

О ПОНИМАНИИ НОВЕЙШИХ ТЕРМИНОВ ЯЗЫКА ТУРИЗМА

А.А. Дорофеева

Тверской государственный университет, г. Тверь

Анализируется новейшая лексика отечественного туризма. Источником информации служит современный толковый словарь русского языка Е. Н. Шагаловой, а также российская электронная научная библиотека e-library. Из словаря в качестве туристских терминов отобраны 135 слов, которые сгруппированы в несколько категорий в зависимости от их содержания. Особое внимание уделено нескольким терминам не вошедшим в словарь, но появившимся в лексике туризма в последние 3-4 года: стейкхолдер и сторителлинг.

Ключевые слова: заимствование, толковый словарь, лексика туризма, терминосфера, этимологический словарь

Язык туризма – средство общения между участниками туристского процесса, орудие формирования и выражения мысли, описания образа, высказывания указаний и рекомендаций в процессе туризма [Дорофеева 2017]. Язык туризма перманентно совершенствуется, пополняясь новыми терминами и понятиями, причем в последние два десятилетия этот процесс значительно ускорился. Изучая терминосферу туризма мы провели небольшое лингвистическое исследование. В качестве базового источника информации взят «Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века», составленный недавно Е. Н. Шагаловой [Шагалова URL]. Электронная версия указанного словаря имеется в сети российского интернета, что значительно облегчает аналитическую работу с ним. В словаре описаны около 1500 терминов из разных сфер жизнедеятельности российского общества. Из них нами отобраны 135 слов, которые по мнению автора статьи имеют непосредственно, реже косвенное, но, все-таки, достаточно тесное, отношение к туризму, сервису или к гостиничному хозяйству.

Хотя толковый словарь и назван «новейшим», все-таки в него включены несколько терминов, которые не отвечают критерию новизны, так как уже давно используются специалистами по туризму. Самый заметный пример – греческий термин «талассотерапия». Сама Е.Н. Шагалова поясняет, что он был введен в науку еще в 1867 г. французским врачом де Ла Боннардьером. В отечественной туристской науке талассотерапия, как «лечение морем», описана в 1985 году в известной энциклопедии «Курорты» [URL]. Соответственно, подобные термины, пусть даже имеющие прямое отношение к туризму, мы не стали называть «новейшими» и не включили в представленный ниже список.

Все выявленные «новейшие» термины объединены в несколько групп в зависимости от их содержания и понимания:

1. Новые названия участников туристского процесса. Например: «*каучсерфер*» (англ. *Couchsurfer*) – тот, кто путешествует по системе каучсерфинга, представитель сообщества людей, которые бесплатно предлагают друг другу помощь, ночлег во время путешествий. Таких слов оказалось 17: БАЙКЕР, БОРДЕР, ВИП, ГЕОКЕШЕР, ДАЙВЕР, ДЖАМПЕР, ДИГГЕРЫ,

ЗОРБОНА́ВТ, КА́ЙТЕР, КАУЧСЁРФЕР, КАЯ́КЕР, КЕЙВ-ДА́ЙВЕР, КОСПЛЕ́ЕР, КРИЭ́ЙТОР, РА́ФТЕР, ФРИРА́ЙДЕР, ШО́ПЕР,

2. Названия новейших предметов и снаряжения используемого в туризме. Например: «парагла́йд» (Англ. *Paraglide*) – оснащенное воздухозаборниками мягкое крыло, напоминающее парашют и предназначенное для развлекательных планирующих полетов с использованием восходящих потоков воздуха на гористой или холмистой местности, или над водой. Всего в этой группе выявлено 14 терминов: АКВАБА́ЙК, БАЙК, БАНДА́НА, ГА́ДЖЕТ, ДАЙВ-БО́Т, ЗОРБ, КА́ЙТ, КАЯ́К, КРУИ́З-КОНТРО́ЛЬ, МАУНТИНБАЙК, МАУНТИНБО́РД, ПАРАГЛА́ЙД, ПАРЕ́О, РАФТ, СНОУБЛЕ́ЙДЫ.

3. Названия новейших досуговых развлечений, видов туризма и рекреационных занятий. Например: «геоке́шинг» (Англ. *Geocaching*) – путешествие для участия в игре с применением спутниковых навигационных систем (GPS, ГЛОНАС), состоящая в поиске тайников, спрятанных другими людьми. Это самая большая группа новейших терминов, насчитывающая 46 слов: БАГГИКА́ЙТИНГ, БЕЙСДЖА́МП, БОДИСЁРФИ́НГ, БО́ФФИ́НГ, БЭЖКА́НТРИ, ВЕ́ЛНЕСС, ГЕОКЕ́ШИНГ, ДА́ЙВИ́НГ, ДА́ЙВИ́НГ-САФА́РИ, ДЖИП-САФА́РИ, ДЖИП-ТРИА́Л, ЗО́РБИ́НГ, КАЙТБО́РДИ́НГ, КА́ЙТИ́НГ, КАЙТЛИ́ФТИ́НГ, КАЙТСЁРФИ́НГ, КАЙТСЕ́ЛИ́НГ, КАЙТТРЕ́КИ́НГ, КАНОПИ́НГ, КАНЬОНИ́НГ, КАРАВА́НИ́НГ, КАЯ́КИ́НГ, КВЕСТ, КЕЙВДА́ЙВИ́НГ, КЕ́ЙВИ́НГ, КОСПЛЕ́Й, КОСПЛЕ́Й-ПА́ТИ, МАУНТИНБО́РДИ́НГ, МОГУ́Л, МУНВО́КИ́НГ, ПАРАГЛА́ЙДИ́НГ, ПЕЙНТБО́Л, ПИЛА́ТЕС, РА́ФТИ́НГ, РОУПДЖА́МПИ́НГ, РО́УЛИ́НГ, СЛАЙД-АЭРО́БИКА, СНО́РКЕЛИ́НГ, СНОУКА́ЙТИ́НГ, СНОУРА́ФТИ́НГ, ФА́ЕР-ШОУ, ФИ́ТНЕС, ФРИРА́ЙД, ХЕЛИБО́РДИ́НГ, ХЕЛИ́СКИ

4. Название новейших технологий в туризме и сервисе. Например: «лоуко́ст» (Англ. *low costs*) – дешевый авиабилет на рейс с ограниченным набором услуг. В этой категории отобраны 23 слова: АПРЕ́СКИ, АФТЕПА́ТИ, БИЕННА́ЛЕ, БРЕНДИ́НГ, ДЖИПИ́ЭС, ДИРЕ́КТ-МЕ́ЙЛ, КАУЧСЁРФИ́НГ, КЕ́ЙТЕРИ́НГ, КЕШ, КОД-ШЕ́РИ́НГ, КО́СТЫ, КРЕАТИ́В, ЛОУКО́СТ, МАССФРЕНДИ́НГ, ОПЕН-Э́ЙР, ПА́БЛИК РИЛЕ́ЙШНЗ, РЕ́ДИ-МЕ́ЙД, РЕЛА́КС, СКИ-ПА́СС, ТА́ЙМШЕР, ФАНГОТЕРАПИ́Я, ШО́ПИНГ.

5. Названия новых инфраструктурных объектов в туризме и гостиничном хозяйстве. Например: *Велнесс-центр* (Англ. *wellness centre*) – центр красоты и здоровья. Здесь зафиксировано 31 заимствованное слово: АКВАПА́РК, БА́ННЕР, БЕ́БИ-ЛИ́ФТ, БИГЭ́ЙР, БИЛБО́РД, ВАЙ-ФА́Й, ВЕ́ЛНЕСС-ЦЕ́НТР, ВИА-ФЕРРА́ТА, ГЕЙТ, ДАЙВ-СА́ЙТ, ДАЙВ-ШО́П, ДИСКА́УНТЕР, ДИСНЕЙЛЭ́НД, ДУ́ПЛЕКС, ДЬЮ́ТИ-ФРИ́, КВАДРАХА́УС, КЕМПЕР-ВЭ́Н, ЛЕЙНХА́УС, ЛОУКО́СТЕР, МАРИ́НА, ПАБ, СКИ-БА́С, СПА, СПА-ОТЕ́ЛЬ, СТЕ́ППЕР, ФАСТФУ́Д, ФРИВЕ́Й, ХАБ, ХАЙВЕ́Й, ХАММА́М, ЯКИТО́РИЯ.

6. Наконец, небольшая группа всего из 4 слов содержит новые общие термины туризма. Например: Триал (Англ. *Trial*) – общее название спортивных занятий, связанных с преодолением специально построенных или естественных

препятствий на велосипеде, мотоцикле, джипе или грузовике. Другие термины из этой группы: МУНДИАЛЬ, ТАНОРЕКСИЯ, ТРИАЛ, ФАНГО,

Большинство новых слов, вошедших недавно в лексику отечественного туризма, заимствованы из английского языка. В нашем случае английские слова составляют 92,6 % от общего количества новых терминов. Это еще раз подтверждает мысль о том, что современная терминосистема туризма в значительной степени формируется под влиянием англоязычной лексики. Впрочем в составленном списке есть несколько слов, пришедших в русский язык из других европейских и даже экзотических языков. Количественно такие термины составляют всего 7,4 % от общего числа.

В определенной мере (4 слова) российскую лексику туризма в последние годы обогатил итальянский язык:

Биеннале или бьеннале (Ит. biennale букв. 'двухгодовой') – Мероприятие (выставка, фестиваль и т. п.), проводимое регулярно раз в два года.

Виа-феллата (Ит. via ferrata 'дорога из железа') – В альпинизме – скальный участок, оборудованный металлическими конструкциями, помогающими преодолевать его с большей скоростью и меньшими затратами энергии; спортивное занятие, заключающееся в лазании по таким конструкциям.

Фанго (Ит. Fango) – Лечебная грязь из горячих минеральных источников Италии.

Фанготерапия (Ит. Fangoterapia) – Курортная терапия с использованием фанго.

Из французского языка заимствованы следующие термины:

Апрески (апре-ски) (Фр. après ski букв. 'после лыж') – досуг и развлечения на горнолыжных курортах после катания на лыжах: бары, дискотеки, рестораны, кегельбан, клубы и т. д.

Барбекю (барбекью) (Фр. Barbecue) – Переносная печка для приготовления еды, нагреваемая углем; форма проведения досуга – пикник, вечеринка, на которой подаются блюда, приготовленные на барбекю.

Очень популярным в последние годы стало испанское слово: *Мундиаль (Исп. mundial – мировой, всемирный)* – Чемпионат мира по футболу.

Из Полинезии, с острова Таити из местного наречия пришло в туристскую лексику слово: *Парео (Таит. Pareu)* – Предмет женской одежды в виде прямоугольного отреза ткани, подвязываемый на бедрах в виде юбки, под мышками в виде платья или иным образом и часто используемый как элемент купального костюма во время пляжно-купального отдыха в путешествии.

Арабский язык привнес в современную лексику туризма и отдыха слово: *Хаммам* – Турецкая баня, оборудованная парной с температурами +40 / +60°C, а также банный ритуал, включающий расслабление и релаксацию организма.

Японцы из своего языка подарили лексике русского туризма слово: *Якитория* – Японский ресторан, где подают кусияки и якитори (продукты, нанизанные кусочками на деревянную палочку и приготовленные на гриле.).

Впрочем, даже «Самый новейший толковый словарь...» [Шагалова URL] не успевает за стремительным пополнением туристской лексики. Так недавно, в процессе изучения научной литературы, мы встретили термины, которые, по-видимому, в публикациях по туризму ранее не употреблялись. Весной 2017 года в материалах научно-практической конференции «Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы», проводившейся в Краснодарском крае, нам встретилось слово «стейкхолдеры». Этим словом названы люди, приехавшие наблюдать за соревнованиями зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи: *«Туристы, прибывшие на Олимпиаду, являются одними из самых значимых стейкхолдеров Игр»* – так написали ее авторы А.М. Ветитнев и Н.В. Бобина в тексте своей статьи. [Ветитнев, Бобина 2017]. В журнале «Современные проблемы сервиса и туризма» осенью 2017 г. в редакционной статье подробно, с многочисленными примерами описывается туристская технология «сторителлинга». При этом впервые *«Туристский сторителлинг определяется как комплексная маркетинговая технология продвижения дестинаций на основе активной эксплуатации нарративной информации – легенд, мифов, преданий, городских историй и рассказов»* [Афанасьев, Афанасьева 2017].

Оба названных факта и желание лучше понимать вновь вводимые термины подвигли нас на некоторые поиски. Для научного анализа, в том числе, были привлечены ресурсы российской электронной научной библиотеки e-lidrary и её система поисковых запросов. В результате было выяснено следующее.

Термин «стейкхолдер» появился в научных публикациях на русском языке в 2009 году. В том году сразу в нескольких статьях шла речь о стейкхолдерах. Например, К.С.Солодухин, М.С. Рахманова в своей статье пишут: *«...отношения между организацией и ее стейкхолдерами выстраиваются вокруг ресурсного обмена... условием деятельности такой организации является удовлетворение запросов стейкхолдеров»* [Солодухин, Рахманова 2009]. В конце 2017 года в библиотеке e-lidrary поисковая система находит 328 работ в названиях или в тексте которых употребляется слово «стейкхолдер (ы)».

Согласно этимологическому словарю это слово появились в английском языке в самом начале XVIII века и является составным существительным [URL]. «Стейкхолдер» (stake-holder) – образовано путем соединения существительного “a stake” (акция, ценная бумага) и глагола “to hold” (держат), и первоначально имело смысл «тот кто вносит залог когда заключают пари, совершают сделку, делают ставки». Следовательно «стейкхолдер» – лицо или организация заинтересованные в удачном исходе дела, в оптимальном функционировании и хороших результатах деятельности партнеров. Триста лет спустя слово стало применяться в экономической лексике русского языка примерно в указанном понимании, поэтому подавляющее большинство публикаций на русском языке, где встречается слово «стейкхолдер» являются исследованиями в области экономики.

Статей, в которых термин «стейкхолдеры» применяется по отношению к туристской деятельности и написанных на русском языке ранее 2017 года, обнаружено всего две [Гарнес, Гронхауг 2015; Солодухин Рахманова 2009]. В работе зарубежных авторов отмечено: *«Туристские организации являются важными институтами для дестинаций, и они объединяют множество стейкхолдеров, у которых имеются интересы в сфере туризма»* [Гарнес, Гронхауг 2015]. Фактически мы констатируем дебют термина «стейкхолдер» в лексике отечественного туризма и с иронией ждем появления «стейкхолдеров бальнеологических курортов», «стейкхолдеров пляжно-купального отдыха», «стейкхолдеров Эрмитажа и Лувра», так как любые туристы заинтересованы в успешном достижении свои туристских целей и благополучном завершении путешествия.

«Сторителлинг» (story-telling also storytelling) – рассказывание, повествование. Термин включает в качестве составных частей существительное “a story” (рассказ, история) и причастие настоящего времени образованного от глагола “to tell” (present participle of tell). В Online Etymology Dictionary в качестве даты появления слова «story-telling» в английском языке названо самое начало XVIII века [URL]. В туризме идея использовать различные увлекательные истории, легенды, древние мифы, местные предания и т.п., в качестве дополнительной мотивации или как способа заинтересовать туриста – присутствует как минимум с 1846 года, когда Томас Кук организовал первую тематическую турпоездку – экскурсию в Шотландию, где творили Роберт Бернс и Вальтер Скотт.

По данным e-library в русскоязычных научных статьях заимствованный «сторителлинг» уже несколько лет, с 2009 года, описывается в качестве названия одного из инструментов управления персоналом или его подготовки [Новичкова, Воскресенская 2014]. Например, Л. А. Елисеева описывает «сторителлинг» следующим образом: *«Наставники привносили в отношения с учеником свой опыт, когда рассказывали им истории о прошлых действиях, ... или о каких-то событиях... Подобные рассказы называют сторителлингом»* [Елисеева 2011]. Впервые о сторителлинге применительно к вопросам туризма стали упоминать в своих публикациях в 2016 году А.С. Чебаненко, А.И. Чеботарёва [Чебаненко, Чеботарёва 2016]. В настоящее время e-library фиксирует 182 публикации в названиях или в тексте которых имеется слово «сторителлинг».

Однако калькировать англоязычный термин «storytelling» и вводить его в лексику российского туризма на серьезном научно-методическом уровне, очевидно, первыми начали О.Е. Афанасьев и А.В. Афанасьева в упомянутой выше статье [Афанасьев, Афанасьева 2017]. В тоже время в России, а когда-то и в СССР, всегда применяли интересный рассказ в ходе экскурсий или во время туристских поездок, называя его по разному – мифотворчество, легендирование, повествование, изложение интересных фактов, «красочно расписывать», «травить байки», «не соврать – красиво историю не рассказать...» и т.д. Поэтому смогут ли вновь описанные термины стать

понятиями, закрепиться в терминосфере и вырасти до уровня концепта – покажет время и реальная практика их использования в туризме.

ЛИТЕРАТУРА

Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В. Сторителлинг дестинации как современная технология туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Том: 11 № 3. С. 7–24

Ветитнев А.М. Бобина Н.В. Комплексное изучение стейкхолдеров олимпийского туризма на примере олимпиады в Сочи-2014 // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар. 2017. С. 311–316.

Дорофеева А.А. О некоторых ключевых понятиях исследования языка туризма / Вестник Тверского госуниверситета. Серия: Филология. 2017. № 3. С. 208–212.

Елисеева Л. А. Наставничество и сторителлинг как эффективные способы трансляции // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 46–49

Новичкова А.В., Вокресенская Ю.В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», 2014, № 6. <http://naukovedenie.ru/PDF/39EVN614.pdf> (доступ свободный).

Гарнес С., Гронхауг К. Роль советов директоров в туристских организациях / Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2015. Т. 9. № 3. С. 72–87

Солодухин К.С., Рахманова М.С. Модель оценки конкурентного потенциала ресурсов и способностей ВУЗа как стейкхолдер-компании // Экономика и образование. Вестник УГТУ-УПИ, № №, 2009. – С. 133–139

Чебаненко А.С., Чеботарёва А.И. Анализ методов обучения персонала на предприятиях туристской индустрии/Таврический научный обозреватель. 2016. № 1-2 (6). С. 16–20

Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века. Режим доступа: <http://www.coollib.com/b/332144/read#t11>

Энциклопедия «Курорты». М., 1985. С. 591.

Online Etymology Dictionary. Режим доступа: <https://www.etymonline.com/search?qthe>

ON COMPREHENSION OF THE NEWEST TOURISM TERMS

A.A. Dorofeeva
Tver State University

The article analyses the newest home tourism vocabulary. The source of information is modern explanatory dictionary of the Russian Language by E.N. Shagalova as well as Russian electronic library «e-library». 135 words were selected from the dictionary as tourism terms. They were divided into categories depending on their meaning. The author focuses her attention on a few terms, which are not included in the dictionary but they have appeared in the tourism vocabulary for the last 3-4 years: stakeholder and story-telling.

Key words: borrowing, explanatory dictionary, tourism vocabulary, term sphere, etymological dictionary.

Об авторе: ДОРОФЕЕВА Анна Александровна, аспирант кафедры английского языка Тверского государственного университета, e-mail: ad2555@yandex.com