відтворює приблизне звучання слова, та транслітерацію, яка відтворює його графічну форму. Калькування передбачає переклад слова або його частин за допомогою лексичних еквівалентів, тоді як заміщення стосується використання словникових еквівалентів. Семантичне запозичення передбачає використання усталених еквівалентів з мови перекладу. Інші методи включають антонімічний переклад, який замінює значення терміна його протилежним, та синонімічний переклад, який замінює термін словом з подібним значенням. Уточнення, або конкретизація, звужує ширше значення слова, тоді як описовий переклад, або експлікація, передає значення терміна, коли калькування призвело б до втрати сенсу. Редукування передбачає пропуск деяких елементів терміна, тоді як узагальнення замінює вузьке поняття ширшим. Перестановка переставляє компоненти терміна або речення, а транспозиція змінює частину мови слова. Ці підходи разом забезпечують комплексну основу для точного та ефективного перекладу спеціалізованої термінології (Кияк, Науменко, Огуй, 2008).

У туристичній галузі точна термінологія відіграє вирішальну роль у забезпеченні ефективної комунікації як між фахівцями, так і між туристами. Одна з найскладніших областей цієї термінології стосується логістичних маршрутів, які охоплюють планування транспорту, пасажиропотоки, мультимодальні сполучення та організацію туристичних маршрутів. Щоб

зрозуміти структуру та функціональність цієї лексики, необхідно класифікувати терміни відповідно до їх морфологічних та синтаксичних характеристик.

Фіксовані термінологічні фрази визначаються як «стійкі багатокomпонентні комбінації, в яких заміна будь-якого складового елемента синонімом порушила б семантичну цілісність усього виразу». На противагу цьому, вільні термінологічні комбінації дозволяють замінювати один або два елементи без порушення загального значення. Термінологічні одиниці, в яких синтаксичні зв'язки виражаються за допомогою прийменників або сполучників, називаються фразовими термінами. Окрім цих формальних типів, деякі дослідники виділяють аббревіатури як окрему структурну категорію (Алексєєнко, Пефтієва, Тарапатов 2021).

На основі цієї типології в галузі термінології туристичної логістики можна виділити такі моделі:

- прості терміни, наприклад: *route* (маршрут), *transfer* (трансфер), *itinerary* (маршрутна поїздка), *schedule* (розклад);
- складні терміни, наприклад: *multimodal transport* (мультимодальний транспорт), *passenger flow* (потік пасажирів), *logistics hub* (транспортний вузол);
- зв'язані термінологічні сполученні, наприклад: *baggage handling system* (система обробки багажу), *second-class connection* (сполучення другого класу), *centralized dispatch center* (централізований диспетчерський центр);
- вільні термінологічні сполучення, наприклад: *express shuttle = rapid transfer* (експрес-шатл = швидкий трансфер), *standard route = basic itinerary* (стандартний маршрут = базова поїздка);
- фразові терміни, наприклад: *check-in time* (час реєстрації), *load distribution plan* (план розподілу вантажу), *route optimization* (оптимізація маршруту);

- скорочення, наприклад: *ETA = Estimated Time of Arrival* (розрахунковий час прибуття), *LCL = Less than Container Load* (менше контейнерне вантаження).

Термінологічні сполучення представлені дво-, три-, та чотирьохкомпонентними моделями, а також фразовими термінами, де синтаксичні зв'язки виражені за допомогою прийменників або сполучників. Двокомпонентні сполучення складаються з ядрового (основного) і визначального (атрибутивного) компонентів, наприклад: *route plan* – план маршруту, *passanger transfer* – пересадка пасажирів, *cargo hub* – логістичний вузол. Ядровий компонент зазвичай виражений іменником, в той час як визначальний може мати різні граматичні форми.

Серед трикомпонентних термінологічних моделей науковці виділили:

- N+N+N, наприклад: *passenger transfer schedule* – графік пересадок пасажирів;
- Adj+N+N, наприклад: *central logistics hub* – центральний логістичний вузол, *temporary storage facility* – тимчасовий склад.
- V+N+N, наприклад: *expected arrival time* – очікуваний час прибуття, *scheduled delivery route* – запланований маршрут доставки.

Чотирьохкомпонентні термінологічні сполучення, як правило, відображають складні процеси або параметри маршруту. Такі терміни складаються з чотирьох елементів, де основний компонент визначає головний об'єкт або процес, в той час як інші компоненти уточнюють його характеристики, параметри або умови функціонування (Алексєєнко, Пефтієва, Тарапатов). Прикладом таких термінологічних сполучень можуть бути: *average estimated travel system* – середній розрахунковий час маршруту; *total passenger transfer cost* – загальна вартість пересадок пасажирів; *daily route activity report* – щоденний звіт про активність маршруту; *scheduled vehicle maintenance plan* – план технічного обслуговування транспортних засобів.

Дослідження термінології туристичної сфери дозволяє виділити видимі відмінності між англійською та українською лінгвістичними системами. Англомовна термінологія туризму демонструє високий рівень продуктивності та динамічності: вона досить активно засвоює неологізми, запозичені слова та спеціалізовані терміни з суміжних галузей, таких як логістика, транспорт та менеджмент. Терміни часто слугують аналогами для міжнародного спілкування завдяки своїй точності та стандартизації в різних країнах.

На відміну від цього, українська термінологія часто використовує як основу запозичення та кальки з англійської мови. Навіть якщо існують українські еквіваленти, перекладачі частіше надають перевагу використанню англійських термінів, які легше засвоюються мовою. Звісно, така тенденція може призвести до надмірного використання іноземної лексики, що потенційно знижує видимість та розвиток рідних лексичних систем. Попри це, українська мова підкреслює здатність для адаптації, створюючи еквіваленти, що відповідають контексту та легко інтерпретуються, особливо у випадках коли англійський термін не має прямого українського аналогу.

Згідно з науковими підходами, можна зазначити, що англомовна термінологія логістичних маршрутів туристичної сфери є спеціалізованою лексичною системою, яка відображає інформаційні, транспортні та організаційні процеси, пов'язані з плануванням та реалізацією туристичних поїздок. Воно охоплює широкий спектр лінгвістичних одиниць, що дозволяють передавати детальну інформацію про маршрути, транспортні вузли та логістичну координацію. Англійська термінологія демонструє високий рівень контекстуальної залежності, що підкреслює необхідність врахування семантики, прагматики та культурних аспектів під час перекладу термінів іншими мовами, зокрема українською. Завдяки своїй структурній гнучкості та стандартизованості, англомовна термінологія логістичних маршрутів відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної міжнародної

комунікації, сприяє точності планування туристичних поїздок та полегшує координацію між різними суб'єктами туристичної діяльності.

1.4 Структурно-прагматичні особливості логістичних термінів

Аналіз зібраного матеріалу, представленого англійською термінологією туристичної логістики, демонструє, що однослівні терміни складають меншу частку порівняно з багатослівними одиницями. Окремі лексичні одиниці зустрічаються не зовсім часто зазвичай включають такі приклади: *hub* (вузол), *cargo* (вантаж), *route* (маршрут), *shipment* (відправлення), *transfer* (трансфер), *dispatch* (диспетчеризація).

На противагу цьому, багатослівні терміни переважають і входять до складу більшої частини дослідженої лексики. Вони відображають зростаючу складність транспортних та організаційних процесів у сфері туристичної галузі. Типовими прикладами є: *baggage handling system* (система обробки багажу), *passenger transfer schedule* (графік пересадок пасажирів), *multimodal transport route* (маршрут мультимодального транспорту), *centralized dispatch center* (централізований диспетчерський центр), *temporary storage facility* (тимчасовий склад), *logistics coordination plan* (план координації логістики).

Однослівні терміни можна поділити на такі групи: прості (кореневі), афіксні (терміни, які містять корінь та один або більше афіксів), складні (складаються з більше ніж однієї кореневої морфеми), аббревіатури.

До простих термінів належить більша частина зібраної лексики. Кореневі слова визначаються як безафіксні лексичні одиниці, в яких основа лексеми збігається з коренем. Прикладами таких слів можна назвати: *container* (контейнер), *fleet* (флот), *dock* (причал), *luggage* (багаж). Однослівні терміни є основою професійної лексики та характеризується високим номінаційним матеріалом, який реалізується через різні дериваційні механізми. Для таких слів є характерна семантична або нелінійна деривація:

кореневий термін розвиває систему специфічних значень, представлених лексико-семантичними варіантами, що функціонують як незалежні одиниці в межах термінологічної сфери.

Афіксальними термінами можна назвати лексичні одиниці, в яких коренева морфема поєднується з одним або декількома афіксами для утворення нового слова. Серед найпоширеніших афіксів є : -er, -or, -ing, -ist, -ation, -ment, -ship, re-, un-, pre-, trans-, in-. Серед прикладів таких афіксальних термінів можна виокреми: *boarding* (посадка), *traveler* (пасажир), *rebooking* (повторне бронювання), *transportation* (транспортування), *preload* (попереднє завантаження), *unloading* (розвантаження), *intermodal* (інтермодальний).

Складними називають терміни, що складаються з двох або більше кореневих морфем та відображають складні логістичні процеси та функції. До прикладів таких одиниць належать: *vehicle fleet* (автопарк), *tracking system* (система відстеження), *intercity transport* (міжміське перевезення), *airport shuttle* (транспорт аеропорту), *logistics network* (логістична мережа).

Модель аббревіатурного термінотворення є високоефективний та в цей час компактним методом утворення спеціалізованої термінології. За їхньою структурною формою можна класифікувати таким чином:

1. Поєднані складні терміни: утворені шляхом об'єднання частин двох або більше слів для створення нової лексичної одиниці. До прикладів можна віднести: *logihub* – центральний логістичний вузол (central hub for coordinating logistics operations); *eco-shipment* – екологічне перевезення (environmentally-friendly cargo transport); *check-in-time* – час реєстрації на транспортних пунктах (scheduled arrival time at transport points).

2. Скорочені терміни: формуються шляхом скорочення довших слів із збереженням основного значення. Наприклад: *depot* – склад або центр розподілу (distribution center); *transit* – транзитне перевезення (transit cargo or transport process).

3. Телескопічні терміни: утворюються шляхом скорочення або об'єднання кількох компонентів в одне слово. Слова такі як: *freightrac* –

система відстеження вантажів (freight tracking system); *wareport* – система звітності складу (warehouse reporting system).

4. Акронімічні терміни: будуються з початкових літер багатослівних словосполучень. Наприклад: LCL – менше контейнерне вантаження (Less than Container Load); ETA – розрахунковий час прибуття (Estimated Time of Arrival).

Аналіз зібраного матеріалу з туристичної термінології свідчить про те, що сучасна європейська термінологічна лексика характеризується чітким переважанням багатослівних сполучень над однослівними термінами. Однослівні терміни становлять менше половини всіх виявлених одиниць, тоді як багатослівні сполучення складають приблизно 56% англомовного термінологічного корпусу (Степанова, Чернишова, 2005).

Дослідження також виявило кілька типових структурних моделей формування термінологічних сполучень у сфері туристичної логістики. Такі сполучення зазвичай складаються з основного елемента, представленого іменником у називному відмінку, та одного або кількох уточнюючих елементів, що надають детальну інформацію про властивості чи функції об'єкта.

Форма терміна слугує важливим інструментом для представлення визначених родових та інших термінологічних зв'язків. Спеціалізоване терміносполучення, з одного боку, належить до певної системи термінологічних зв'язків, виступаючи членом певного термінологічного поля. З іншого боку, воно функціонує в системі словосполучень певної мови, нагадуючи звичайні фрази, але відрізняючись низкою лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей (Gheorghe1 G., Tudorache P., Nistoreanu P., 2014).

Ключовими характеристика термінологічних сполучень є:

- передача чіткого поняття;
- ступінь стабільності;
- компоненти зберігають свої первинні номінативні значення;

- використовуються в нейтральному стилі;
- як правило не мають синонімів;

В англійській туристичній термінології домінують атрибутивні комбінації на основі іменників, особливо в структурі «N+N», де перший іменник функціонує як модифікатор. Ці комбінації широко використовуються для опису логістичних та туристичних процесів, таких як: *air travel* – час у польоті, *baggage car* – багажний вагон, *baggage room* – камера зберігання.

Визначення частини мови модифікатора може бути складним, коли йому бракує афіксації, що розмиває межі між складними словами та словосполученнями. Деякі терміни виникають через дефіс або злиті, наприклад: *baggage-man*, *customhouse*, що відображають гнучкість англійських морфологічних моделей.

Більш складні ланцюги з трьома або більше коренями, такі як *around-the-world journey*, *coast-to-coast flight* та *round-the-world trip*, показують, що основний іменник зазвичай визначає граматичну категорію всього терміна.

Також поширені атрибутивні фрази з прикметниками, що стоять перед іменниками, такі як *advance table* – заздалегідь запланований розклад, *common room* – загальна кімната та *continental breakfast* – континентальний сніданок, що відповідають схемі «A+N». Менш поширені фрази з дієприкметниками теперішнього часу як премодифікаторами, наприклад, *bathing place* – приморський курорт, *crossing tour* – тур по переправі, *dining car* – вагон-ресторан) та *boarding card* – посадковий талон, що структуровані як «Ving+N».

Прагматикою є розділ лінгвістики, який вивчає, як мова використовується в контексті для передачі значення, впливу на комунікацію та досягнення певних цілей. На відміну від семантики, яка зосереджується на буквальному значенні слів і речень, прагматика досліджує, як значення змінюється залежно від ситуації, намірів мовця, інтерпретації слухача та культурних чи соціальних факторів.

У сфері туризму чітка комунікація є важливою для забезпечення організації поїздок, координації між різними постачальниками послуг та задоволення туристів. З'явилися спеціалізовані терміни в туристичній логістиці, щоб стандартизувати мову, зменшити непорозуміння та надати точну інформацію про маршрути, трансфери, розклади та послуги. З часом ці терміни розвивалися не лише для опису конкретних об'єктів чи процесів, але й для прагматичних цілей.

Комунікативна функція взаємодії полягає в обміні інформацією між людьми. Важливо наголосити, що людське спілкування не обмежується лише процесами отримання та передачі інформації, як це відбувається в технічних пристроях. В теорії інформації розглядається лише зовнішній аспект комунікації — той факт, що інформація передається від одного технічного пристрою до іншого, — і вимірюються такі формальні характеристики, як обсяг, точність і швидкість передачі. Натомість людське спілкування відрізняється тим, що інформація не тільки передається, але й формується, уточнюється та розвивається протягом усієї взаємодії. Ця функція мови має вагоме значення в галузі туристичної логістики, де точний обмін інформацією має вирішальну роль. У цьому контексті спеціалізовані терміни допомагають координувати рух пасажирів і вантажів, організовувати розклади та керувати маршрутами подорожей. Наприклад, такі терміни, як *transfer point* – пункт пересадки, *passenger flow* – потік пасажирів, або *centralized dispatch* – централізоване керування перевезеннями, дозволяють фахівцям передавати точні інструкції та гарантувати, що всі сторони — туроператори, транспортні компанії та туристи — розуміють операційний план. Так само чітка термінологія в туристичних путівниках або брошурах, така як *boarding time* – час посадки або *baggage claim area* – зона видачі багажу, дозволяє туристам ефективно орієнтуватися у своїх подорожах, мінімізуючи непорозуміння та затримки. Таким чином, комунікативна функція є не лише теоретичною, а й активно сприяє практичній координації та прийняттю рішень у туристичній галузі.

Поняття «контексту» в лінгвістиці слід розуміти широко. Він охоплює не лише текстовий контекст, тобто фрагмент дискурсу, в якому використовується певний термін, але й екстралінгвістичний контекст — сукупність обставин поза текстом, включаючи відправника та одержувача повідомлення, соціальну ситуацію, а також час і місце подій. Ці фактори суттєво впливають на точне розуміння терміна та його комунікативної функції. (Котнюк, 2005). Безпосередньо, у сфері туризму значення термінів часто змінюється залежно від конкретної ситуації наприклад: *terminal* — термінал, може стосуватися терміналу аеропорту, залізничної станції або кінцевої точки маршруту; *check-in* — реєстрація, в готелі позначає реєстрацію гостя, в транспортних документах — контроль доставки багажу; інші терміни, такі як *express shuttle* — експрес-перевезення або *passenger transfer* — перевезення пасажирів, набувають специфічного значення залежно від контексту використання та цільової аудиторії.

Термінологія в туристичній логістиці розробляється з ретельним урахуванням цільової аудиторії, для якої призначений текст або документ. Аудиторія визначає не лише вибір конкретних термінів, але й їх стилістичну форму, рівень складності, ступінь точності та ступінь деталізації. Досягнення зрозумілості та контекстуальної відповідності термінів має важливе значення, оскільки непорозуміння можуть призвести до негативних наслідків у логістичних операціях, затримок у перевезеннях або неправильного спілкування з туристами. У професійному спілкуванні, такому як внутрішні документи для логістичного персоналу, транспортних операторів або персоналу туристичних компаній, зазвичай використовуються технічні терміни та скорочення, наприклад: ETA — *estimated time of arrival* (очікуваний час прибуття), LCL — *less than container load* (менше, ніж завантаження контейнера). Ці терміни допомагають здійснювати точний та ефективний обмін інформацією без додаткових пояснень, оскільки аудиторія має необхідну професійну підготовку. Для туристів та неспеціалізованої аудиторії термінологія часто адаптується до більш доступних форм.

Наприклад, замість використання скорочень, таких як ETA, тексти, призначені для туристів, можуть використовувати «*estimated time of arrival*».

Стилістично терміни в туристичній логістиці як правило нейтральні та позбавлені емоційних забарвлень, що забезпечує об'єктивність та ясність. Відсутність експресивних або переконливих слів або фраз є важливими елементами для запобігання неправильному тлумаченню, точного управління очікуваннями та підтримки ефективної комунікації між логістичним персоналом та туристами.

Туризм, як глобальне явище, тісно пов'язаний з логістикою, оскільки будь-яка міжнародна подорож вимагає добре організованої системи транспортування, розміщення та надання послуг. У цьому контексті використання точної логістичної термінології забезпечує ясність та ефективність комунікації через культурні та мовні кордони. Такі терміни, як *international routing* – міжнародна маршрутизація, *centralized dispatch* – централізоване диспетчерське керування, *cross-docking* – перетарування без зберігання не обмежуються комерційною логістикою, а й знаходять безпосереднє застосування у сфері туризму, зокрема, при плануванні туристичних маршрутів та координації туристичних потоків.

Наприклад, під час організації транс'європейського автобусного туру туристичні компанії повинні спиратися на такі концепції, як «*hub-and-spoke system*» (система вузлов-спиці), для побудови маршрутів через основні транспортні вузли, наприклад Відень, Прага чи Будапешт. Аналогічно, поняття «*time slot allocation*» (розподіл часових слотів) має велике значення при координації чартерних рейсів для груп туристів. Ці терміни передають міжкультурний характер туризму, де мандрівники з різних країн взаємодіють через єдину логістичну структуру, яка гарантує ефективність та безпеку.

Міжкультурна сфера туризму ще більше підкріплюється необхідністю стандартизації комунікації у наданні послуг. Міжнародні готелі та транспортні компанії широко використовують нейтральні та загальнозрозумілі терміни, такі як «*check-in/check-out*» (реєстрація

заїзду/виїзду), «*boarding pass*» (посадковий талон), «*through ticket*» (єдиний квиток) або «*transfer poin*» (пункт пересадки). Ці елементи ілюструють, як логістична термінологія не тільки сприяє технічній стороні туризму, але й покращує міжкультурне розуміння, забезпечуючи спільний комунікативний код. Таким чином, інтеграція логістичних термінів у туристичній галузі демонструє її подвійне значення: з одного боку, вона забезпечує функціональність глобальних туристичних маршрутів, а з іншого боку, сприяє міжкультурному діалогу, об'єднуючи комунікацію між учасниками з різним мовним та культурним походженням.

Висновки до Розділу 1

Перший розділ роботи присвячено теоретичному узагальненню особливостей англomовної термінологічної системи, що обслуговує логістичні маршрути в туристичній галузі, яка в умовах глобалізації бізнес-процесів набуває статусу фундаментального елемента професійного дискурсу. У ході дослідження з'ясовано, що функціональне навантаження логістичних термінів виходить далеко за межі номінації об'єктів чи процесів, охоплюючи забезпечення комунікативної ефективності фахової спільноти, регулювання туристичних потоків та формування уявлень споживачів про якість та зміст послуг.

У роботі акцентовано на тому, що фахова лексика виступає дієвим інструментом організації дискурсу, уможливлуючи точну трансляцію складних понять та координацію взаємодії всіх учасників ринку. Аналіз специфіки логістики в туризмі засвідчив, що відповідна терміносистема є відображенням системності та багатовекторності галузі, інтегруючи аспекти транспортного забезпечення, безпеки та сервісного супроводу. Окремий наголос зроблено на залежності семантики англomовних одиниць від умов їх використання: значення терміна може варіюватися відповідно до специфіки

маршруту чи виду транспорту. Водночас уніфікація лексики згідно з міжнародними стандартами гарантує її прозорість та зрозумілість як для фахівців, так і для мандрівників незалежно від їхньої географічної приналежності.

Значну увагу приділено структурно-прагматичним характеристикам досліджуваних одиниць. Встановлено, що їх творення відбувається шляхом аббревіації, основоскладання та запозичення, що свідчить про гнучкість мовної системи та здатність лексики виконувати поліфункціональні ролі. Характерною рисою є варіативність функціонування термінів залежно від адресата: у спілкуванні експертів домінує лаконічна спеціалізована лексика та скорочення для оптимізації обміну даними, тоді як для клієнтів ці ж поняття трансформуються в дескриптивні конструкції. Така адаптивність сприяє усуненню бар'єрів у сприйнятті інформації, спрощує планування подорожей та забезпечує результативність міжкультурної комунікації.

Підсумовуючи викладене у першому розділі, можна констатувати, що англomовна термінологія логістичних маршрутів є динамічним ресурсом туристичного сектору, що постійно розвивається. Вона не лише обслуговує професійні комунікативні потреби та координує логістичні операції, але й виступає засобом міжнародної інтеграції та адаптації продукту до потреб аудиторії. Отримані теоретичні висновки створюють необхідне підґрунтя для подальшого практичного дослідження специфіки функціонування та перекладу фахових одиниць у туристичних текстах.

РОЗДІЛ 2.

ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЛОГІСТИЧНИХ МАРШРУТІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: ПРОБЛЕМИ ТА СТРАТЕГІЇ

2.1 Перекладацькі стратегії та прийоми у сфері туристичної логістики

Матеріалом для практичного аналізу слугувала вибірка зі 150 англомовних термінологічних одиниць, що функціонують у сфері туристичної логістики. Корпус дослідження було сформовано за принципом диверсифікації джерел з метою охоплення різних комунікативних ситуацій та цільових аудиторій. До вибірки увійшли терміни, відібрані з трьох типів автентичних текстів: по-перше, офіційних сайтів провідних туристичних компаній («*Abercrombie & Kent*», «*G Adventures*», «*Viking River Cruises*»), де термінологія використовується здебільшого з інформаційно-рекламною метою та орієнтована на кінцевого споживача; по-друге, авторитетних галузевих довідників та глосаріїв («*UNWTO Tourism Glossary*», «*IATA Glossary of Terms*»), що представляють стандартизовану, кодифіковану лексику для фахівців галузі; по-третє, офіційних юридичних документів – договорів та умов перевезення (*Cruise Ticket Contract* компанії «*Royal Caribbean*», *Conditions of Carriage* компанії «*British Airways*»), де термінологія має максимально точне, юридично вивірене значення. Такий підхід до формування вибірки дозволяє не лише проаналізувати семантичні та структурні особливості термінів, але й дослідити, як прагматичні фактори впливають на вибір перекладацьких рішень.

Переклад спеціалізованої термінології, зокрема у такій динамічній галузі як туризм, вимагає застосування комплексного дворівневого підходу. На першому, макрорівні, перекладач обирає глобальну стратегію, яка визначає загальний підхід до тексту залежно від його комунікативної мети та цільової аудиторії. Ця стратегія є своєрідним планом дій, що скеровує

подальші рішення. На другому, мікрорівні, для реалізації обраної стратегії перекладач використовує конкретні локальні прийоми – тактичні інструменти для адекватного відтворення значення окремих слів, словосполучень та речень. Такий підхід дозволяє уникнути хаотичних, інтуїтивних рішень та забезпечити системність і послідовність перекладу. У межах даного дослідження аналіз перекладацьких рішень буде продемонстровано на матеріалі сформованої вибірки, а методологічною основою для класифікації тактичних інструментів слугуватиме функціональний підхід та класифікація прийомів перекладу, розроблена дослідниками Л. Моліною та А. Хуртадо Альбір (Molina & Hurtado Albir, 2002).

У перекладацькій практиці, особливо в такій багатогранній сфері як туризм, вибір глобальної стратегії є визначальним фактором, що скеровує усі подальші тактичні рішення. Для текстів туристичної галузі цей вибір найчастіше відбувається між двома полярними підходами – доместикацією та форенізацією. Визначення домінантної стратегії залежить від фундаментальних прагматичних чинників: цільової аудиторії тексту та його комунікативної мети. Перша стратегія, доместикація, орієнтована на максимальне наближення тексту до лінгвістичних та культурних норм мови перекладу. Її головна мета – створити для читача текст, що сприймається як природний, «рідний» та легкий для розуміння, усуваючи будь-які бар'єри, що можуть виникнути через культурні чи мовні розбіжності. Така стратегія є пріоритетною для матеріалів, призначених для кінцевого споживача, тобто туриста, – рекламних текстів, описів турів на сайтах та путівників, де ключовим є не збереження автентичної форми терміна, а доступне та переконливе роз'яснення послуги.

Стратегія доместикації реалізується через низку прийомів, що замінюють специфічні поняття мови-джерела на звичні та зрозумілі для цільової аудиторії відповідники. Особливо яскраво це проявляється при

перекладі назв послуг, які не мають усталеного однослівного еквівалента в українській мові. Наприклад:

*Save up to 75% on the **single supplement** in stateroom categories 1-3* (Abercrombie and Kent, 2025).

*Зекономте до 75% на **доплаті за одномісне розміщення** в каютах категорій 1-3.*

*We ask you to use your discretion when considering **optional activities** directly with suppliers* (Adventure Tours, 2025).

*Ми просимо вас діяти на власний розсуд під час розгляду **факультативних заходів** безпосередньо з постачальниками.*

Як бачимо, термін *Single Supplement* при дослівному перекладі або калькуванні звучав би громіздко та неприродно. Натомість, застосовуючи прийом опису, перекладач створює зрозумілий для туриста варіант «*Доплата за одномісне розміщення*». Аналогічно, назва послуги *Meet and Greet Service* відтворюється не запозиченням, а через детальний опис її функції – «*Послуга зустрічі в аеропорту/на вокзалі*», що миттєво інформує клієнта про суть пропозиції. Цей самий підхід спостерігається і у випадку з терміном *Optional Activity*, який адаптується як «*Факультативний захід*» або «*екскурсія за бажанням*», що є набагато більш звичним та інформативним для українського споживача, ніж формальне «опціональна активність».

Подальший аналіз вибірки демонструє, що доместикація є ключовою для відтворення складних понять, що описують тип та якість туристичного продукту.

*Behind every A&K **Tailormade Journey** is an international network of experts – from polar explorers and Egyptologists to well-connected concierges and guardian angels on hand 24/7 – in all seven continents on earth* (Abercrombie and Kent, 2025).

*За кожною **індивідуально розробленою подорожжю** від Abercrombie and Kent стоїть міжнародна мережа експертів – від полярних дослідників*

та єгиптологів до консьєржів із широкими зв'язками й ангелів-охоронців, які доступні цілодобово (24/7), – на всіх семи континентах Землі.

Meals as specified on a table d'hôte basis. “Full board” indicates breakfast, lunch and dinner; “half board” is breakfast and dinner.

Харчування надається відповідно до зазначеного за принципом комплексного меню (*table d'hôte*). Термін «повний пансіон» (*full board*) передбачає сніданок, обід і вечерю; «напівпансіон» (*half board*) – сніданок і вечерю.

Як бачимо, термін *Tailor-Made Journey*, який позначає одну з найпопулярніших послуг у преміумсегменті, перекладається не буквально, а за допомогою описової конструкції «Індивідуально розроблена подорож». Такий переклад точно передає унікальність та персоналізований характер послуги, що є ключовою маркетинговою перевагою. Так само терміни, що позначають типи харчування, як-от *Full Board* та *Half Board*, відтворюються через усталені українські еквіваленти «Повний пансіон» та «Напівпансіон» відповідно. Використання цих закріплених у мовній практиці відповідників є важливим елементом доместикації, оскільки вони не вимагають від туриста додаткових зусиль для розуміння та чітко окреслюють обсяг включених у вартість послуг, запобігаючи можливим непорозумінням.

Окрім термінів, що позначають послуги, стратегія доместикації поширюється і на описові характеристики логістичних процесів, метою яких є створення позитивного враження у клієнта. Наприклад, термінологічне сполучення *Scenic Drive* можна було б перекласти нейтрально як «видова поїздка», однак для досягнення більшого емоційного впливу та відповідності рекламному стилю обирається більш розгорнутий та привабливий варіант «Поїздка мальовничим маршрутом». Це рішення адаптує лаконічну англійську конструкцію до мети тексту, роблячи опис більш привабливим для туриста. Подібним чином термін *Luxury Coach* перекладається не просто як «розкішний автобус», а як «Туристичний автобус класу люкс», що є більш звичним для українського ринку туристичних послуг і чіткіше позиціонує

рівень комфорту транспортного засобу. В усіх цих випадках перекладач свідомо відмовляється від збереження форми оригіналу на користь ясності, емоційної привабливості та доступності змісту для цільової аудиторії.

Протилежною за своєю суттю та інструментарієм є стратегія форенізації, що полягає в умисному збереженні лінгвістичної та культурної інакшості вихідного тексту. Її головна мета – максимально точно передати особливості професійного середовища або юридичного контексту, зберігши специфічну термінологію, навіть якщо це потенційно ускладнює сприйняття для непідготовленого читача. Ця стратегія та її елементи є доречними та навіть необхідними при перекладі текстів, призначених для фахівців: юристів, логістів, авіаційних менеджерів та інших працівників туристичної галузі. Йдеться про юридичні документи, такі як договори та умови перевезення, а також про внутрішню документацію, галузеві стандарти та спеціалізовані глосарії. У таких текстах пріоритетом є максимальна точність, однозначність та збереження міжнародно визнаної термінології, адже форенізація дозволяє уникнути термінологічних розбіжностей та забезпечити ефективне порозуміння між фахівцями з різних країн.

Стратегія форенізації найчастіше реалізується через прийоми запозичення та калькування, які дозволяють зберегти форму оригінального терміна. Наприклад, міжнародний авіаційний термін *Hub* перекладається через натуралізоване запозичення «Хаб», оскільки це слово є невіддільною частиною професійного лексикону і має чітко визначене значення «вузловий аеропорт». Спроба замінити його описовою конструкцією в тексті для фахівців була б недоречною та могла б свідчити про некомпетентність. Так само термін *Transit* повністю зберігає свою форму в українській мові як «Транзит», будучи інтернаціоналізмом. Навіть у випадках, коли існують потенційні українські відповідники, перевага надається запозиченню, як-от у слові *Check-in*, яке транслітерується як «Чек-ін» або «реєстрація», але в професійному спілкуванні найчастіше зберігає свою автентичну форму для швидкості комунікації.

Особливо важливою стратегія форенізації є при перекладі юридичної термінології, де кожне слово має чітко визначене правове значення. Наприклад, латинський вираз *Force Majeure*, що є стандартом у міжнародному договірному праві, запозичується в українську мову як «*Форс-мажор*», зберігаючи свій юридичний статус та повний обсяг значень. Будь-яка спроба перекласти його описово, наприклад, як «обставини непереборної сили», хоч і є правильною, у тексті договору може призвести до неоднозначного тлумачення. Подібним чином відтворюються й інші терміни:

Carrier's liability for loss or damage to property during the Land Tour portion of a CruiseTour is limited to \$300.00 per Passenger (Cruisetour Ticket Contract, 2025).

***Відповідальність Перевізника** за втрату або пошкодження майна під час наземної частини круїз-туру обмежується сумою 300,00 доларів США на одного Пасажира.*

*Tariff – the published fares, charges and related **conditions of carriage** of an airline which have been filed, where required, with the appropriate authorities (General Conditions of Carriage, 2025).*

*Тариф – це опубліковані тарифи, збори та пов'язані з ними **умови перевезення** авіакомпанії, які, у передбачених законодавством випадках, були зареєстровані у відповідних уповноважених органах.*

Як бачимо, терміни *Carrier's Liability* та *Conditions of Carriage* відтворюються за допомогою калькування як «*Відповідальність перевізника*» та «*Умови перевезення*» відповідно. Такий підхід зберігає точну структуру та юридичну семантику понять, що є критично важливим для уникнення правових суперечок та забезпечення відповідності перекладеного документа оригіналу.

Нарешті, невіддільним елементом стратегії форенізації при перекладі текстів для фахівців є збереження оригінальних аббревіатур та акронімів, що функціонують як своєрідний професійний код. Такі скорочення, як *IATA* (*International Air Transport Association*), *PNR* (*Passenger Name Record*) або

GDS (Global Distribution System), є частиною міжнародної мови авіаційної та туристичної галузей. У текстах для фахівців їх переклад або повна розшифровка при кожному вживанні були б надлишковими та неефективними. Тому найчастіше вони залишаються в тексті в оригінальному вигляді (чисте запозичення), можливо, з одноразовою розшифровою при першому згадуванні. Такий підхід зберігає оригінальний професійний код, забезпечує точність посилань на відповідні організації та системи, і підтверджує, що переклад орієнтований на обізнаного читача, для якого ці скорочення є звичними робочими інструментами.

Незалежно від обраної глобальної стратегії, її реалізація на рівні тексту відбувається за допомогою набору конкретних тактичних прийомів. Розглянемо найпоширеніші з них на матеріалі дослідження.

Передусім, прийом запозичення полягає у використанні слова або виразу з мови-джерела безпосередньо в тексті перекладу. Воно може бути як чистим, тобто без будь-яких орфографічних чи граматичних змін, так і натуралізованим, адаптованим до норм цільової мови. У контексті перекладацьких стратегій запозичення виступає ключовим інструментом форенізації. Його застосування дозволяє зберегти автентичність міжнародного професійного дискурсу, підкреслити іноземне походження поняття та забезпечити термінологічну єдність у спілкуванні фахівців з різних країн. У туристичній сфері це особливо актуально для номінації технологічних, логістичних та сервісних реалій, які є глобальними за своєю природою. В сформованій вибірці даний прийом перекладу зустрічається дуже рідко, а саме один раз, коли ми зберігаємо оригінальну аббревіатуру:

*Although every effort has been made to ensure that the data and analysis quoted and used for the research behind any **IATA Economics Report** (the “Report”) is reliable and accurate, the International Air Transport Association shall not be held responsible for any loss or damage caused by errors, omissions, misprints or misinterpretation of the contents hereof ... (Glossary, 2024).*

*Незважаючи на те, що було докладено всіх зусиль для забезпечення надійності та точності даних та аналітичних матеріалів, що цитуються та використовуються в дослідженні, яке лежить в основі будь-якого **Економічного звіту IATA** («Звіт»), Міжнародна асоціація повітряного транспорту не несе відповідальності за будь-які збитки чи шкоду, спричинені помилками, недоглядами, друкарськими помилками чи хибним тлумаченням його змісту.*

Як бачимо, відбувається прямо запозичення до української мови іншомовної аббревіатури, що прямо пов'язане з тим, що в наступній клаузі складнопідрядного речення аббревіатура IATA (*International Air Transport Association*) зазнає розшифрування як *Міжнародна асоціація повітряного транспорту*, тому, на нашу думку, її переклад є зайвим.

Тісно пов'язаною із запозиченням є техніка калькування, яка визначається як дослівний, покомпонентний переклад іноземного слова або фрази, що призводить до створення нової лексичної одиниці в цільовій мові за структурним зразком оригіналу. Цей прийом займає цікаву проміжну позицію між стратегіями. З одного боку, він може слугувати форенізації, коли створює незвичну, хоча й зрозумілу, структуру в мові перекладу. З іншого боку, якщо калькований вираз з часом стає загальноновживаним та органічно входить до терміносистеми, він починає працювати на доместикацію, збагачуючи мову новими поняттями. Наприклад:

A chain of custody model in which the administrative record flow is not necessarily connected to the physical flow of material or product throughout the supply chain (Glossary, 2024).

Модель ланцюга відповідальності, в якій адміністративний документообіг не обов'язково пов'язаний з фізичним потоком матеріалу чи продукції в межах ланцюга постачання.

There are a range of low-cost carriers around the world, serving various populations and routes (Corporate Travel Glossary, 2025).

У світі існує низка бюджетних авіаперевізників, що обслуговують різноманітні маршрути та групи населення.

У нашій вибірці приклади, як-от *Supply Chain* → *Ланцюг постачання* та *Low-Cost Carrier* → *Бюджетний авіаперевізник* демонструють саме другий випадок. Ці кальки вже настільки міцно увійшли в український професійний та загальний узус, що сприймаються як абсолютно природні відповідники, а не як штучні утворення, що свідчить про їхню успішну асиміляцію.

Активно застосовується в сформованій вибірці техніка опису, яка передбачає заміну певного терміна чи виразу розгорнутою характеристикою його форми або функції. Цей прийом стає незамінним, коли в цільовій мові відсутній прямий однослівний еквівалент для позначення специфічної послуги чи культурної реалії. Опис є основним інструментом реалізації стратегії доместикації, оскільки він відмовляється від збереження екзотичної форми оригіналу на користь максимальної ясності та доступності для кінцевого споживача. Замість того, щоб змушувати читача розшифровувати незрозуміле запозичення, перекладач надає йому готове пояснення. Це яскраво ілюструють терміни *Tailor-Made Journey* → *Індивідуально розроблена подорож* та *Meet and Greet Service* → *Послуга зустрічі в аеропорту/на вокзалі*. В обох випадках перекладач не просто знаходить відповідник, а створює детальну дефініцію, що розкриває суть послуги, роблячи її зрозумілою та привабливою для українського туриста, який може не володіти відповідним фоновими знаннями.

Не рідше відбувається і застосування усталеного еквівалента, яке полягає у використанні терміна або виразу, що офіційно визнаний словниками або тривалою мовною практикою як точний відповідник у мові перекладу. Цей прийом є наріжним каменем будь-якого професійного перекладу, оскільки він забезпечує найвищий ступінь точності та семантичної адекватності. У контексті глобальних стратегій усталений еквівалент є потужним інструментом доместикації, адже він апелює до вже наявних, закріплених у свідомості носіїв мови понять, роблячи текст

абсолютно природним і «своїм». Його використання свідчить про високий ступінь розробленості відповідної терміносистеми в цільовій мові. Прикладами з корпусу дослідження є такі пари, як *Boarding Pass* → *Посадковий талон*, *Round Trip* → *Поїздка в обидва кінці* та *Travel Insurance* → *Туристичне страхування*. У кожному з цих випадків український відповідник є не просто вдалим перекладацьким рішенням, а єдиним правильним, стандартизованим варіантом, що не залишає простору для інтерпретацій.

Рідше застосовується прийом посилення, або ампліфікації, полягає у введенні в текст перекладу додаткових деталей чи уточнювальної інформації, яка не була експліцитно виражена в оригіналі, але є необхідною для повного розуміння контексту цільовою аудиторією. Ця техніка є важливим інструментом стратегії доместикації, оскільки вона адаптує лаконічні, часто імпліцитні вихідні конструкції до норм цільової мови, де може вимагатися більша деталізація. Перекладач, по суті, робить приховане явним, щоб уникнути двозначності. Наприклад:

Cancellation by the Passenger after the Cruise or CruiseTour has begun, early disembarkation of the Passenger for any reason, including pursuant to any provision of this Ticket Contract, or “no-shows”, shall be without refund, compensation, or liability on the part of the Carrier whatsoever (Cruisetour Ticket Contract, 2025).

*Анулювання Пасажиром поїздки після початку Круїзу чи Круїз-туру, дострокове сходження Пасажира на берег з будь-якої причини, у тому числі згідно з будь-яким положенням цього Договору перевезення, або **неявка Пасажира на рейс** – не тягнуть за собою жодного повернення коштів, компенсації чи виникнення відповідальності з боку Перевізника.*

*Save up to 75% on the **single supplement** in stateroom categories 1-3 (Abercrombie and Kent, 2025).*

*Зекономте до 75% на **доплаті** за **одномісне розміщення** в каютах категорій 1-3.*

Чудовим прикладом є переклад терміна *No-Show* як «*Неявка пасажира на рейс*». Англійський термін є дуже стислим професіоналізмом, однак український варіант посилює його, додаючи уточнення «пасажира на рейс», що робить поняття абсолютно прозорим для будь-якого читача. Аналогічно, *Single Supplement* відтворюється як «*Доплата за одномісне розміщення*», де слово «доплата» посилюється поясненням своєї причини, що усуває будь-які можливі питання з боку клієнта.

Конкретизація – це прийом, що передбачає заміну більш загального або нейтрального терміна в мові-джерелі на більш точний, специфічний або вужчий за значенням термін у мові перекладу. Цей прийом дозволяє уточнити інформацію відповідно до конкретного контексту, усуваючи потенційну полісемию вихідної одиниці. Конкретизація може слугувати як стратегії доместикації, роблячи текст більш зрозумілим для читача, так і форенізації, коли вибір точного терміна підкреслює специфіку професійної сфери. Наприклад:

*“Cruise” means the specific cruise covered by this Ticket Contract, as the same may be modified and shall include those periods during which the Guest is embarking or disembarking **the Vessel** and those periods when the Guest is on land while **the Vessel** is in port* (Cruisetour Ticket Contract, 2025).

*Термін «Круїз» означає конкретний круїз, передбачений цим Договором перевезення, з можливими змінами та доповненнями, і включає в себе періоди, протягом яких Гість здійснює посадку на **Судно** або сходження з нього, а також періоди, коли Гість перебуває на суші під час стоянки **Судна** в порту/*

*If we and other **carriers** are involved in performing carriage for you under one ticket, or under a conjunction ticket, we will regard the carriage as a single operation for the purposes of the convention* (General Conditions of Carriage, 2025).

*Якщо ми та інші **перевізники** беремо участь у виконанні вашого перевезення за одним квитком або за складеним квитком (conjunction ticket),*

ми розглядатимемо таке перевезення як єдину операцію для цілей відповідної конвенції.

Як бачимо, англійське слово *Vessel*, що є дуже загальним і може означати будь-який плавзасіб, у контексті круїзних договорів конкретизується українським терміном «Судно», який є більш доречним для пасажирських перевезень, ніж «корабель» чи «човен». Інший приклад – термін *Carrier*, який у загальній мові означає «носій», але в юридичному контексті умов перевезення конкретизується до точного правового поняття «Перевізник», що є абсолютно необхідним для юридичної точності документа.

Узагальнення є прийомом, протилежним до конкретизації, і полягає у використанні більш загального або нейтрального терміна в перекладі замість більш специфічного в оригіналі. Ця техніка часто застосовується в межах стратегії доместикації, коли надмірна деталізація оригіналу може бути нерелевантною або навіть заплутати цільову аудиторію, яка не володіє відповідними фоновими знаннями. Перекладач свідомо опускає певні нюанси, щоб передати ключову ідею. Наприклад, у туристичному тексті для широкої аудиторії конкретні типи літаків, як-от *Boeing 777* або *Airbus A320*, можуть бути узагальнені до простого слова «Літак». У нашій вибірці цей прийом менш поширений через специфіку термінологічного матеріалу, проте його можна спостерігати в перекладі терміна *Accommodation*, який передається як «Розміщення / проживання». Українські відповідники є більш загальними, оскільки вони не уточнюють тип розміщення (готель, апартаменти, вілла), що може бути деталізовано в оригінальному контексті, але узагальнено в глосарії.

Перестановка, або транспозиція, є одним із найчастотніших граматичних прийомів, що полягає у зміні частини мови або граматичної категорії без зміни змістового наповнення. Цей прийом є фундаментальним для доместикації, оскільки його головна мета – гармонізувати синтаксичну структуру тексту з нормами цільової мови. Через типологічні розбіжності

між аналітичною англійською та синтетичною українською мовами, транспозиція є не просто можливістю, а частою необхідністю. Наприклад, в англійських термінологічних сполученнях іменники або герундій часто виконують функцію означення (модель N+N або Ving+N). При перекладі українською мовою вони трансформуються в прикметники або іменники в непрямому відмінку. Це можна простежити на наступних прикладах:

*“Contract” means the contract between A&K and the Guest for the Tour Package as reflected in the confirmation invoice sent by A&K to Guest’s Travel Advisor or directly to Guest, which expressly includes these **Booking Terms** (Abercrombie and Kent, 2025).*

*Термін «Договір» означає договір між компанією A&K та Гостем щодо Туристичного пакета, умови якого викладено в рахунку-підтвердженні, що надсилається компанією A&K Турагенту Гостя або безпосередньо Гостю, і який прямо включає ці **Умови бронювання**.*

*Upon your third journey with Abercrombie & Kent, you are invited to join Marco Polo Club, A&K’s complimentary **loyalty program** offering members-only savings on A&K travel and special attention and recognition while travelling (Abercrombie and Kent, 2025).*

*Після вашої третьої подорожі з Abercrombie & Kent ви отримуєте запрошення долучитися до Клубу Марко Поло – безкоштовної **програми лояльності** від A&K, що пропонує своїм учасникам ексклюзивні знижки на подорожі з A&K, а також особливу увагу та визнання під час мандрівок.*

***Connecting flight** – a subsequent flight providing onward travel on the same ticket or on a conjunction ticket (General Conditions of Carriage, 2025).*

***Стикувальний рейс** – це наступний рейс, що забезпечує подальше перевезення за тим самим квитком або за складеним квитком.*

Як бачимо, в усіх трьох прикладах відбуваються зміни частин мови, а саме *Booking Terms* → *Умови бронювання* (герундій → іменник), *Loyalty Program* → *Програма лояльності* (іменник → прикметник), *Connecting Flight*

→ *Стикувальний рейс* (дієприкметник → прикметник). Такі зміни роблять словосполучення милозвучними та граматично правильними.

Наступний прийом перекладу – лінгвістичне посилення – передбачає введення в текст перекладу додаткових мовних елементів, які відсутні в оригіналі, з метою уточнення, роз'яснення або підсилення виразності. Лінгвістичне посилення є ефективним інструментом доместикації, особливо при перекладі лаконічних професійних термінів або аббревіатур для аудиторії, яка може не мати відповідних фонових знань. Перекладач свідомо розширює вихідну конструкцію, щоб зробити її самодостатньою та зрозумілою. Класичним прикладом є переклад галузевих акронімів: *ETA (Estimated Time of Arrival)* відтворюється повною фразою «*Розрахунковий час прибуття*», а *PNR (Passenger Name Record)* – як «*Запис реєстрації пасажира*». У цих випадках стисла англійська аббревіатура, зрозуміла фахівцям, розгортається в повноцінний термін, що не потребує додаткових коментарів і є прозорим для будь-якого клієнта, який читає свій квиток чи маршрутну квитанцію. При цьому зазначимо, що лінгвістичне стиснення – протилежний до посилення прийом, що полягає у синтезі, скороченні мовних елементів у тексті перекладу для досягнення більшої лаконічності – в дослідженій вибірці не застосовується. Аналогічно не виявлено і прикладів застосування прийому скорочення.

Прийом варіації полягає у свідомій зміні стилістичного реєстру, тональності або інших соціолінгвістичних характеристик тексту для його адаптації до очікувань цільової аудиторії. Це гнучкий інструмент доместикації, що дозволяє одному й тому ж поняттю функціонувати в різних комунікативних середовищах. Перекладач, по суті, вибирає з низки синонімів той, який найбільш відповідає жанру та меті конкретного тексту. У нашій вибірці це добре ілюструється наявністю кількох перекладацьких відповідників для одного терміна. Наприклад, *Itinerary* може перекладатися як «*Маршрут*» (нейтральний, технічний варіант, доречний для розкладів та карт) або як «*Програма поїздки*» (більш розгорнутий, «клієнтський» варіант

для описів турів). Так само *Accommodation* може бути «Розміщенням» (офіційний термін для договорів) або «Проживанням» (загальноживане слово для рекламних брошур). Цей вибір є актом варіації, що демонструє здатність перекладача адаптувати стиль до конкретного комунікативного завдання.

Як бачимо, в дослідженій вибірці застосовано більшість існуючих в класифікації Моліни та Альбіра перекладацьких прийомів.

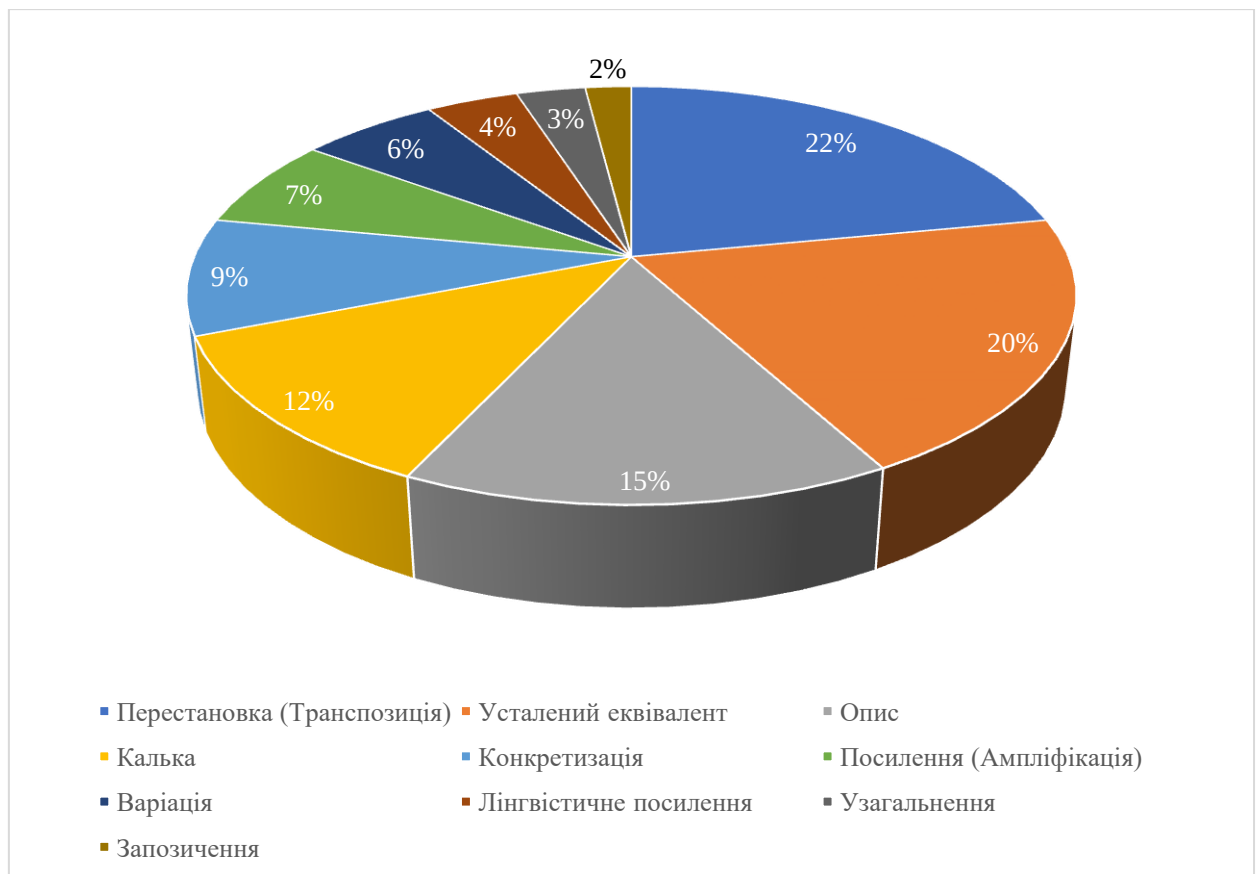


Рис. 2.1.1 Частотність застосування перекладацьких прийомів у корпусі дослідження

Аналіз кількісних показників, представлених на рисунку 2.1.1, дозволяє зробити висновок про ієрархію та функціональне навантаження перекладацьких прийомів у досліджуваній сфері. Абсолютне домінування перестановки (22%) та усталеного еквівалента (20%) є цілком закономірним і свідчить про два ключові аспекти. З одного боку, висока частотність транспозицій зумовлена об'єктивними типологічними розбіжностями між

аналітичною англійською та флективною українською мовами, що робить зміну граматичних категорій не просто вибором, а необхідністю для досягнення природного звучання. З іншого боку, значна частка усталених еквівалентів вказує на високий ступінь розробленості та кодифікації української терміносистеми у сфері туризму. Це означає, що для великої кількості базових понять вже існують закріплені в узусі та словниках відповідники, що забезпечує точність та стабільність перекладу.

Показовим є розподіл прийомів, що посіли середні та нижні позиції в частотній таблиці. Відносно висока частотність опису (15%) та калькування (12%) відображає два основні шляхи освоєння нових понять: або через пояснення їхньої суті засобами рідної мови, або через копіювання їхньої внутрішньої структури. Це свідчить про активні процеси в терміносистемі, яка продовжує збагачуватися. Водночас помірно низькі показники посилення (7%) та варіації (6%) демонструють прагнення перекладачів до семантичної точності, але з можливістю адаптації до конкретного контексту. Нарешті, мінімальна частка прямого запозичення (2%) є важливим індикатором. Вона показує, що, попри глобальний характер туристичної галузі, існує тенденція до використання ресурсів власної мови та уникнення надмірного вживання англіцизмів там, де можна знайти або створити адекватний український відповідник, що є позитивною ознакою для розвитку національної термінології.

Таким чином, проведений аналіз засвідчив, що переклад англomовної термінології логістичних маршрутів є складним процесом, який підпорядковується чіткій ієрархії стратегічних та тактичних рішень. Вибір глобальної стратегії – доместикації чи форенізації – безпосередньо залежить від прагматичних характеристик вихідного тексту, передусім його цільової аудиторії та комунікативної мети. Для текстів, орієнтованих на кінцевого споживача, домінує стратегія доместикації, що реалізується через прийоми опису, посилення та використання усталених еквівалентів. Натомість у текстах для фахівців спостерігаються елементи форенізації, що втілюються

через запозичення, калькування та суворе дотримання міжнародних стандартів. Частотний аналіз прийомів підтвердив, що перекладацький процес у цій сфері є гнучким, контекстуально зумовленим і демонструє тенденцію до використання ресурсів української мови для створення адекватної та функціональної терміносистеми.

2.2 Основні труднощі під час перекладу логістичних термінів у туристичній сфері

Незважаючи на наявність широкого арсеналу перекладацьких стратегій та тактичних прийомів, процес відтворення спеціалізованої термінології неминуче пов'язаний із низкою об'єктивних труднощів. У сфері туристичної логістики, яка є динамічною, глобалізованою та технологічно насиченою, ці виклики набувають особливої гостроти. Вони зумовлені не лише формальними лінгвістичними асиметріями між аналітичною англійською та синтетичною українською мовами, але й глибинними концептуальними та культурними розбіжностями у бізнес-практиках, сервісних моделях та юридичному регулюванні. Неадекватне вирішення цих перекладацьких проблем може призвести не лише до стилістичних похибок, але й до семантичних викривлень, що, своєю чергою, може спричинити фінансові збитки, юридичні суперечки або просто зіпсований досвід туриста. Відповідно, в даному підрозділі здійснимо систематизацію та аналіз найбільш типових перекладацьких труднощів, виявлених на матеріалі сформованої вибірки.

Однією з найбільш поширених та складних проблем є явище лексичної лакуарності, коли в мові перекладу відсутній прямий, однослівний відповідник для поняття, що існує в мові-джерелі. Ця проблема особливо характерна для сфери послуг, де нові маркетингові концепції, типи сервісу та тарифні моделі найчастіше виникають в англomовному бізнес-середовищі, а

вже потім поширюються світом. Українська терміносистема не завжди встигає створювати власні відповідники, що змушує перекладача вдаватися до описових конструкцій. Класичним прикладом є термін *Single Supplement*:

*Save up to 75% on the **single supplement** in stateroom categories 1-3* (Abercrombie and Kent, 2025).

*Зекономте до 75% на **доплаті за одномісне розміщення** в каютах категорій 1-3.*

Спроба калькування («одинарна доплата») або дослівного перекладу є семантично неточною та стилістично невдалою. Перекладач змушений використовувати прийом опису, щоб розкрити суть поняття – «*Доплата за одномісне розміщення*», створюючи громіздкий, але єдино можливий зрозумілий варіант. Це наочно демонструє, як концептуальна лакуна породжує перекладацьку проблему, вирішення якої вимагає відходу від формальної еквівалентності.

Ця тенденція продовжується при аналізі інших термінів, що позначають специфічні послуги. Наприклад:

*Fred Olsen Cruise Lines has unveiled an **onboard credit** promotion of up to £300 per cabin on more than 100 sailings* (Fred Olsen Cruise Lines, 2025).

*Круїзна компанія Fred Olsen Cruise Lines оголосила про нову акцію, в рамках якої надається **бортовий кредит (сума для витрат на судні)** у розмірі до 300 фунтів стерлінгів на каюту на понад 100 круїзів.*

Розглянемо термін *Onboard Credit*, який є поширеною маркетинговою практикою у круїзних компаніях. Дослівний переклад «бортовий кредит» є формально правильним, але абсолютно неінформативним для українського клієнта, який може сприйняти його як форму позики. Тому для адекватного перекладу необхідне посилення з елементами опису: «*Бортовий кредит (сума для витрат на судні)*». Тут перекладач виступає в ролі культурного медіатора, не просто відтворюючи назву, а й пояснюючи її функцію. Подібна ситуація виникає з терміном *Meet and Greet Service*. Його переклад як «*Послуга зустрічі в аеропорту / на вокзалі*» є єдиним способом передати

суть, оскільки ані запозичення, ані калька не є можливими. Такі випадки підкреслюють, що перекладач термінології у сфері послуг повинен володіти не лише мовними, а й глибокими предметними знаннями.

Проблема відсутності еквівалентів стосується не лише назв послуг, а й термінів, що позначають складні логістичні та тарифні продукти. Наприклад, в авіаційній галузі існує чітке розрізнення між поняттями *Stopover* (транзитна зупинка тривалістю понад 24 години) та *Layover* (коротка пересадка). В українській мові обидва поняття часто узагальнюються одним словом «пересадка» або «зупинка», що призводить до втрати важливої інформації, яка може впливати на вартість квитка та планування подорожі. Ще більш складним є термін *Open-Jaw Ticket*, який позначає квиток з «розімкненим маршрутом», де місто прильоту в пункті призначення відрізняється від міста вильоту на зворотному шляху. Для цього поняття не існує не те що однослівного, а й навіть усталеного описового відповідника в українській мові, що створює значні труднощі як для перекладачів, так і для агентів, які змушені щоразу пояснювати цю опцію клієнтам.

Іншим суттєвим викликом для перекладача є адекватне відтворення багатокомпонентних термінологічних сполучень, які становлять значну частину досліджуваної терміносистеми. Складність полягає не стільки в перекладі окремих лексичних одиниць, скільки у правильному встановленні та відтворенні семантико-синтаксичних зв'язків між компонентами терміна, зокрема між ядром та залежними елементами. Англійській мові притаманні лаконічні атрибутивні конструкції, де іменники виступають у ролі означення (модель N+N), що є нехарактерним для української мови. Дослівний переклад таких сполучень є неможливим і призводить до створення неприродних, штучних конструкцій. Перекладач змушений вдаватися до синтаксичної трансформації, найчастіше замінюючи атрибутивний зв'язок на прийменникову або безприйменникову конструкцію з іменником у родовому відмінку. Це вимагає не лише граматичної перебудови, а й глибокого розуміння логіки зв'язків усередині терміна.

Наочно цю проблему ілюструє термін *Booking engine* – *система бронювання*. Спроба дослівного перекладу є неприродною для української мови та спотворює зміст. Для адекватного відтворення перекладач повинен визначити ядро («система») та приєднати до нього залежний компонент, трансформуючи атрибутивний зв'язок на конструкцію з іменником у родовому відмінку: «система (чого?) бронювання». Ще складніша ситуація спостерігається з терміном *Denied boarding compensation* (компенсація за відмову в посадці). Тут дослівний переклад є неможливим, і відбувається повна синтаксична перебудова: ядро «*compensation*» перекладається як «компенсація», а атрибутивна група «*denied boarding*» трансформується в розгорнуту прийменникову конструкцію «за відмову в посадці». В обох випадках успішний переклад залежить від здатності перекладача «декодувати» компактну англійську структуру та «перекодувати» її у граматично правильну українську конструкцію, зберігши при цьому всі семантичні зв'язки.

Складність перекладу багатокomпонентних термінів зростає, коли їхні елементи самі по собі є багатозначними або коли семантичний зв'язок між ними є неявним і вимагає фонових знань. Розглянемо термін *Full-Service Carrier*.

A full-service carrier or FSC (sometimes referred to as a legacy airline) is a traditional air carrier with ancillaries included in the ticket fare – as opposed to low-cost carriers (LCCs) that offer lower prices with extra charges for all additional services (Glossary, 2025).

Авіакомпанія з повним спектром послуг (Full-Service Carrier, FSC), яку іноді називають традиційною або мережевою авіакомпанією, – це перевізник, у вартість квитка якого вже включено більшість основних та додаткових послуг. Це головна відмінність від **бюджетних авіакомпаній (Low-Cost Carrier, LCC)**, або лоукостерів, які пропонують значно нижчу базову ціну за переліт, але стягують окрему плату за кожну додаткову опцію.

Формально його можна було б перекласти як «перевізник повного сервісу», однак цей варіант є стилістично незграбним. Адекватний відповідник «*Авіакомпанія з повним спектром послуг*» вимагає не лише граматичних трансформацій, а й розуміння того, що в даному контексті *Carrier* означає саме авіакомпанію, а *Full-Service* є антонімом до *Low-Cost* і передбачає цілий комплекс послуг, включених у вартість квитка. Цей та інші приклади доводять, що переклад багатокомпонентних термінів є не суто лінгвістичною, а й когнітивною задачею, що вимагає глибокого занурення у предметну сферу.

Наступною значущою перешкодою на шляху до адекватного перекладу є контекстуальна залежність та полісемія значної частини термінологічного апарату. На відміну від точних наук, де терміни прагнуть до абсолютної моносемії, у сфері туристичної логістики багато лексичних одиниць є «контекстно-чутливими». Їхнє значення не є статичним і незмінним, а радше флюктує, набуваючи специфічних відтінків та навіть кардинально змінюючись залежно від конкретної комунікативної ситуації, типу документа та предметної підгалузі. Це явище вимагає від перекладача виходити за межі словникових дефініцій та здійснювати глибокий дискурсивний аналіз, щоб зрозуміти, яку саме грань поняття актуалізовано в даному контексті. Нездатність розрізнити ці нюанси може призвести до семантичних неточностей, які, хоч і не завжди є критичними, суттєво знижують якість та професіоналізм перекладу.

Класичним прикладом полісемії є термін *Check-In*:

*If you do not complete the **check-in process** by the check-in deadline, we may decide to cancel your reservation and not carry you. By completing the **check-in process** we mean that you have received your boarding pass for your flight* (General Conditions of Carriage, 2025).

*Якщо ви не завершите **процес реєстрації** до встановленого кінцевого терміну, ми можемо анулювати ваше бронювання та відмовити вам у*

перевезенні. Завершенням **процесу реєстрації** вважається отримання вами посадкового талона на ваш рейс.

На формальному рівні український відповідник «реєстрація» є універсальним, однак на практиці він приховує два абсолютно різні за своїм наповненням процеси. В контексті авіаперевезень, як-от в «Умовах перевезення» компанії «British Airways», *Check-In* означає реєстрацію на рейс, що включає пред'явлення квитків та документів, зважування та здачу багажу, отримання посадкового талона. Натомість у готельному бізнесі, про що йдеться в умовах бронювання туроператорів, цей же термін позначає процес поселення в готель, який передбачає перевірку бронювання, надання паспортних даних, отримання ключів від номера та інформації про послуги. Таким чином, хоча лексичний еквівалент один, денотативні ситуації, які він описує, є різними. Компетентний перекладач повинен усвідомлювати цю різницю і, за потреби, використовувати уточнювальні конструкції («реєстрація на рейс», «реєстрація в готелі»), щоб уникнути будь-якої двозначності для кінцевого споживача.

Подібна контекстуальна залежність спостерігається і з терміном *Terminal*. У свідомості пересічного мандрівника це слово найчастіше асоціюється з авіацією – великою будівлею аеропорту, де відбуваються процедури відправлення та прибуття. Саме в такому значенні він фігурує в глосаріях, наприклад, Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA). Однак у документах круїзних компаній, наприклад у договорі «Royal Caribbean», цей же термін позначає *круїзний термінал* – спеціалізовану споруду в порту, призначену для обслуговування пасажирських суден. Більше того, в контексті автобусних перевезень він може означати *автовокзал* або *кінцеву зупинку маршруту*. Отже, вибір адекватного українського відповідника («аеровокзал», «пасажирський термінал», «круїзний термінал») повністю диктується ширшим контекстом, який не завжди є очевидним із самого терміна. Це вкотре підкреслює, що для

якісного перекладу фахівець повинен володіти не лише лінгвістичними, а й глибокими екстралінгвістичними, предметними знаннями.

Проблема полісемії поширюється на цілу низку інших ключових термінів. Наприклад, слово **Transfer** у загальному значенні – це «переміщення». Проте в описі туру від «Abercrombie & Kent» як **Private Transfer** він означає конкретну послугу – заздалегідь замовлене індивідуальне перевезення туриста з точки А в точку Б, наприклад з аеропорту в готель:

*Take your **private transfer** to the airport for your departing flight or join your post-tour extension* (Abercrombie and Kent, 2025).

*Скористайтесь вашим **індивідуальним трансфером** до аеропорту для вильоту або приєднайтеся до програми продовження туру.*

Connecting flight – *a subsequent flight providing onward travel on the same ticket or on a conjunction ticket* (General Conditions of Carriage, 2025).

Стикувальний рейс – *це наступний рейс, що забезпечує подальше перевезення за тим самим квитком або за складеним квитком.*

Схожим чином у тексті авіаційних правил термін *Connecting Flight* позначає технічну процедуру пересадки пасажирів з одного рейсу на інший. Так само термін *Itinerary* може бути як жорстким, погодинно розписаним планом (*Cruise Itinerary*), так і гнучкою, персоналізованою програмою (*Tailor-made Journey*). У всіх цих випадках саме контекст дозволяє перекладачеві декодувати точне значення та обрати найбільш відповідний український варіант, чи то «трансфер», «пересадка», «маршрут» або «програма поїздки», демонструючи, що дослівний переклад без урахування прагматики є неприпустимим.

Окрему групу труднощів становить переклад аббревіатур та акронімів, якими насичена сфера міжнародного туризму та логістики. Такі скорочення, як *IATA*, *PNR*, *GDS*, *ETA*, функціонують як своєрідний професійний код, що дозволяє фахівцям швидко та однозначно обмінюватися інформацією. Однак для непідготовленого читача вони є абсолютно непрозорими, «чорними

скриньками», що приховують за собою складні поняття. Перед перекладачем постає стратегічне завдання: як поводитися з цими скороченнями? Залишити їх в оригінальному вигляді, транслітерувати, розшифрувати чи знайти український еквівалент? Вибір залежить від двох ключових факторів: типу тексту та його цільової аудиторії. Неправильне рішення може або перетворити текст на незрозумілий для широкого загалу, або, навпаки, зробити його стилістично недоречним та непрофесійним у вузькому колі фахівців.

Перша підгрупа – це аббревіатури, що позначають відомі міжнародні організації, такі як *IATA (International Air Transport Association)* та *ICAO (International Civil Aviation Organization)*. Основна складність тут полягає не стільки в розумінні їхнього значення, скільки у виборі адекватної стратегії відтворення. Для текстів, призначених для фахівців (галузеві звіти, юридичні документи), найбільш доречним є застосування стратегії форенізації: збереження оригінальної англійської аббревіатури з одноразовим наведенням повної української назви в дужках при першому згадуванні. Це дозволяє зберегти міжнародний стандарт та забезпечити точність посилань. Натомість при перекладі текстів для широкої аудиторії (статті в медіа, популярні блоги) краще використовувати повну українську назву («*Міжнародна асоціація повітряного транспорту*») або описову конструкцію («*головна авіаційна організація світу*»), оскільки сама по собі аббревіатура *IATA* нічого не скаже пересічному читачеві.

Друга підгрупа – це акроніми, що позначають специфічні технології, системи або процедури, наприклад, *PNR (Passenger Name Record)* або *GDS (Global Distribution System)*. Проблема тут значно глибша, оскільки для цих понять часто не існує простого однослівного українського відповідника. Пряма транслітерація («*ПНР*» чи «*ГДС*») є абсолютно неприйнятною, бо вона не несе жодного семантичного навантаження. У цьому випадку перекладач змушений вдаватися до прийому лінгвістичного посилення або опису, відтворюючи повний розгорнутий термін: «*Запис реєстрації*

пасажира» та «Глобальна дистрибутивна система» відповідно. По суті, перекладач виконує не лише свою пряму функцію, а й роль експерта-консультанта, який передає та роз'яснює складне технічне знання аудиторії, яка його не має. Це демонструє, як переклад термінології перетворюється на процес трансферу технологій та знань.

Третя підгрупа – це операційні скорочення, що використовуються в щоденній логістичній практиці, такі як *ETA* (*Estimated Time of Arrival*) та *ETD* (*Estimated Time of Departure*). Ці аббревіатури є надзвичайно поширеними у внутрішній комунікації між співробітниками авіакомпаній, аеропортів та логістичних центрів, але значно рідше зустрічаються в матеріалах, призначених для пасажирів. Основна трудність тут полягає у дотриманні стилістичного реєстру. У технічному завданні для екіпажу або в розкладі руху для диспетчерів використання скорочень *ETA/ETD* є абсолютно виправданим і доречним. Однак при перекладі маршрутної квитанції або інформаційного листа для туриста ці ж самі аббревіатури виглядали б як недоречний жаргон. У такому випадку перекладач повинен застосувати прийом опису та перекласти їх як «Розрахунковий час прибуття» та «Розрахунковий час відправлення», забезпечуючи максимальну ясність та клієнтоорієнтованість комунікації.

Окрім лексичних та структурних викликів, перекладач неминуче стикається з труднощами стилістичного та прагматичного характеру. Ці аспекти є особливо складними, оскільки вимагають не лише знання мови, а й глибокого розуміння комунікативної мети тексту та очікувань його цільової аудиторії. У корпусі нашого дослідження представлені тексти, що належать до діаметрально протилежних функціональних стилів: з одного боку, це сухий, безособовий та максимально точний офіційно-діловий стиль юридичних документів, а з іншого – емоційно забарвлений, переконливий та клієнтоорієнтований рекламно-інформаційний стиль туристичних сайтів. Головна складність полягає в тому, що один і той самий об'єкт чи процес (наприклад, перевезення) описується в цих текстах абсолютно різними

мовними засобами для досягнення різних прагматичних цілей: регулювання, інформування та переконання.

При перекладі юридичних документів, таких як *Conditions of Carriage* («Умови перевезення») або *Cruise Ticket Contract* («Договір на круїзне перевезення»), головним завданням є збереження юридичної точності та однозначності. Прагматична мета тут – регулювання прав та обов'язків сторін. Стиль тексту характеризується використанням формальної лексики, складних синтаксичних конструкцій, пасивних станів та номіналізацій. Перекладач не має права на творчість чи спрощення; він зобов'язаний знайти в українській мові такі юридичні відповідники, які б мали аналогічну правову вагу. Наприклад, термін *Carrier's Liability* повинен перекладатися саме як «Відповідальність Перевізника», а не «за що відповідає перевізник», оскільки перша конструкція є усталеним юридичним терміном. Аналогічно, *Jurisdiction* – це не просто «суд», а саме «Юрисдикція; підсудність». Труднощі тут полягають у необхідності володіти не лише мовою, а й основами договірного права, щоб забезпечити повну прагматичну адекватність перекладу.

На протилежному полюсі знаходяться тексти з туристичних сайтів, прагматична мета яких – не регулювати, а переконувати, створювати привабливий образ та мотивувати клієнта до покупки. Стиль цих текстів є емоційним, експресивним та насиченим лексикою з позитивною конотацією. Тут перекладач стикається з проблемою відтворення не стільки денотативного, скільки конотативного та емоційного значення. Наприклад, термін *Scenic Drive* – це не просто «поїздка з видом», а «Поїздка мальовничим маршрутом». Вибір саме таких лексем («мальовничий») є ключовим для збереження рекламного ефекту. Так само *Luxury Coach* перекладається не нейтрально як «комфортабельний автобус», а як «Туристичний автобус класу люкс», що апелює до відчуття престижу. Термін *Tailor-Made Journey* – «Індивідуально розроблена подорож» – підкреслює ексклюзивність. Основна складність тут полягає у вмінні перекладача

переключити реєстр з нейтрального на переконливий та знайти в українській мові ті стилістичні засоби, які створять аналогічний емоційний відгук у читача.

Для узагальнення та візуалізації проаналізованих проблем, наведемо зведену таблицю основних труднощів перекладу логістичних термінів (табл. 2.2.1).

Наведена таблиця систематизує ключові виклики, що постають перед перекладачем термінології туристичної логістики. Вона наочно демонструє, що ці труднощі мають комплексну природу і охоплюють усі мовні рівні: від лексичного (відсутність еквівалента) та синтаксичного (складні структури) до когнітивно-семантичного (полісемія) та прагматичного (стилістична адаптація). Такий широкий спектр проблем підкреслює, що успішний переклад у цій сфері вимагає не лише досконалого володіння мовами, а й глибоких предметних знань, аналітичних навичок та вміння гнучко адаптувати свої рішення до конкретного комунікативного завдання.

Таблиця 2.2.1

Узагальнення типових труднощів перекладу

Тип труднощів	Суть проблеми	Приклади з вибірки
Відсутність прямих еквівалентів	Концептуальні лакуни; наявність унікальних для англomовного ринку послуг, що не мають однослівного відповідника.	<i>Single Supplement, Onboard Credit, Open-Jaw Ticket, Meet and Greet Service</i>
Переклад багатокомпонентних термінів	Необхідність декодування складних синтаксичних зв'язків та їх трансформації відповідно до норм української мови.	<i>Baggage Handling System, Passenger Transfer Schedule, Full-Service Carrier</i>
Контекстуальна залежність та полісемія	Зміна значення терміна залежно від підгалузі (авіація, готельний бізнес, круїзи) та конкретної ситуації.	<i>Check-In (у готелі vs на рейс), Terminal (круїзний vs аеропорту), Transfer</i>
Переклад аббревіатур та акронімів	Непрозорість для нефахівців; необхідність вибору між збереженням, транслітерацією або розшифровкою.	<i>ETA (Estimated Time of Arrival), PNR (Passenger Name Record), IATA, GDS</i>
Стилістична та прагматична адаптація	Необхідність відтворення функціонального стилю (офіційно-діловий vs рекламно-	<i>Conditions of Carriage, Jurisdiction (регулювання) vs Scenic Drive, Luxury</i>

	інформаційний) та комунікативної мети.	<i>Coach (переконання)</i>
--	--	----------------------------

Підсумовуючи, можна стверджувати, що переклад англомовних логістичних термінів у туристичній сфері є багатограним процесом, ускладненим низкою об'єктивних труднощів. Проаналізовані проблеми, зокрема відсутність прямих еквівалентів для унікальних сервісних понять, структурні складнощі при відтворенні багатокomпонентних термінів, контекстуальна залежність та полісемія ключових лексем, непрозорість галузевих аббревіатур та необхідність тонкої стилістичної адаптації, свідчать про комплексний характер перекладацької діяльності. Подолання цих викликів вимагає від фахівця застосування широкого спектра аналітичних навичок, глибокого занурення в предметну область та усвідомленого вибору стратегічних рішень, що виходять далеко за межі простого пошуку словникових відповідників.

2.3 Відмінності у перекладі термінів у різних типах текстів: довідниках, сайтах, договорах

Як ми зазначали в кінці попереднього підрозділу, однією з основних труднощів перекладу термінології є те, що вона зустрічається в текстах, що належать до діаметрально протилежних функціональних стилів: з одного боку, це сухий, безособовий та максимально точний офіційно-діловий стиль юридичних документів, а з іншого – емоційно забарвлений, переконливий та клієнтоорієнтований рекламно-інформаційний стиль туристичних сайтів. Довідкові видання, такі як галузеві глосарії (наприклад, «UNWTO Tourism Glossary», «IATA Glossary of Terms») та аналітичні звіти, становлять особливу групу джерел. Їхня головна комунікативна мета – не переконання чи регулювання, а інформування, кодифікація та стандартизація. Цільовою

аудиторією таких текстів є передусім фахівці: науковці, працівники туристичних компаній, авіаційної галузі, урядових установ. Відповідно, стиль цих джерел є суто науковим або офіційно-діловим, що характеризується об'єктивністю, точністю, логічністю та відсутністю емоційно-експресивного забарвлення. Термінологія в таких текстах виконує номінативну та дефінітивну функції, прагнучи до максимальної однозначності. Ці прагматичні характеристики зумовлюють вибір перекладацьких стратегій та прийомів, спрямованих на збереження семантичної точності та відповідність уже усталеним нормам, віддаючи перевагу формальній еквівалентності над творчою інтерпретацією. Наприклад:

A chain of custody model in which the administrative record flow is not necessarily connected to the physical flow of material or product throughout the supply chain (Glossary, 2024).

Модель ланцюга відповідальності, в якій адміністративний документообіг не обов'язково пов'язаний з фізичним потоком матеріалу чи продукції в межах ланцюга постачання.

Аналіз перекладу терміна *Supply Chain* з глосарія IATA є показовим прикладом вирішення проблеми номінації відносно нового для українського бізнес-простору поняття. Проблема тут полягає у необхідності відтворити багатокомпонентний термін, що описує складний логістичний процес, таким чином, щоб український відповідник був структурно прозорим та семантично точним. Оптимальним рішенням у цьому випадку є застосування прийому калькування. Відтворення терміна як «Ланцюг постачання» дозволяє зберегти внутрішню форму та метафоричну основу оригіналу, де кожен компонент (supply – постачання, chain – ланцюг) отримує прямий лексичний відповідник в мові-реципієнті. Такий підхід є набагато ефективнішим за громіздкий опис і дозволяє ввести в українську терміносистему короткий, влучний та зрозумілий для фахівців еквівалент, що повністю відповідає нормативній функції довідкового видання.

Іншим поширеним викликом у глосаріях є переклад коротких, але ємних інтернаціоналізмів, що не мають однослівного українського відповідника. Термін *Hub*, що позначає вузловий аеропорт у системі авіап перевезень, є саме таким випадком. Його переклад ілюструє застосування прийому натуралізованого запозичення. Відтворення цього терміна як «Хаб» є виправданим у тексті для фахівців, оскільки воно реалізує стратегію форенізації, зберігаючи ключове міжнародне поняття, зрозуміле професіоналам у всьому світі. Однак, оскільки цей термін ще не є повністю засвоєним широким загалом, у довідкових виданнях запозичення часто супроводжується посиленням, тобто поясненням у дужках: «Хаб (вузловий аеропорт)». Таке комбіноване рішення дозволяє одночасно зафіксувати міжнародний стандарт і забезпечити його однозначне розуміння, що є ідеальним для дидактичної та кодифікаційної мети глосарія.

Для фундаментальних понять туристичної галузі, які мають тривалу історію функціонування, ключовим завданням є не створення нового терміна, а вибір правильного з уже наявних. Наприклад:

*A travel group is made up of individuals or travel parties travelling together: examples are people travelling on the same **package tour** or youngsters attending a summer camp* (Glossary of tourism terms, 2025).

*Туристична група складається з окремих осіб або груп людей, які подорожують разом: наприклад, учасники **пакетного туру** або молодь, що відвідує літній табір.*

Термін *Package Tour* є саме таким випадком. Проблема тут не у відсутності відповідника, а у виборі найбільш точного та загальноприйнятого. Перекладач вдається до прийому усталеного еквівалента, відтворюючи термін як «Пакетний тур» або «комплексна туристична поїздка». Використання цих закріплених в українській туристичній практиці та науковій літературі відповідників є єдино правильним рішенням для довідкового видання. Це забезпечує спадкоємність термінології та гарантує, що дефініція, наведена у глосарії, буде

співвідноситися з уже наявним у фахівців поняттєвим апаратом. Це яскравий приклад того, як прагматика довідкового тексту вимагає не інновацій, а суворого дотримання вже встановлених норм.

Аналогічна ситуація спостерігається і з парними термінами *Outbound Tourism* та *Inbound Tourism*.

*There are three basic forms of tourism: domestic tourism, **inbound tourism**, and **outbound tourism**. These can be combined in various ways to derive the following additional forms of tourism: internal tourism, national tourism and international tourism (Glossary of tourism terms, 2025).*

*Розрізняють три основні форми туризму: внутрішній туризм, **в'їзний туризм** та **виїзний туризм**. Поєднання цих форм у різний спосіб дозволяє виділити такі додаткові форми туризму: внутрішній туризм, національний туризм та міжнародний туризм.*

Основна складність тут полягає в адекватному відтворенні атрибутивних компонентів *outbound* та *inbound*, які вказують на напрямок туристичного потоку відносно країни. Дослівний переклад є неможливим, тому перекладач знову звертається до усталених еквівалентів, які функціонують в українській терміносистемі: «*Виїзний туризм*» та «*В'їзний туризм*». Це рішення є надзвичайно вдалим, оскільки воно використовує словотвірний потенціал української мови (префікси ви- та в-) для точної передачі семантичної опозиції, закладеної в оригіналі. З технічної точки зору, тут також має місце прийом перестановки (транспозиції), адже англійські прикметники відтворюються українськими префіксальними утвореннями. Використання саме цих відповідників у глосарії UNWTO є обов'язковим для забезпечення термінологічної єдності.

При перекладі назв міжнародних організацій та їхніх документів виникає специфічна проблема: необхідно зберегти офіційний, впізнаваний статус назви та водночас зробити її зрозумілою для україномовного читача. На прикладі аббревіатури *IATA (International Air Transport Association)* можна простежити комплексне вирішення цієї задачі. У текстах для фахівців,

зокрема у глосарії самої *IATA*, застосовується прийом чистого запозичення самої аббревіатури, оскільки вона є міжнародним ідентифікатором. Водночас для повноти інформації та уникнення двозначності це запозичення завжди супроводжується лінгвістичним посиленням – наведенням повного українського відповідника «*Міжнародна асоціація повітряного транспорту*». Ця повна назва, своєю чергою, є результатом калькування оригінальної англійської назви. Такий багаторівневий підхід є стандартом для перекладу офіційних найменувань і дозволяє досягти балансу між форенізацією та доместикацією.

Нарешті, розглянемо переклад терміна *Low-Cost Carrier*, що позначає специфічну бізнес-модель в авіації.

A full-service carrier or FSC (sometimes referred to as a legacy airline) is a traditional air carrier with ancillaries included in the ticket fare – as opposed to low-cost carriers (LCCs) that offer lower prices with extra charges for all additional services (Glossary, 2025).

Авіакомпанія з повним спектром послуг (Full-Service Carrier, FSC), яку іноді називають традиційною або мережевою авіакомпанією, – це перевізник, у вартість квитка якого вже включено більшість основних та додаткових послуг. Це головна відмінність від бюджетних авіакомпаній (Low-Cost Carrier, LCC), або лоукостерів, які пропонують значно нижчу базову ціну за переліт, але стягують окрему плату за кожну додаткову опцію.

Цей випадок цікавий тим, що в українській мові для нього існують два паралельні відповідники, створені за допомогою різних прийомів. Перший варіант, «*Бюджетна авіакомпанія*», є результатом калькування. Він є семантично прозорим, повністю розкриває суть поняття і є стилістично нейтральним, що робить його ідеальним для використання в офіційних звітах та аналітичних документах. Другий варіант, «*Лоукостер*», є натуралізованим запозиченням. Він є більш експресивним, лаконічним і належить до професійного жаргону, тому частіше зустрічається в медіа та розмовній мові.

У довідковому виданні, яке прагне до точності та нейтральності, перевага, безумовно, надається калькованому варіанту, хоча запозичення може бути наведене в дужках як поширений синонім.

Отже, аналіз перекладу термінології у довідкових виданнях свідчить про домінування прийомів, що забезпечують максимальну точність, однозначність та відповідність встановленим нормам. Провідну роль тут відіграють усталений еквівалент (для базових, давно засвоєних понять) та калькування (для відтворення структури нових багатокomпонентних термінів). Запозичення використовується переважно для ключових інтернаціоналізмів та офіційних найменувань, часто у поєднанні з посиленням для забезпечення ясності. Загальна перекладацька стратегія у цьому типі текстів є зваженим поєднанням доместикації, що проявляється у використанні ресурсів української мови для пошуку еквівалентів та створення кальок, та форенізації, яка виражається у збереженні міжнародно визнаних термінів та аббревіатур. Креативні прийоми, такі як опис чи дискурсивне створення, тут практично не застосовуються, оскільки головна мета – не інтерпретація, а точна фіксація знання.

В свою чергу, вебсайти туристичних операторів, таких як «Abercrombie & Kent» чи «G Adventures», є унікальним типом джерел, що поєднують інформаційну та виразну рекламну функції. Їхня головна комунікативна мета – не просто поінформувати, а зацікавити, переконати та, зрештою, продати туристичний продукт. Цільовою аудиторією є кінцевий споживач – турист, який може не володіти спеціальними знаннями. Відповідно, стиль таких текстів є емоційним, клієнтоорієнтованим та часто метафоричним. Термінологія тут виконує не стільки номінативну, скільки маркетингову функцію, створюючи образ ексклюзивності, комфорту та унікального досвіду. Ці прагматичні настанови диктують вибір глобальної стратегії доместикації, адже текст звернень має бути максимально зрозумілим, привабливим та адаптованим до культурних і мовних очікувань потенційного

клієнта. Відтак, перекладацькі прийоми тут спрямовані на роз'яснення, спрощення та емоційне підсилення.

Аналіз терміна *Tailor-Made Journey* з сайту «Abercrombie & Kent» є хрестоматійним прикладом вирішення проблеми відсутності прямого еквівалента для складної послуги.

Behind every A&K Tailormade Journey is an international network of experts – from polar explorers and Egyptologists to well-connected concierges and guardian angels on hand 24/7 – in all seven continents on earth (Abercrombie and Kent, 2025).

За кожною індивідуально розробленою подорожжю від Abercrombie and Kent стоїть міжнародна мережа експертів – від полярних дослідників та єгиптологів до консьєржів із широкими зв'язками й ангелів-охоронців, які доступні цілодобово (24/7), – на всіх семи континентах Землі.

Проблема полягає в тому, що дослівний переклад («подорож, зроблена на замовлення») є громіздким та позбавленим маркетингової привабливості. Щоб подолати цей виклик, перекладач вдається до прийому опису. Варіант «*Індивідуально розроблена подорож*» не просто передає суть, а й додає конотації ексклюзивності та персонального підходу. Цей опис розкриває унікальну торговельну пропозицію – створення маршруту під конкретного клієнта, що є ключовим для преміумсегмента. Таким чином, прийом опису тут виконує не лише інформаційну, а й важливу рекламну функцію, перетворюючи назву послуги на її перевагу, що повністю відповідає цілям доместикації.

Схожим чином термін *Single Supplement* ілюструє, як перекладач вирішує проблему номінації специфічного фінансового поняття, яке може бути незрозумілим для недосвідченого туриста.

*Save up to 75% on the **single supplement** in stateroom categories 1-3 (Abercrombie and Kent, 2025).*

*Зекономте до 75% на **доплаті** за **одномісне розміщення** в каютах категорій 1-3.*

Проблема тут полягає в потенційній двозначності та стилістичній незграбності дослівного перекладу. Застосовуючи прийом опису, перекладач відтворює його як «Доплата за одномісне розміщення». Це рішення є оптимальним, оскільки воно повністю усуває будь-яку неясність. Замість того, щоб змушувати клієнта здогадуватися, що означає «одинарна доплата», переклад прямо вказує на причину та суть фінансової операції. Такий підхід є яскравим виявом стратегії доместикації, де пріоритетом є максимальна ясність та турбота про клієнта. Перекладач діє як консультант, запобігаючи можливим непорозумінням щодо ціноутворення, що є критично важливим для побудови довіри між компанією та споживачем.

Переклад терміна *Scenic Drive* демонструє, як на сайтах відбувається адаптація не лише змісту, а й емоційної тональності. Проблема полягає в тому, що нейтральний переклад, наприклад «видова поїздка», хоч і є семантично правильним, повністю втрачає рекламний, емоційний заряд оригіналу. Для вирішення цього завдання перекладач застосовує прийом модуляції, змінюючи точку зору з простої характеристики об'єкта («мальовнича дорога») на опис процесу. Переклад «Поїздка мальовничим маршрутом» є набагато більш динамічним та привабливим. Він створює в уяві клієнта образ захопливої подорожі, а не просто переміщення з точки А в точку Б. Вибір лексеми «мальовничий» замість нейтрального «видовий» є актом стилістичної адаптації, що працює на створення позитивного іміджу та відповідає загальній меті вебсайту – продавати враження, а не просто послуги.

Термін *Meet and Greet Service* є прикладом культурної лакуни, де для позначення цілого комплексу дій в англійській мові існує коротка ідіоматична назва, що не має аналога в українській. Будь-яка спроба калькування чи запозичення тут була б невдалою. Єдиним можливим рішенням є застосування прийому дискурсивного створення, який розкриває функціональне наповнення послуги. Переклад «Послуга зустрічі в аеропорту/на вокзалі» є вичерпним та абсолютно прозорим для клієнта. Він

не залишає простору для запитань, чітко пояснюючи, що саме отримає турист. Це радикальний приклад доместикації, де перекладач повністю відмовляється від форми оригіналу на користь змісту та ясності. Він перетворює незрозумілу англійську назву на чітку та зрозумілу українську пропозицію, демонструючи, як переклад на сайтах виконує функцію культурної та сервісної адаптації.

Розглядаючи терміни *Full Board* та *Half Board*, ми бачимо, як перекладач спирається на вже існуючі в цільовій культурі поняття:

Meals as specified on a table d'hôte basis. “Full board” indicates breakfast, lunch and dinner; “half board” is breakfast and dinner.

Харчування надається відповідно до зазначеного за принципом комплексного меню (table d'hôte). Термін «повний пансіон» (full board) передбачає сніданок, обід і вечерю; «напівпансіон» (half board) – сніданок і вечерю.

Проблема тут не у відсутності відповідника, а у виборі найбільш звичного та впізнаваного для українського туриста. Замість того, щоб створювати нові описові конструкції («повне харчування» чи «харчування двічі на день»), перекладач вдається до прийому усталеного еквівалента. Відтворення цих термінів як «Повний пансіон» та «Напівпансіон» є оптимальним рішенням. Ці поняття, хоч і є запозиченнями з інших європейських мов, вже давно та міцно увійшли в український туристичний лексикон. Їхнє використання робить інформацію миттєво впізнаваною, апелюючи до попереднього досвіду клієнта. Це є важливим елементом доместикації, який створює відчуття знайомого та зрозумілого середовища, підвищуючи довіру до туроператора.

Термін *Onboard Credit* є цікавим випадком, що ілюструє проблему перекладу специфічних фінансових інструментів, незнайомих широкому загалу:

*Fred Olsen Cruise Lines has unveiled an **onboard credit** promotion of up to £300 per cabin on more than 100 sailings (Fred Olsen Cruise Lines, 2025).*

*Круїзна компанія Fred Olsen Cruise Lines оголосила про нову акцію, в рамках якої надається **бортовий кредит** (сума для витрат на судні) у розмірі до 300 фунтів стерлінгів на каюту на понад 100 круїзів.*

Дослівний переклад «*Бортовий кредит*», хоч і є калькою, може викликати неправильні асоціації з позикою або боргом. Щоб уникнути цього, перекладач використовує комбінацію прийомів: калькування та посилення. Він зберігає калькований варіант як основу терміна, але одразу ж додає пояснювальну конструкцію в дужках: «*Бортовий кредит (сума для витрат на судні)*». Такий гібридний підхід дозволяє, з одного боку, поступово вводити в обіг новий термін, а з іншого – гарантує його негайне та однозначне розуміння. Це демонструє, як на сайтах переклад виконує ще й освітню функцію, знайомлячи клієнтів з новими сервісними поняттями в доступній формі.

Таким чином, аналіз термінології на туристичних вебсайтах підтверджує, що домінантною стратегією є доместикація, спрямована на максимальну адаптацію тексту до потреб кінцевого споживача. Провідними перекладацькими прийомами виступають опис та посилення, які використовуються для роз'яснення незнайомих понять та послуг, роблячи їх прозорими та зрозумілими. Важливу роль відіграє також використання усталених еквівалентів, що апелюють до вже наявних знань аудиторії та створюють відчуття комфорту і довіри. Модуляція застосовується для відтворення емоційної та рекламної складової оригіналу. На відміну від довідкових видань, тут перекладач діє не як пасивний реєстратор норм, а як активний медіатор та маркетолог, головне завдання якого – забезпечити ефективну, ясну та переконливу комунікацію з клієнтом.

Юридичні документи, зокрема договори на перевезення та надання туристичних послуг («Cruise Ticket Contract», «Conditions of Carriage»), формують третю, найбільш специфічну групу джерел. Їхня комунікативна мета є суто регулятивною: вони не інформують і не переконують, а встановлюють, фіксують та роз'яснюють права та обов'язки сторін. Цільовою

аудиторією таких текстів є не лише клієнти, а й юристи, судді та представники регуляторних органів. Стиль цих документів – офіційно-діловий, що характеризується безособовістю, високим ступенем формалізації, використанням кліше та канцеляризмів, а також прагненням до абсолютної однозначності. Термінологія тут виконує юридично-номінативну функцію. Відповідно, домінантною перекладацькою стратегією є формальна еквівалентність, що межує з форенізацією, оскільки головне завдання – зберегти юридичну суть та структуру оригіналу, мінімізуючи будь-які творчі інтерпретації, що можуть призвести до правової двозначності.

Аналіз терміна *Conditions of Carriage* є показовим прикладом того, як у юридичному перекладі форма та зміст є нерозривними:

*Tariff – the published fares, charges and related **conditions of carriage** of an airline which have been filed, where required, with the appropriate authorities (General Conditions of Carriage, 2025).*

*Тариф – це опубліковані тарифи, збори та пов'язані з ними **умови перевезення** авіакомпанії, які, у передбачених законодавством випадках, були зареєстровані у відповідних уповноважених органах.*

Проблема полягає у необхідності знайти не просто семантично близький, а юридично точний та визнаний відповідник для назви фундаментального документа, що регулює відносини між перевізником та пасажиром. Найбільш адекватним рішенням тут є застосування прийому калькування, яке призводить до створення усталеного еквівалента. Переклад «*Умови перевезення*» є точною структурною копією оригіналу, де кожен компонент отримує прямий відповідник. Ця конструкція вже давно стала стандартизованим терміном в українському транспортному праві та діловій практиці. Будь-яке інше рішення, наприклад, описовий переклад «правила, за якими здійснюється перевезення», було б абсолютно недоречним у юридичному документі, оскільки воно позбавлене необхідного термінологічного статусу.

Інший термін, часто вживаний в договорах – *Carrier's Liability* – ілюструє ключову вимогу до юридичного перекладу, а саме максимальну точність у відтворенні ключових правових концепцій:

Carrier's liability for loss or damage to property during the Land Tour portion of a CruiseTour is limited to \$300.00 per Passenger (Cruisetour Ticket Contract, 2025).

Відповідальність Перевізника за втрату або пошкодження майна під час наземної частини круїз-туру обмежується сумою 300,00 доларів США на одного Пасажира.

Складність тут полягає в тому, що цей термін позначає не просто відповідальність, а цілий комплекс юридичних норм, що регулюють межі та умови цієї відповідальності. Як і в попередньому випадку, оптимальним прийомом є калька, що функціонує як усталений еквівалент. Варіант «Відповідальність Перевізника» є єдино можливим, оскільки він є дзеркальним відображенням міжнародного юридичного поняття. Важливо відзначити, що в українському перекладі, згідно з нормами офіційно-ділового стилю, обидва компоненти часто пишуться з великої літери, що додатково підкреслює їхній термінологічний статус. Це демонструє, як перекладач не лише відтворює семантику, а й дотримується формальних вимог до оформлення юридичних текстів у цільовій культурі.

Переклад терміна *Force Majeure* є цікавим випадком, що демонструє функціонування інтернаціональної юридичної лексики. Проблема тут полягає у перекладі поняття латинського походження, яке стало глобальним стандартом у договірному праві. Замість того, щоб шукати описовий український відповідник, перекладач вдається до прийому чистого запозичення. Термін «Форс-мажор» увійшов в українську юридичну мову без будь-яких змін. Це є яскравим прикладом стратегії форенізації, де збереження оригінального, міжнародно визнаного терміна є пріоритетом. Хоча в українському законодавстві існує описовий еквівалент «обставини непереборної сили», у текстах міжнародних договорів часто надається

перевага саме запозиченню, оскільки воно забезпечує пряме посилення на усталену міжнародну правову практику та усуває будь-які ризики, пов'язані з розбіжностями в тлумаченні національного законодавства.

При перекладі терміна *Binding Contract* головне завдання – передати ключову характеристику документа, а саме його зобов'язальний характер.

*An offtake agreement is a **binding contract** between a supplier and a buyer, outlining the buyer's commitment to purchase a specified quantity of the supplier's future output (Latest Reports, 2025).*

Офтейк-угода – це договір, що має обов'язкову юридичну силу між постачальником та покупцем, що визначає зобов'язання покупця придбати визначену кількість майбутньої продукції постачальника.

Складність полягає в тому, щоб знайти українську конструкцію, яка б мала таку ж юридичну вагу. Оптимальним рішенням тут є дослівний переклад, який функціонує як усталений еквівалент. Український вираз «Договір, що має обов'язкову юридичну силу» є точною, компонентною копією англійської конструкції. Кожне слово в цьому виразі є важливим і не може бути опущене. Це стандартна юридична формула, яка використовується в українському договірному праві для підкреслення того, що документ не є простою декларацією про наміри, а створює реальні права та обов'язки для його сторін. Вибір цього прийому диктується вимогою максимального формалізму та дотримання норм офіційно-ділового стилю.

Отже, аналіз перекладу термінології у текстах договорів чітко вказує на абсолютне домінування прийомів, що забезпечують формальну та семантичну точність. Провідну роль відіграють усталений еквівалент, калька та дослівний переклад. Запозичення використовується для ключових міжнародних юридичних понять. Загальною стратегією є прагнення до максимальної еквівалентності, що межує з форенізацією, оскільки головним завданням є збереження юридичної структури та змісту оригіналу. Такі креативні та адаптивні прийоми, як опис, модуляція чи дискурсивне створення, у цьому типі текстів є абсолютно недоречними, оскільки будь-яка

інтерпретація або відхилення від оригіналу може призвести до серйозних юридичних наслідків. Перекладач тут виступає не як медіатор, а як точний ретранслятор юридичних формулювань.

Для завершення аналізу підсумуємо отримані результати у вигляді порівняльної таблиці 2.3.1, яка наочно продемонструє залежність перекладацьких рішень від прагматичних характеристик джерела.

Таблиця 2.3.1

Порівняльна характеристика перекладацьких підходів залежно від типу джерела

Характеристика	Сайти туристичних операторів	Довідкові видання (глосарії)	Договори та умови перевезення
1	2	3	4
Прагматична мета	Переконати, зацікавити, продати туристичний продукт.	Стандартизувати, кодифікувати, поінформувати фахівців.	Регулювати, встановити права та обов'язки сторін, уникнути двозначності.

Продовження таблиці 2.3.1

1	2	3	4
Цільова аудиторія	Кінцевий споживач, турист (нефахівець).	Фахівці галузі, науковці, студенти.	Клієнти, юристи, представники регуляторних органів.
Домінантна стратегія	Доместикація: максимальна адаптація до мови та культури клієнта.	Баланс між доместикацією (створення кальок) та форенізацією (збереження інтернаціоналізмів).	Формальна еквівалентність, що межує з форенізацією; збереження юридичної точності.
Провідні прийоми	Опис, посилення, усталений еквівалент, модуляція.	Усталений еквівалент, калька, запозичення, лінгвістичне посилення.	Усталений еквівалент, калька, дослівний переклад, запозичення.
Приклад терміна	Tailor-Made Journey → <i>Індивідуально розроблена подорож</i>	Supply Chain → <i>Ланцюг постачання</i>	Conditions of Carriage → <i>Умови перевезення</i>

Дані здійсненого аналізу дозволяють зробити висновок про те, що вибір перекладацьких стратегій і прийомів при відтворенні термінології

безпосередньо залежить від прагматичних характеристик тексту-джерела. У довідкових виданнях, що мають на меті стандартизацію, домінують калька та усталений еквівалент, забезпечуючи баланс між точністю та зрозумілістю для фахівців. На туристичних сайтах, орієнтованих на переконання клієнта, переважає стратегія доместикації, що реалізується через опис, посилення та модуляцію для максимальної адаптації до потреб споживача. Натомість у юридичних документах, де ключовою є регулятивна функція, застосовується підхід формальної еквівалентності з опорою на дослівний переклад та юридично закріплені відповідники, щоб уникнути правової неоднозначності. Таким чином, функціональний стиль, мета комунікації та цільова аудиторія є визначальними факторами, що детермінують перекладацькі рішення, перетворюючи перекладача з ретранслятора на маркетолога чи правника залежно від контексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gheorghe¹ G., Tudorache P., Nistoreanu P., *Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism*.
2. Teresa Cabré Castellví M. (1999). Terminology: Theory, methods and applications.
3. Molina, L., & Hurtado Albir, A. (2002). Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach. *Meta*, 47(4), 498–512. <https://doi.org/10.7202/008033ar>
4. Definition of TOUR. Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tour>
5. Skibitska O. (2015) The Language of Tourism: Translating Terms in Tourist Texts. Translation Journal. <https://translationjournal.net/October-2015/the-language-of-tourism-translating-terms-in-tourist-texts.html>
6. Алексєєнко М., Пефтієва О., Тарапатов М. (2021). *Формально-структурні характеристики англомовної термінології сфери готельного бізнесу*.
7. Біян Н. (2009), *Лексико-семантична та структурна класифікація термінів у галузі туризму в англійській мові*.
8. Блехман М. (2007) *Машинний переклад: стан та тенденції* / М. Блехман // *Комп'ютери + програми*.
9. Борисов О. (2006). *Мовні засоби репрезентації фонаційної зони слоту симптом емоційного концепту страх*.
10. Житін Я. (2009), *Погляд на термін кризь призму структурно-семантичного та функціонального підходів*. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», серія «Проблеми української термінології» №648.
11. Кислий В., Біловодська О., Олефіренко О., Соляник О. (2010). *Логістика: Теорія та Практика*. Київ.

12. Колеснікова І. *Основні тенденції розвитку сучасної фахової комунікації*.
13. Кузнєцова Г. *Політичний дискурс vs Професійний дискурс*. Житомир.
14. Кочерган М. (2001), *Вступ до мовознавства*.
15. Кифяк В.Ф. (2008) *Організація туризму*. Чернівці: Книги – ХХІ.
16. Нікуліна Н. (2010). *Дискусії щодо терміна в українському та зарубіжному мовознавстві*.
17. Петрин О. (2020), *Провідні характеристики термінології та терміносистеми*.
18. Копач О. О. (2010) Семантичні та структурно-стилістичні особливості англомовних рекламних слоганів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія».
19. Полюжин М., Медведь М, (2013). *Науковий вісник Ужгородського університету*.
20. Попович Ю, Бялик В. (2020). *Поняття термінології та терміносистеми в сучасній лінгвістиці*.
21. Саєнко С. Поняття термінології та її роль у професійному дискурсі // Актуальні проблеми фундаментальних та суспільно-гуманітарних наук : матеріали ІІ науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та здобувачів освіти (20 жовтня 2025 р., м. Харків). Харків : НФаУ, 2025. С. 225-227.
22. Саламаха М., Боднар І., Сологуб Л. (2023), *Тематична класифікація англомовної термінології туризму*.
23. Смирнов І., Любіцева О. (2024). Навчальний посібник *«Логістика в туризмі»*. Київ, Видавництво Ліра-К.
24. Кияк Т., Нуменко М., Огуй О. (2007). *Перекладознавство, німецько-український напрям*.
25. Фурт Д., Дмитрук Л. (2020). Навчальний посібник *«ТЕРМІНОЛОГІЯ»*. Кривий Ріг.

26. Прима В.В. (2018) Туристична термінологія : семантика і функціонування : монографія. Київ. нац. торг.-екон. ун-т.
27. Шмідт Д. (2021), *Способи перекладу англійських туристичних термінів українською мовою*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
28. Авербух К. (2005). *Загальна теорія терміна: комплексно – варіологічний підхід*.
29. Мальська М. П., Микитенко Н. О., Котловський А. М. (2015) *Англоукраїнський словник термінів сфери туризму : навч. посіб. Київ*.
30. Русакова О.Ф., Русаков В.М. (2008). *Теоретико – методологічний аналіз*
31. Журба І., Несторишен І., Матюх С., Економіка підприємств туристичної галузі: проблеми та перспективи розвитку, *Вісник Хмельницького національного університету*.
32. Радзієвська С. О. (2012) *Алгоритм перекладу нанонаукових термінів. Studia Linguistica*.
33. Малярчук О. В. (2014) Неологізми, неоніми, терміни в сучасних англійських наукових текстах. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*.
34. Марченко В. С. (1980) *Основні способи термінотворення. Культура слова*.
35. Лощенова І. Ф., Нікішина В. В. (2014) *Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя*.
36. Лівницька І. А. (2011) *Науковий дискурс: рівні та особливості аналізу. Наукові записки*.
37. Катиш Т. В. (2012) Структурні особливості термінів-словосполучень англійської автомобільної термінології та основні способи їх перекладу українською мовою. *Вісник Запорізького національного університету*.

38. Карабан В. І. (1997) *Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. Граматичні труднощі. Частина 1.*
39. Карабан В. І. (2004) *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми.*
40. Ільченко О. М. (2002) *Етикет англomовного наукового дискурсу. Київ.*
41. Вакуленко М. О. (2010) *Термін і термінологія: основні положення та методи дослідження. Проблеми семантики слова, речення та тексту. Київ.*
42. Бусел В. Т. (2007) *Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ : Перун.*
43. Бондаренко О. М. (2016) Структурно-семантичні характеристики терміноодиниць техніки та особливості їх перекладу (на матеріалі текстів автомобільної галузі). *Вісник Запорізького національного університету.*
44. Білозерська Л. П. (2010) *Термінологія та переклад. Вінниця: Нова книга.*
45. Прима В. (2018) *Туристична термінологія: семантика і функціонування. Київ : Київ. нац. торг.-екон. 124 с.*
46. Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. (2000) *Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ : КМ Academia.*
47. Елікашвілі М. З. (2012) *Структурно-семантичні особливості англomовних лексичних та фразеологічних неологізмів суспільно-політичної сфери та засоби їх адекватної передачі українською мовою. дипл. роб. Горлівка.*
48. Кияк Т. Р. (2008) *Семантичні аспекти нормалізації термінологічних одиниць. Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка.*

49. Коваленко А. Я. (2001) Загальний курс науково-технічного перекладу. Київ.
50. Лівницька І. А. (2011) Науковий дискурс: рівні та особливості аналізу. Наукові записки.
51. Мойсеєнко С. М. (2010) Прагматичні особливості англomовного науковотехнічного дискурсу. Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.
52. Бабченко О. М. (1999) Навчання технічного перекладу та реферування. Іноземні мови.
53. Д'яков А. С., Кияк Т. Р., Кудепко З. Б. (2000) Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти.
54. Смолій В. А. (2006) Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Слово.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Abercrombie and Kent*. (2025). Abercrombie and Kent. <https://www.abercrombiekent.com>
2. *Adventure Tours*. (2025). G Adventures. <https://www.gadventures.com>
3. *Corporate Travel Glossary*. (2025). Corporate Travel Management & Business Travel Services. <https://www.travelperk.com/corporate-travel-glossary/>
4. *Cruisetour Ticket Contract*. (2025). Royal Caribbean. <https://www.royalcaribbean.com/guest-terms/content/uploads/2023/03/Royal-CTC-U.S.-rev-02.17.23-final.pdf>
5. *Fred Olsen Cruise Lines*. (2025). Travel Weekly. <https://travelweekly.co.uk/news/fred-olsen-cruise-lines-offers-onboard-credit-on-more-than-100-voyages>

6. *General Conditions of Carriage*. (2025). British Airways. <https://www.britishairways.com/content/information/legal/conditions-of-carriage/general-conditions-of-carriage>
7. *Glossary*. (2024). IATA – Home. <https://www.iata.org/en/programs/sustainability/reports/saf-sustainability-certification-guidance-june-2024/glossary/>
8. *Glossary*. (2025). AltexSoft. <https://www.altexsoft.com/glossary/>
9. *Glossary of tourism terms*. (2025). UN Tourism. <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms>
10. *Latest Reports*. (2025). Skift Research. <https://research.skift.com/report/>
11. *Viking Cruises – Main*. (2025). Viking Cruises. <https://www.vikingrivercruises.com>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1.1

Загальна вибірка термінів з логістики туристичних маршрутів

№	Оригінал	Переклад
1	Accommodation	Розміщення; проживання
2	Accommodation Provider	Постачальник послуг з розміщення
3	Advance Purchase Fare	Тариф при ранньому бронюванні
4	Adventure Tourism	Пригодницький туризм
5	Agent Commission	Комісія агента
6	Air Carrier	Авіаперевізник
7	Aircraft	Повітряне судно
8	Airfare Package	Пакетна пропозиція, що включає авіапереліт
9	Airline Alliance Hub	Вузловий аеропорт авіаальянсу
10	Airline Inventory	Ресурси авіакомпанії (місця в продажу)
11	Airline Regulation	Регулювання авіаперевезень
12	Airport Charges	Аеропортові збори
13	Airside Area	Зона аеропорту після контролю
14	Alliance (Airline)	Альянс авіакомпаній
15	All-Inclusive	Все включено
16	Allotment	Квота місць у готелі/на рейсі для туроператора
17	Alternative Routing	Альтернативний маршрут
18	Amendment Fee	Збір за внесення змін
19	Ancillary Services	Додаткові послуги
20	Annual Travel Pass	Річний проїзний квиток
21	Applicable Law	Застосовне право
22	Apron	Перон (в аеропорту)
23	Arrival Hall	Зал прибуття
24	Arrival Transfer	Трансфер по прибуттю
25	Automated Check-In	Автоматична реєстрація
26	Aviation Security	Авіаційна безпека
27	Back-Office Operations	Операції внутрішнього офісу
28	Back-to-Back Ticketing	Комбінування квитків для економії
29	Baggage Allowance	Норма безкоштовного провозу багажу
30	Baggage allowance	Норма багажу
31	Baggage Claim Tag	Багажна ідентифікаційна бирка
32	Baggage Drop-Off	Місце здачі багажу

33	Baggage Handling	Обробка багажу
34	Baggage Reconciliation	Звірка багажу
35	Base Fare	Основний тариф
36	Beachfront Accommodation	Готель на узбережжі
37	Binding Contract	Договір, що має обов'язкову юридичну силу
38	Boarding Gate	Вихід на посадку
39	Boarding Pass	Посадковий талон
40	Booking Amendment	Зміна бронювання
41	Booking Cut-Off Time	Кінцевий термін бронювання
42	Booking Engine	Система бронювання
43	Booking Terms & Conditions	Умови та положення бронювання
44	Boutique Hotel	Бутик-готель
45	Bumping / Denied Boarding	Відмова в перевезенні (зазвичай через овербукінг)
46	Cabin Crew	Екіпаж пасажирського салону
47	Cabin Upgrade	Підвищення класу обслуговування
48	Cancellation Charges	Штрафи за скасування бронювання
49	Cancellation Policy	Правила скасування бронювання
50	Capacity Control	Контроль місткості
51	Car Rental Agreement	Договір оренди авто
52	Car Rental Desk	Стійка оренди авто
53	Cargo	Вантаж
54	Carrier	Перевізник
55	Carrier agreement	Угода з перевізником
56	Carrier's Liability	Відповідальність перевізника
57	Carrying Capacity	Пропускна спроможність; місткість
58	Carry-On Allowance	Норма ручної поклажі
59	Central Reservation System (CRS)	Центральна система бронювання
60	Charter Flight	Чартерний рейс
61	Chauffeur Service	Послуги водія
62	Checked Baggage	Зареєстрований багаж
63	Check-In	Реєстрація (на рейс, у готелі)
64	Check-Out	Виселення (з готелю)
65	City Break	Коротка поїздка до міста
66	City Tax	Міський туристичний податок
67	Co-Branded Card	Спільна бонусна карта авіаліній і банку
68	Codeshare Agreement	Код-шерінгова угода (угода про спільні рейси)
69	Combined Transport	Комбіноване перевезення
70	Commercial Port	Торговий порт
71	Complimentary Service	Безкоштовне обслуговування

72	Concierge Desk	Стійка консьєржа
73	Conditions of Carriage	Умови перевезення
74	Conference Package	Конференційний пакет
75	Conjunction Ticket	З'єднаний квиток
76	Connecting Flight	Стикувальний рейс
77	Connecting Time	Час на пересадку
78	Contactless Boarding	Безконтактна посадка
79	Contracted Rate	Договірна ставка
80	Cruise Deck Plan	План палуби круїзу
81	Cruise Dining Plan	Харчування на борту судна
82	Cruise Itinerary	Маршрут круїзу
83	Cruise Ticket Contract	Договір на круїзне перевезення
84	Customs	Митниця
85	Customs Declaration	Митна декларація
86	Daily Briefing	Щоденний інструктаж; брифінг
87	Damage (to Baggage)	Пошкодження (багажу)
88	Day Use Room	Номер на денне використання
89	Delay	Затримка
90	Denied Boarding Compensation	Компенсація за відмову в посадці
91	Departure Gate	Вихід на відліт
92	Departure Transfer	Трансфер при від'їзді
93	Deposit (Non-Refundable)	Депозит (що не повертається)
94	Destination	Пункт призначення; дестинація
95	Destination Management Company (DMC)	Компанія з управління напрямками
96	Destination Wedding	Весілля за кордоном
97	Digital Travel Pass	Цифровий туристичний пропуск
98	Direct Booking	Пряме бронювання
99	Direct Flight	Прямий рейс
100	Disembarkation	Висадка з судна
101	Disruption Management	Управління затримками/скасуваннями
102	Distribution Channel	Канал збуту; канал дистрибуції
103	Docking Location	Місце швартування; причал
104	Domestic Tourism	Внутрішній туризм
105	Double Room	Двомісний номер
106	Duty-Free Allowance	Норма безмитного ввезення
107	Early Check-In	Рання реєстрація
108	Early Departure Fee	Плата за достроковий виїзд
109	Embarkation	Посадка на судно
110	Emergency Exit Row	Ряд аварійного виходу
111	Endorsement	Індосамент; передавальний напис (у квитку)
112	Estimated Landing Time	Орієнтовний час посадки

113	ETA (Estimated Time of Arrival)	Розрахунковий час прибуття
114	ETD (Estimated Time of Departure)	Розрахунковий час відправлення
115	E-Ticket (Electronic Ticket)	Електронний квиток
116	Event Tourism	Подієвий туризм
117	Excess Baggage	Наднормативний багаж
118	Excess Mileage Charge	Плата за перевищення пробігу
119	Excursion Ticket	Квиток на екскурсію
120	Executive Lounge	Бізнес-зал очікування
121	Exit Tax	Податок на виїзд
122	Expedition Team	Експедиційна команда (науковці, гіді на борту)
123	Extended Stay	Довготривале проживання
124	Facilitation (of Travel)	Спрощення формальностей (пов'язаних з подорожжю)
125	Fare Basis	Базовий тариф; основа розрахунку тарифу
126	Ferry Crossing	Поромна переправа
127	Final Destination	Кінцевий пункт призначення
128	Final Payment	Остаточний розрахунок
129	Flexible Fare	Гнучкий тариф
130	Flight Capacity	Місткість польоту
131	Flight Monitoring	Моніторинг рейсу
132	Flight Number	Номер рейсу
133	Flight Schedule	Розклад польотів
134	Flight Times	Час вильоту та прильоту
135	Force Majeure	Форс-мажор; обставини непереборної сили
136	Free Sale	Вільний продаж
137	Frequent Flyer Program	Програма для пасажирів, що часто літають
138	Full Board	Повний пансіон
139	Full Ship Charter	Повний чартер судна
140	Full-Service Carrier	Авіакомпанія з повним спектром послуг
141	Gateway City	"Ворота міста"; великий транзитний аеропорт
142	Gateway Port	Головний порт
143	GDS (Global Distribution System)	Глобальна дистрибутивна система
144	Governing Law	Регулююче законодавство
145	Gratuities	Чайові

146	Ground Arrangements	Наземне обслуговування
147	Group Departure	Груповий виїзд (за фіксованою датою)
148	Group Leader	Керівник групи; гід
149	Guaranteed Departure	Гарантований виїзд
150	Guesthouse	Гостьовий будинок
151	Guided Excursion	Екскурсія з гідом
152	Guided Tour	Екскурсія з гідом
153	Half Board	Напівпансіон
154	Handling Fee	Плата за обробку
155	Health Declaration Form	Медична декларація
156	High Season	Високий сезон
157	Hospitality Desk	Інформаційна стійка для гостей
158	Hotel Inventory	Наявність номерів у готелі
159	Hotel Voucher	Ваучер готелю
160	Hub	Вузловий аеропорт; хаб
161	IATA (International Air Transport Association)	Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА)
162	ICAO (International Civil Aviation Organization)	Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО)
163	Immigration Control	Прикордонний контроль
164	Inbound logistics	Вхідна логістика (для туристичних потоків)
165	Inbound Tourism	В'їзний туризм
166	Included Activity	Захід, що включено у вартість
167	Inclusive Rate	Тариф "все включено"
168	Independent Travel	Самостійна подорож
169	Intermodal Transport	Інтермодальне перевезення
170	Itinerary	Маршрут; програма поїздки
171	Itinerary Change	Зміна маршруту
172	Itinerary Deviation	Відхилення від маршруту
173	Itinerary Planning	Планування маршруту
174	Jurisdiction	Юрисдикція; підсудність
175	Last-Minute Deal	Пропозиція в останню хвилину
176	Late Check-Out	Пізнє виселення
177	Layover	Пересадка; коротка зупинка між рейсами
178	Limitation of Liability	Обмеження відповідальності
179	Local Transportation	Місцевий транспорт
180	Low-Cost Carrier	Бюджетна авіакомпанія; лоукостер
181	Loyalty Program	Програма лояльності
182	Luggage Storage	Камера схову багажу
183	Luxury Coach	Туристичний автобус класу люкс
184	Major Change (to Booking)	Істотна зміна (у бронюванні)

185	Maritime Transport	Морське перевезення
186	Meet and Greet Service	Послуга зустрічі в аеропорту/на вокзалі
187	Meet-Up Point	Місце зустрічі
188	Multi-City Trip	Подорож з кількома містами
189	Multi-Day Tour	Багатоденний тур
190	Multimodal Transport	Мультиmodalьне перевезення
191	Multi-Trip Insurance	Страховання багаторазових поїздок
192	Navigation Bridge	Капітанський місток
193	Non-Stop Flight	Безпосадковий рейс
194	No-Show	Неявка пасажирів на рейс
195	Notice (of Cancellation)	Повідомлення (про скасування)
196	Ocean Cruise	Океанський круїз
197	Off-Peak Season	Міжпиковий сезон
198	Onboard Credit	Бортовий кредит (сума для витрат на судні)
199	Onboard Facilities	Послуги та зручності на борту
200	One-Way Ticket	Квиток в один кінець
201	Onward Travel	Подальша подорож
202	Open-Jaw Ticket	Квиток з розімкненим маршрутом
203	Optional Activity	Факультативний захід; екскурсія за бажанням
204	Outbound logistics	Вихідна логістика
205	Outbound Tourism	Виїзний туризм
206	Overhead Compartment	Верхня полиця в салоні
207	Overland Journey	Сухопутна подорож (зазвичай довга)
208	Package Price	Пакетна ціна
209	Package Tour	Пакетний тур; комплексна туристична поїздка
210	Passenger	Пасажир
211	Passenger Flow	Потік пасажирів
212	Passenger flow management	Управління пасажиропотоком
213	Passenger Handling	Обслуговування пасажирів
214	Passenger Manifest	Список пасажирів
215	Passenger Terminal	Пасажирський термінал
216	Peak Travel Period	Період пікового попиту
217	PNR (Passenger Name Record)	Запис реєстрації пасажирів
218	Point-to-Point Travel	Поїздка з пункту А в пункт Б (без проміжних зупинок)
219	Port Expenses	Портові збори
220	Port of Call	Порт заходу (проміжна зупинка круїзного судна)
221	Port of Disembarkation	Порт висадки

223	Port of Embarkation	Порт посадки
224	Port Regulations	Портові правила
225	Post-Cruise Extension	Продовження туру після закінчення круїзу
226	Pre-Cruise Extension	Продовження туру до початку круїзу
227	Prepaid Fare	Попередньо оплачений тариф
228	Principal (Supplier)	Принципал (постачальник)
229	Priority Boarding	Пріоритетна посадка
230	Private Transfer	Приватний (індивідуальний) трансфер
231	Property Management System (PMS)	Система управління готелем
232	Public Liability	Цивільна відповідальність
233	Public Transport	Громадський транспорт
234	Rail Pass	Залізничний проїзний
235	Reconfirmation	Повторне підтвердження бронювання
236	Red-Eye Flight	Нічний рейс
237	Refund	Відшкодування; повернення коштів
238	Refundable Ticket	Квиток, що підлягає поверненню
239	Resort Fee	Курортний збір
240	Right to Refuse Carriage	Право відмовити в перевезенні
241	River Cruise	Річковий круїз
242	Room Occupancy	Кількість місць у номері
243	Room Service	Обслуговування в номері
244	Round Trip	Поїздка в обидва кінці
245	Route optimization	Оптимізація маршруту
246	Safety Demonstration	Інструктаж з безпеки
247	Scenic Drive	Поїздка мальовничим маршрутом
248	Schedule Change	Зміна розкладу
249	Sea View Cabin	Каюта з видом на море
250	Seasonal Route	Сезонний маршрут
251	Security Screening	Перевірка безпеки
252	Self-Guided Tour	Самостійна екскурсія
253	Shore Excursion	Берегова екскурсія
254	Shore Operations	Берегові операції
255	Shuttle Bus	Трансферний автобус
256	Single Supplement	Доплата за одномісне розміщення
257	Slot (Airport Slot)	Слот (дозвіл на зліт/посадку в певний час)
258	Stateroom	Каюта
259	Stopover	Транзитна зупинка (довша за 24 години)
260	Supplier (of Services)	Постачальник (послуг)
261	Supply Chain	Ланцюг постачання

262	Surcharge	Доплата
263	Sustainable Travel	Сталий розвиток подорожей
264	Tailor-Made Journey	Індивідуально розроблена подорож
265	Terminal Fee	Термінальний збір
266	Terms of Payment	Умови оплати
267	Ticketing Deadline	Кінцевий термін видачі квитків
268	Tour Escort	Супроводжуючий групи
269	Tour Inclusions	Включення туру
270	Tour Leader	Керівник туру
271	Tour Operator	Туроператор
272	Tourist Infrastructure	Туристична інфраструктура
273	Transfer Service	Послуга трансферу
274	Transit	Транзит
275	Transit point	Транзитний пункт
276	Travel Advisory	Попередження для мандрівників
277	Travel Agency	Туристична агенція
278	Travel Agent	Агент (турагент)
279	Travel Corridor	Коридор подорожей
280	Travel Data	Дані про подорож
281	Travel Documents	Проїзні документи
282	Travel Insurance	Туристичне страхування
283	Travel itinerary	Розклад подорожі
284	Travel Market	Туристичний ринок
285	Travel Restriction	Обмеження на подорожі
286	Travel Seasonality	Сезонність подорожей
287	Trip Details	Деталі поїздки
288	Twin Room	Двомісний номер з окремими ліжками
289	Twin-Share	Двомісне розміщення (з окремими ліжками)
290	Unaccompanied Minor	Дитина, що подорожує без супроводу дорослих
291	Unchecked Baggage / Cabin Baggage	Незареєстрований багаж / Ручна поклажа
292	Validity (of a Ticket)	Термін дії (квитка)
293	Vessel	Судно
294	Visa Exemption	Звільнення від візи
295	Visa-Free Entry	Безвізовий в'їзд
296	Voyage Plan	План рейсу судна
297	Waiting List	Список очікування
298	Walking Tour	Пішохідна екскурсія
299	Weather-Related Delay	Затримка через погоду
300	Weekend Surcharge	Доплата у вихідні
301	Welcome Reception	Вітальний прийом

