

5. Гальперин И.Г. Текст как объект лингвистического исследования. М: КомКнига, 2006. 144 с.
6. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English-Ukrainian. М.: Издательство Союз, 2000. 320 с.
7. Левицкий А.Э. Явление функциональной переориентации языковых единиц. 1999. № 1. Том 2. 82 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Дві великі метафори. Теорія метафори. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
9. Складарская Г.М. Метафора в системі мови. С.-П.: Наука, 1993. 150 с.
10. Янков А.В. Морфологічна структура і семантика соціально-політичних неологізмів в американському варіанті англійської мови. Респ. міжвідом. наук. зб. Серія «Іноз. філол». Львів, 1978. Вип. 52. 276 с.
11. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Prentice Hall, 1981. 200 p.

УДК 811.11,37,373-119

ТЕРМІН «ТУРИЗМ» ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Прима В.В., к. філол. н.,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Київський національний торговельно-економічний університет

Шкорубська Ю.Є., викладач
кафедри іноземної філології та перекладу
Київський національний торговельно-економічний університет

Стаття присвячена розгляду основних аспектів дослідження англомовної туристичної термінології, зокрема функціонального. Розглянуто загальні характерні риси англомовних туристичних путівників та особливості функціонування в них туристичних термінів.

Ключові слова: термінологічне поле, термін, термінологія, путівник, глобалізація.

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности функционального. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных путеводителей и особенности функционирования в них туристических терминов.

Ключевые слова: терминологическое поле, термин, терминология, путеводитель, глобализация.

Prima V.V., Shkorubska Yu.Ye. FUNCTIONING OF THE TERMINOLOGICAL FIELD "TOURISM" IN THE ENGLISH GUIDEBOOKS

The article outlines main aspects of study of the English tourism terminology, in particular, functional. General specific features of the English guides and peculiarities of tourism terms functioning in them have been viewed in the article. The aim of our work is to consider the functioning of the English tourism terminology in guidebooks to Ukraine. The researches based on the materials of these English-speaking guides online: World Travel Guide and Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine). In linguistics a guidebook is considered a kind of tourist discourse genre. Characteristic features of tourist guides are a high degree of generalization, precision, information and impersonality. The main functions of guides are informative (presenting factual information) and advertising (creating a positive image of a specific tour is site that aims to interest potential tourist on his visit). These features influence the choice of vocabulary of travel guides. Several micro fields are presented in the English tourism terminology. They are organization of tourism, accommodation, transport, food, leisure time. Implementing promotional and informational functions as contributes to polycode nature of the guide – the presence of illustrations, on the one hand, renders factual information (various maps) on the other – helps to create a high positive image of a particular object (photo).

Key words: terminological field, term, terminology, guide book, globalization.

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки, динамічний розвиток економіки в 1990-х рр. – на початку ХХІ ст. вплинув і на розвиток туристичного сектора. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до появи гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій

у туристичній торгівлі та готельній індустрії [1]. Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень поряд з іншими сучасними засобами транспорту, комп'ютерними системами бронювання та резервування готелів, продажем туристичних подорожей чи сучасних ліній обслуговування призвело



до виникнення феномена міжнародного масового туризму, який отримав назву «технізований туризм». Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем і рекламою, часто віртуальною. Розвиток світової економіки туризму є результатом задоволення людських потреб, починаючи з потреби у відпочинку та дозвіллі, відновленні фізичних сил, споживацьких потреб і закінчуючи розумовими потребами (новий досвід, сприйняття та пізнання) [2]. Значення та роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна оцінити завдяки обсягу туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туризмі та суміжних галузях, обсягу валютних надходжень завдяки туризму, витратам на туризм і дозвілля. Нові напрямки та тенденції в міжнародному туризмі є також похідною геополітичних змін. Розпад тоталітарної системи, демократизація суспільств у колишніх соціалістичних країнах, а також становлення Європейського Союзу стали найбільш вражаючими подіями, що вплинули на масовий розвиток міжнародного туризму, який можна вважати унікальним феноменом ХХ ст.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає у визначенні терміна «туризм» як об'єкта лінгвістичних досліджень у процесі глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначити термін «туризм» коротко й у той же час повністю через велику кількість виконуваних ним функцій і значну кількість проявів досить складно. Загальноприйняте визначення СОТ є таким: *туризм – діяльність особи, яка подорожує у свій вільний час протягом певного періоду за межі постійного місця проживання з іншою метою, ніж ділова, у відвідуваному місці.*

Слово *tourist* з'явилося в англійській мові на початку ХІХ століття й у перекладі з англійської означає «той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення чи розширення культурного кругозору». За визначенням ООН турист – це особа, що перебуває в певній місцевості терміном більше ніж одна ніч і менше ніж рік.

Туризм – це явище динамічне, воно розвивається й орієнтоване на споживача. За визначенням, яке дає *Longman Dictionary of Contemporary English*, “**tourism** is the business

of providing things for people to do, places for them to stay etc while they are on holiday”.

Всесвітня рада з туризму й подорожей визначила такі характеристики сучасного туризму: це найбільша індустрія світу, що має приблизно 3,5 \$ трлн. оборотного капіталу й містить такі компоненти:

- подорожі (круїзи, автобуси, літаки, автомобілі, залізниця);
- проживання (готелі й мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
- харчування (ресторани, кафе, бари);
- відпочинок і дозвілля (ігри, парки, розваги, атракціони).

Туризм – це екскурсії, походи й подорожі, в яких відпочинок поєднується з пізнавальними й освітніми цілями. За призначенням і формами проведення туризм поділяється на плановий (екскурсійний) і самодіяльний. За планового туризму учасники подорожують на автобусах, літаках, теплоходах, у поїздах по попередні намічених маршрутах, зупиняються в готелях або на турбазах, де їм надається ночівля, харчування й екскурсивод. У самодіяльному туризмі подорож будується повністю або частково на самообслуговуванні. Тут туристи самі намічають маршрути й спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, обирають місця для екскурсій.

У результаті туристичної діяльності відбувається міжмовний контакт, що слугує джерелом обміну лексичними одиницями, а також запозичення нових лексичних одиниць, оскільки виникає потреба називати нові явища.

Проаналізувавши англійські туристичні путівники, можна виділити такі види туризму.

Екскурсійний туризм – подорож у пізнавальних цілях. Це одна з найбільш розповсюджених форм туризму. Вона передбачає відвідування цікавих історичних, архітектурних пам'яток, визначних місць із метою ознайомлення з культурою та традиціями інших народів і збагачення власного досвіду. “Excursions – a short journey arranged so that a group of people can visit a place, especially while they are on holidays” [3].

Рекреаційний туризм – подорож для відпочинку й лікування. Цей вид туризму є дуже розповсюдженим в усьому світі. У деяких країнах він виділяється в самостійну галузь економіки й функціонує паралельно з іншими видами туризму. “Recreation – an activity that you do for pleasure or amusement” [3].

Діловий туризм – це поїздки, пов'язані з виконанням професійних обов'язків.

У зв'язку із загальною інтеграцією й установами ділових контактів діловий туризм щорічно здобуває все більше значення. Поїздки відбуваються з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі чи представляють для неї особливий інтерес; для проведення переговорів, для пошуку додаткових каналів постачання чи збуту й т. д. Звернення до туристичних фірм у всіх подібних випадках дозволяє організувати поїздку з найменшими витратами, заощаджуючи час. Крім того, до сфери ділового туризму належить організація різних конференцій, семінарів, симпозіумів і т. д. У таких випадках великого значення набуває спорудження при готельних комплексах спеціальних залів, установка устаткування для зв'язку й інші необхідні речі. “Business tourism or **business travel** is a more limited and focused subset of regular tourism” [1]. “During business tourism (traveling), individuals are still working and being paid, but are doing so away from both their workplace and home” [1].

Етнічний туризм – поїздки для зустрічі з родичами. Туристичні агентства допомагають з оформленням транспортних квитків, закордонних паспортів, віз і т. д. “Ethnic tourism is travel modified by a search for the first hand, authentic and sometimes intimate contact with the people, whose ethnic and/or cultural background is different from the tourist” [2].

Спортивний туризм – поїздки для участі у спортивних заходах. До послуг туристичних фірм у цьому разі звертаються як керівники спортивних команд, організатори змагань, так і вболівальники й просто ті, хто бажає бути присутнім на змаганні. “Sport tourism refers to travel which involves either observing or participating in a sporting event staying apart from their usual environment”.

Цільовий туризм являє собою поїздки на різні масові заходи.

Релігійний туризм – подорож, що має на меті виконання яких-небудь релігійних процедур, місій. “**Religious tourism**, also commonly referred to as faith tourism, is a type of tourism, where people travel individually or in groups for pilgrimage, missionary, or leisure (fellowship) purposes” [3].

Караванінг – подорож у невеликих мобільних будиночках на колесах. “Caravanning – the activity of taking holidays in a group of people who travelling together for safety. (**Caravanning** is the practice of taking holidays in a caravan)” [3].

Пригодницький (екстремальний) туризм – туризм, пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді – з небезпекою для життя. “**Adventure travel** is a type of tourism, involving exploration or travel with perceived (and possibly actual) risk, and potentially requiring specialized skills and physical exertion”.

Водний туризм – поїздки на теплоході, яхті й інших річкових і морських суднах річками, каналами, озерами, морями. Географічно й за часом цей туризм дуже різноманітний: від годинних і одноденних маршрутів до багатотижневих круїзів морями й океанами. Усі ці види туризму найчастіше тісно переплітаються між собою, і зазвичай їх важко виділити в чистому вигляді. “**Water tourism** is traveling by boat while on holiday, with the express purpose of seeing things meant for the water tourist”.

Поняття «космічного туризму» (“*space tourism*”) започаткувало й поняття «космічного туриста» – “*space tourist*”. Словосполучення “*space tourist*” набуло популярності через подорож першого космічного туриста (американського бізнесмена Д. Тіто) на космічному кораблі. Іншою, більш узагальненою назвою пасажира космічного корабля є словосполучення “*spaceflight participant*”. Для таких туристів уже створюють і спеціальні космічні кораблі (“*space tourist vehicle*”): “*NASA and its International Space Station (ISS) partners have finally agreed the rules governing who can fly to the outpost as space tourist*”.

У США від 2002 року стають популярними лицарські двобої на спеціальних велосипедах, перетворених на «бойових коней». Такі велосипеди називають «велосипедами-мутантами» (*mutant bike*), дуелянти називаються «велосипедистами-мутантами» (*mutant bikers*), а самі поєдинки позначаються неологізмом *bike-jousting*. Рух «байкерів-мутантів» позначає словосполучення “*mutant bike movement*”: “*Bike jousting is not just another extreme sport. While these self-described mutant bikers are a breed apart, they share a common cause with more mainstream cycling group*”.

Є декілька екстремальних видів лижного спорту (extreme skiing): «сніговий серфінг» (*snowserfing*, тобто спуск на одній спеціальній лижі); швидкий спуск із крутих гір на санчатах на колесах (*street luge*); гра з пластиковим м'ячем між двома командами лижників на схилах гір (*ski football*). Аматори лижного спорту можуть тренуватися і влітку на спортивному «снаряді», який позначають словом *mountainboard*, він є засобом пересування, що



поєднує риси скейтборда й моторолера. Спорт із застосуванням такого снаряду одержав назву *mountainboarding*:

“To try mountainboarding, another of the activities on offer at the weekend, I travelled to Cheltenham to meet Pete Tatham, a partner in No Sno, a leading mountain-board company”.

Швидкий спуск на санчатах на колесах (*luge, street luge*) спричинив відродження цього екстремального виду гірського спорту. Через 54 роки, на зимовій Олімпіаді 2002 року, він був знову включений в олімпійські змагання через те, як відзначають журналісти, що він є дуже небезпечним. Такий спорт зветься *skeleton*. Його називають також «скаженим кузеном спорту» (*luge*). Суть його полягає в тому, що спортсмен лягає на металеві санчата вагою 20 кг і мчить зі швидкістю 110 км на годину з гори: *“The sport of skeleton which returns to the winter Olympics this month after a 54-year absence, is the crazy cousin of luge. Instead of reclining on a sled like Barcalounger, you go headfirst, kamikaze style”.* Створено й інші школи цього екстремального виду спорту – *skeleton school*: *“Most of the hut are students at Lake Placid”.*

Нове словосполучення *extreme life* відображає загальне поняття «життя, що існує в екстремальних умовах»: *“Scientist plumbing the budding, black depths of a geothermal hot spring in Idaho have discovered a unique community of microbes that thrive without sunlight or oxygen... In light of the findings, researchers said should not longer be whether extreme life exists on Mars and elsewhere. “Rather, did life originate there, or was it transplanted from Earth?” Said University of Colorado planetary scientist Bruce Jakosky”.*

Популярність поняття «екстремальність» зумовлює його екстраполяцію на інші сфери повсякденного життя. Поняття «екстремальне прасування» разом зі словосполученням *extreme ironing* виникло наприкінці 90-х років ХХ століття, коли в деяких країнах стало модним прасувати білизну під час заняття екстремальним спортом. Останніми роками це явище поширилося в США. Подібний «спорт» одержав назву *sport of spot*, а його шанувальників почали позначати неологізмами *extreme ironers, extreme ironist, ironists*:

“Now, countless handkerchiefs and pillow cases later, and after stretching to the corner of South Africa, Japan, Croatia and Chile, extreme ironing is coming to the United States, hopping to appeal to the spin-cycle superhero, the wash-and-wear wonder woman in all of us”.

Як свідчать наведені приклади, ключові одиниці сфери туризму (*tourism, tourist*) продовжують, як і в попередні роки, активно брати участь у процесі утворення інновацій, вступаючи в синтагматичні зв'язки. Крім описаних раніше неологізмів, можна відзначити такі словосполучення, як *intellectual tourism, intellectual tourist*, що виникли для позначення культурно-освітнього туризму і його учасника:

“While educational and cultural organizations in the United States have led the way in what is being coined intellectual tourism, Britain appears to be catching up fast”.

Неологізм *sustainable tourism* створено за аналогією до словосполучень *sustainable development*. Він позначає туризм, метою якого є контроль за діями людей для запобігання завданню шкоди навколишньому середовищу, а також допомога рослинному й тваринному світу (наприклад, порятунок черепах, дельфінів, рослин, які опинилися в біді):

“There is a growing understanding that sustainable tourism isn't just about saving turtles, or monitoring how often hotels wash their sheets”.

Можна також зазначити, що в попередні роки для позначення туризму, що не завдає шкоди природі, а навпаки, спрямований на надання їй допомоги, виникло слово *ecotourism*. Із ним пов'язано й кілька похідних неологізмів, наприклад словосполучення *ecotourism casino*:

“In the Philippines, Malaysian businessmen are already promoting an “ecotourism casino”.

Модним видом туризму останнім часом стає відвідування місць трагічних подій, стихійних лих із метою співчуття жертвам – *grief tourism*. Подібний вид туризму став популярним наприкінці 90-х років ХХ століття після трагічної загибелі принцеси Діани й паломництва до місця трагедії. З'явилося й позначення учасника таких поїздок – *grief tourist*.

“The commentator, Francis Wheen, has labeled the frenzied pilgrims that trekked to Soham the “grief tourists”.

Із «туризмом співчуття» пов'язано ще кілька неологізмів, насамперед синонімічні позначення таких подорожей (*dark tourism, grief-life, recreational grief, mourning sickness*).

Із явищем існування життя в екстремальних умовах пов'язане й створення неологізму *extremophile* для позначення організму, для якого екстремальні умови є цілком природним середовищем:

*“Those who think there could be life elsewhere in the solar system talk of the possibility of the bacteria buried in the Martian icecaps, or under the icy crusts of Jupiter’s moons Europe or Calisto. One problem with such theories is that these are extremely hostile environments with pressures much higher than normal. Similar high-pressure zones on Earth – under the Antarctic ice, for instance – are suitable only for specially adopted organisms known as **extremophiles**”.*

Хоча дотепер найпопулярнішим видом туризму можна вважати пляжний туризм (або «туризм моря й сонця» (sun-and-sea tourism)), щоразу більша кількість людей вибирає інші види відпочинку. Набуло поширення поняття «мультиспортівна відпустка» (*multisport vacation*), коли відпочивальники (*multisporters*) присвячують свою відпустку заняття різними видами спорту (особливо екстремальними) для випробування «межі своїх можливостей»:

*“She was just embarking on a **multisport vocation**, the latest adventure-travel trend. In fact, **multisporters** tend to push themselves”.*

Поширюється рух за проведення відпустки з усією родиною, із друзями, який позначають неологізмом *togethering*:

*“Those served plan to take more vacation time at home this year as there continues to be an emphasis on family after the terrorist attacks on September 11, 2001, Yesawich said. Eight in ten respondents said they planned to vacation with extended family or friends, a trend called **“togethering”** that is on the increase, he said.”*

Незважаючи на прагнення багатьох громадян розвинутих країн (особливо молодих) до «екстремального» й екзотичного туризму, певна частина туристів, особливо люди похилого віку, віддає перевагу таким подорожам, коли, одержуючи нові враження, фізичне й естетичне задоволення, вони не позбавляються звичного комфорту й «звичного середовища» (їжі, дозвілля тощо). Подібний туризм позначають неологізмом-словосполученням *home-plus experience*:

*“Some people who travel go away for a **home-plus experience**. They want everything they can get at home – fish and chips, pints of beer, tabloid papers – plus beaches, fine weather, and beautiful weather”.*

Альтруїстично мотивована частина населення західних країн віддає перевагу присвяченню свого відпочинку безкоштовній суспільно корисній роботі, наприклад захисту навколишнього середовища, наданню допомоги бідним країнам у якості добровольців.

Людей, що займаються такою суспільно корисною роботою під час відпустки, стали позначати словосполученням *volunteer vacationer*:

*“Page is a **volunteer vacationer**, part of a growing group of Americans. People are using their free time to restore railroads, snorkel for science and band rare birds”.*

Модним видом відпочинку стають пробижки «дикими місцями природи», особливо гористою місцевістю, із рюкзаками за спиною – *fast packing* (*speedhiking*, *speedclimbing*). Можна відзначити, що цей відпочинок зараз за популярністю конкурує з такими захопленнями, як *snowboarding*, *mountainbiking*:

“These days, hot areas of outdoor gear retailing are snowboarding, mountainbiking and fast packing – single-day running and hiking trips that cover 20 to 30 miles” (Rocky Mountain News, May 17, 2002) [4].

Власне туристична термінологія була об’єктом лінгвістичного дослідження в компаративному (порівняння цієї терміносистеми в англійській і російській мовах) і в діячорічному аспектах (Е.Т. Белан, Л.В. Виноградова). Проведений діячорічний аналіз досліджуваної лексики підтвердив вплив як внутрішньомовних, так і зовнішньомовних чинників на зародження й подальше оформлення цієї термінології. Досліджувана термінологія має відкритий характер, що зумовлено високою популярністю такої сфери людської діяльності, як міжнародний туризм, і перетворенням її на дуже розгалужену й перспективну народногосподарську галузь. Проведений етимологічний аналіз показав, що домінуючим процесом термінотворення як для англійських, так і для російських спеціальних одиниць є синтаксичний спосіб. Термінологія, будучи частиною загальнолітературної лексики й значною мірою беручи витоки із загальнолітературної лексики, не може ізольоватися від законів і процесів її розвитку й функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, туристична індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілої низки окремих елементів, що включають різні галузі обслуговування. Будучи однією з найбільш доходних галузей і таких, що інтенсивно розвиваються, вона має важливе соціальне й економічне значення: збільшує місцевий дохід, створює нові робочі місця, розвиває всі галузі, пов’язані з виробництвом туристичних послуг,



розвиває соціальну й виробничу інфраструктуру в туристичних центрах, активізує діяльність центрів народних промислів і розвиток культури, забезпечує зростання рівня життя місцевого населення, збільшує валютні надходження. Поряд із позитивними наслідками розвитку туристичної індустрії не слід забувати про негативний вплив галузі. Недоліки розвитку туризму проявляються в тому, що туризм впливає на зростання цін на місцеві товари й послуги, на земельні й інші природні ресурси й нерухомість; сприяє відтоку грошей за кордон під час туристичного імпорту; зумовлює появу екологічних і соціальних проблем; може завдавати шкоди розвитку інших галузей.

Таким чином, індустрія туризму являє собою міжгалузевий комплекс, що включає пасажирський транспорт із його розгалуженою мережею технічних служб; різні спеціалізовані туристичні підприємства й підприємства галузей, що не мають яскраво вираженого туристичного характеру; широку

сферу послуг, якими користується турист. Усі сегменти індустрії туризму взаємозалежні й залежать один від одного, тому повне й усебічне задоволення туристських потреб вимагає скоординованої роботи всієї сукупності засобів, об'єктів і організацій індустрії туризму. Індустрія туризму є одним із секторів економіки, що динамічно розвиваються, що спричиняє не тільки позитивні, а й негативні наслідки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. H. Borne, A. Doliński, Organizacja turystyki. WSiP, Warszawa, 1998.
2. John Lennon (2003). Tourism statistics: international perspectives and current issues. Cengage Learning EMEA. p. 106. ISBN 978-0-8264-6501-6. Retrieved 1 May 2013.
3. Jump up to: Brian Garrod (12 October 2012). "Business tourism". In Peter Robinson. Tourism: The Key Concepts. Routledge. pp. 18–22. ISBN 978-0-415-67792-9. Retrieved 1 May 2013.
4. Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. Л.: ПАІС, 2007. С. 133–138.

УДК 821.111

ДО ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНО-ПРЕЦЕДЕНТНОЇ ОСНОВИ МОВНОЇ ГРИ: КАТЕГОРИЗАЦІЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ

Шульженко Ю.М., ст. викладач кафедри перекладу
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Стаття присвячена проблемі художніх творів, побудованих на принципах використання мовної гри з інтертекстуально-прецедентною основою. На базі методу категоризації інтертекстуальні елементи заносяться до певних класів, узагальнюються їх ознаки. Робиться спроба сегментувати їх на елементи, необхідні для створення репрезентативного перекладу. Такий підхід дозволяє визначити, які категоріальні форми варто зберегти, а які адаптувати, щоб забезпечити оптимальну передачу тексту першотвору.

Ключові слова: мовна гра, інтертекстуалізм, прецедентність, переклад.

Статья посвящена проблеме художественных произведений, построенных на принципах использования языковой игры с интертекстуально-прецедентной основой. На базе метода категоризации интертекстуальные элементы относятся к определенным классам, обобщаются их признаки. Делается попытка сегментировать их на элементы, необходимые для создания репрезентативного перевода. Такой подход позволяет определить, какие категориальные формы стоит сохранить, а какие – адаптировать, чтобы обеспечить оптимальную передачу текста оригинала.

Ключевые слова: языковая игра, интертекстуализм, прецедентность, перевод.

Shulzhenko Yu.M. TO THE PROBLEM OF TRANSLATION OF THE INTERTEXTUAL AND PRECEDENT BASIS OF THE LANGUAGE GAME: CATEGORIZATION OF INTERTEXTUAL ELEMENTS

The article deals with the problem of fiction, built on the principles of the language game with the intertextual and precedent basis. Being based on the categorization method, the intertextual elements are related to certain classes and their characteristics are generalized. An attempt is made to segment them into the elements needed to create a representative