

## ANTONYMS PREFIXATION IN ENGLISH TOURISM TERMINOLOGY: ORIGIN AND MEANING OF PREFIXES

**Yurko Nadiya Anatoliyivna,**

*Senior Lecturer at the Department of Ukrainian  
and Foreign Languages  
Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyi  
nau40279@gmail.com  
orcid.org/0000-0001-7077-2442*

**Styfanyshyn Iryna Mykolayivna,**

*Senior Lecturer at the Department of Ukrainian  
and Foreign Languages  
Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyi  
iryna80@ukr.net  
orcid.org/0000-0001-5295-8964*

The article deals with prefixes origin and meaning in derivational antonymy of English tourism terminology. The growing requirement for global communication in the field of international travel necessitates the study of its terminology. Despite the growing bulk of research on different issues in the area of tourism, there was still a need for detailed analysis of the origin and meaning aspects of prefixation as the most abundant word building type in derivational antonymy of international travel terms.

Taking into account the necessity to study the origin and meaning features of prefixation in derivational antonymy of tourism terminology, the **purpose** of the article comprises identifying and exploring the prefixed antonyms features of English tourism terms according to the origin and meaning of their prefixes. The **object** of research is prefixation of derivational antonyms in English tourism terminology, and the **subject** relates to the meaning and origin of English antonyms prefixes in the field of tourism. **Methods** of research: literature analysis, comparative method and method of system analysis. The **material** of the study was represented by the sample of English tourism terms from printed and Internet resources.

The **results** of the research predetermine comprehensive overview of the origin and meaning of tourism antonyms prefixes, as well as defining the quantitative ratio of their productivity in the English tourism terminology. On the grounds of the research findings it was possible to draw the following **conclusions**. The study of the research database revealed the prevailing productivity of the native prefix un- of Germanic origin and the borrowed prefix non- of Romanic origin. The analysis of tourism antonyms prefixes according to their meaning has shown the obvious dominance of negation and opposition as the main antonymous relations of any sphere, specifically in the area of international travel. The **perspectives** of further research have been defined as the terms systematization and compiling a tourism glossary considering the prefixation features of derivational English antonyms in the professional terminology of tourism industry.

**Key words:** prefixation characteristics, derivational antonyms, professional terminology, English terms, international travel.

## ПРЕФІКСАЛЬНЕ СЛОВОТВОРЕННЯ АНТОНІМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТУРИЗМУ: ПОХОДЖЕННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРЕФІКСІВ

**Юрко Надія Анатоліївна,**

*старший викладач кафедри української та іноземних мов  
Львівського державного університету фізичної культури  
імені Івана Боберського  
nau40279@gmail.com  
orcid.org/0000-0001-7077-2442*

**Стифанишин Ірина Миколаївна,**

*старший викладач кафедри української та іноземних мов  
Львівського державного університету  
фізичної культури імені Івана Боберського  
iryna80@ukr.net  
orcid.org/0000-0001-5295-8964*

У статті розглянуто походження та значення префіксів словотвірних антонімів в англійській туристичній термінології. Зростаюча потреба глобальної комунікації в галузі міжнародного туризму зумовлює необхідність вивчення її термінології. Незважаючи на зростаючу кількість досліджень різних аспектів туристичної сфери, досі залишається актуальною потреба детального аналізу особливостей походження та значення дериваційних префіксів антонімічних туристичних термінів як найпоширенішого типу словотворення антонімічної термінології міжнародного туризму.

Ураховуючи необхідність вивчення походження та значення дериваційних префіксів словотвірних антонімів туристичної термінології, **мета** статті передбачала виявлення та дослідження характерних особливостей префіксальних похідних антонімів в англійській термінології туризму відповідно до походження та значення їхніх префіксів. **Об'єктом** дослідження була префіксація словотвірних антонімів англійської туристичної термінології, а **предметом** дослідження стали значення та походження префіксів англійських антонімічних термінів у галузі туризму. **Методи** дослідження: аналіз літературних джерел, компаративний метод та метод системного аналізу. **Матеріалом** дослідження слугувала вибірка англійських туристичних термінів із друкованих та Інтернет-ресурсів.

**Результати** дослідження зумовлюють детальний аналіз походження та значення префіксів туристичних антонімічних термінів, а також визначення кількісного показника їх продуктивності в англійській термінології галузі туризму. На підставі результатів досліджень можна зробити такі **висновки**. Вивчення джерельної бази дає підстави визначити найбільш продуктивними англійський префікс *un-* германського походження та запозичений префікс *non-* романського походження. Аналіз антонімічних префіксів туристичної термінології за їх значенням засвідчив значну перевагу заперечного та протиставного значення префіксів туристичних антонімічних термінів, утвердивши їх основними антонімічними відношеннями будь-якої галузі, міжнародного туризму зокрема. **Перспективними напрямками** подальших досліджень було окреслено систематизацію та укладання словника туристичних термінів з урахуванням особливостей префіксації похідних англійських антонімів у фаховій термінології туристичної галузі.

**Ключові слова:** особливості префіксації, словотвірні антоніми, фахова термінологія, англійські терміни, міжнародний туризм.

## 1. Introduction

Prevalence of the English language in the modern globalized world is generally accepted and indisputable. It is spoken all over the world and is often referred to as the language of international travel, business and communication. Operating a universal language makes the international communication direct and stimulates the interchange of essential information. The advantages of using English internationally vary, from managing global projects and multinational teams to perfect cross-border communications and serving worldwide customers.

**Statement of the problem.** The increasing communication in the area of international travel ascertains the requirement for doing more research on the tourism terminological system. From the linguistic point of view, any specialized terminology is gradually more considered as neither identical nor entirely distinct from general language. Specialized terms of any field are increasingly recognized to present the attributes peculiar to common language, such as synonymy, polysemy, antonymy, etc. Antonymy, in particular, often occurs both in specialized and in general communication, denoting the specified items of certain notions by contrasting two lexical units and regarding their mutual features.

**Analysis of recent studies and publications.** The current body of scientific publications provides clear evidence of much attention being paid to analysis of different terminological systems (Yurko, 2015; Yurko, Romanchuk, Matviyas, Protsenko & Styfanyshyn, 2012; Yurko, Styfanyshyn, Protsenko & Romanchuk, 2019a). Some recent surveys have also been focused on various aspects in the field of international travel (Styfanyshyn, Yurko, Protsenko & Romanchuk, 2019; Yurko, 2016; Yurko, Styfanyshyn, Protsenko & Romanchuk, 2019b; Yurko, Styfanyshyn, Protsenko & Romanchuk, 2019c; Yurko, Styfanyshyn, Protsenko & Slodynytska, 2020; Yurko, Styfanyshyn & Romanchuk, 2019). Few researchers referred to the antonymy in tourism terminology (Biyan, 2013; Chernenko, 2010) as well. Nevertheless, prefixation characteristics of derivational antonyms, and specifically the issues of the origin and meaning of their prefixes, have not been explored enough.

**Purpose and objectives of the article.** In view of the necessity to study the origin and meaning features of prefixation as the most abundant word building type in derivational antonymy of tourism terminology, the **aim** of the research is to analyze the meaning and origin of prefixes of derivational antonyms in English terminology of tourism industry. **Objectives** of the research include identifying and exploring the prefixed antonyms features of English tourism terms according to the origin and meaning of their prefixes.

Subsequently, the **object** of research is prefixation of derivational antonyms in English tourism terminology, and the **subject** relates to the meaning and origin of English antonyms prefixes in the field of tourism. **Methods of research:** literature analysis, comparative method and method of system analysis. The **material** under research is represented by the sample of English tourism terms from printed (Malska, Mykytenko & Kotlovskyi, 2015; Medlik, 2003) and internet resources (Beaver, 2012).

Prefixation underlies the formation of new words with the help of prefixes, the latter being affixes which precede the root morpheme they are added to. In the English language, prefixes may be analyzed on the basis of their origin and meaning (Demenchuk, 2018: 37).

## 2. Origin of antonyms prefixes in English tourism terminology

By origin, the antonyms prefixes of English tourism terms are naturally divided into the native and borrowed ones. The native prefixes of Germanic origin found in English derivational antonymy of tourism industry are not numerous:

- *un-* 26.1% (*available rooms – unavailable rooms, claimed baggage – unclaimed baggage, cleanliness – uncleanliness, furnished room – unfurnished room, inhabited area – uninhabited area, occupied rooms – unoccupied rooms, scheduled flight – unscheduled flight, etc.*);

- *over-* 7.3% (*booking – overbooking, crowding – overcrowding, development of natural resources – overdevelopment of natural resources, fishing – overfishing, flow of tourists – overflow of tourists, etc.*);

- *self-* 5.8% (*catering – self-catering, drive – self-drive, employment – self-employment, guided trip – self-guided trip, promotion – self-promotion, service – self-service, etc.*);

The above mentioned percentage points out evident productivity of the native prefix *un-* of Germanic origin in derivational antonymy of English tourism terms.

The borrowed prefixes of derivational antonyms of English lexical units in tourism industry are mainly Romanic in origin and appear to be the following:

- non- 10.9% (*arrivals – non-arrivals, delivery of services – non-delivery of services, governmental organization – non-governmental organization, payment – non-payment, refundable – non-refundable, resident – non-resident, smoking room – non-smoking room, vegetarian – non-vegetarian, etc.*);
- in- 8.7% (*accessible area – inaccessible area, convenience – inconvenience, expensive hotel – inexpensive hotel, frequent visitor – infrequent visitor, organic food – inorganic food, valid passport – invalid passport, etc.*);
- pre- 5.8% (*bookable transfer – pre-bookable transfer, paid ticket – prepaid ticket, planned itinerary – preplanned itinerary, registration – pre-registration, seasonal adjustment – pre-seasonal adjustment, etc.*);
- re- 5.7% (*building – rebuilding, confirmation – reconfirmation, construction – reconstruction, distribution – redistribution, forestation – reforestation, marketing – remarketing, route – re-route, sale – resale, etc.*);
- im- 5.1% (*balanced tourism – imbalanced tourism, migration – immigration, passable area – impassable area, personal services – impersonal services, precise information – imprecise information, etc.*);
- de- 4.3% (*forestation – deforestation, industrialization – de-industrialization, marketing – demarketing, populated area – depopulated area, regulation – deregulation, etc.*);
- multi- 3.6% (*cultural society – multicultural society, lingual communities – multilingual communities, national corporation – multinational corporation, etc.*);
- dis- 2.9% (*embark – disembark, reputable agency – disreputable agency, satisfied visitor – dissatisfied visitor, etc.*);
- inter- 2.8% (*national company – international company, governmental organization – inter-governmental organization, rail pass – inter-rail pass, etc.*);
- trans- 2.6% (*atlantic flight – transatlantic flight, national corporation – transnational corporation, continental journey – transcontinental journey, etc.*);
- il- 2.3% (*business literate – business illiterate, legal stay – illegal stay, legible regulations – illegible regulations, etc.*);
- sur- 2.1% (*charge – surcharge, mount – surmount, tax – surtax, etc.*);
- e- 0.8% (*migration – emigration, etc.*).

The above mentioned data illustrate the prevalent efficiency of the borrowed prefix *non-* of Romanic origin in derivational antonymy of English terminology in the field of tourism.

### 3. Meaning of antonyms prefixes in English tourism terminology

In the English language, prefixes may also be explored from the viewpoint of the functions they perform in derivational bases of the words. Considering the meaning aspect of antonyms prefixes in English tourism terminology, they denote as follows.

- Negation and opposition – 61.9%: *un-* (e.g. *environmentally friendly tourism – environmentally unfriendly tourism*); *in-* (e.g. *exhaustible natural resources – inexhaustible natural resources*); *im-* (e.g. *personal services – impersonal services*); *il-* (e.g. *legal stay – illegal stay*); *de-* (e.g. *populated area – depopulated area*); *dis-* (e.g. *embark – disembark*); *non-* (e.g. *renewable natural resources – non-renewable natural resources*).
- Degree and quantity – 13.4%: *over-* (e.g. *development of natural resources – overdevelopment of natural resources*); *sur-* (e.g. *charge – surcharge*); *multi-* (e.g. *lingual communities – multilingual communities*).
- Position and direction – 12.7%: *pre-* (e.g. *book – pre-book*); *e-* (e.g. *migration – emigration*); *inter-* (e.g. *national company – international company*); *trans-* (e.g. *continental journey – transcontinental journey*).
- Reversal and relation – 11.9%: *re-* (e.g. *confirmation – reconfirmation*); *self-* (e.g. *catering – self-catering*).

As we see, the meaning of negation and opposition prevails in derivational antonymy of English tourism terminology, thus affirming the comprehensive antagonistic relations between antonyms.

### 4. Conclusions

Grounding on the above research findings it is possible to conclude the following. The growing requirement for global communication in the field of international travel necessitates the study of its terminology. Despite the recent bulk of research on different issues in the area of tourism, there was still a need for detailed analysis of the origin and meaning aspects of prefixation as the most abundant word building type in derivational antonymy of tourism terminology. The study of the research database reveals the prevailing productivity of the native prefix *un-* of Germanic origin and the borrowed prefix *non-* of Romanic origin. The analysis of tourism antonyms prefixes according to their meaning has shown the obvious dominance of negation and opposition as the main antonymous relations of any sphere, specifically in the area of international travel. The perspectives of further research are the terms systematization and compiling a tourism glossary considering the prefixation features of derivational antonymy in the English tourism terminology.

#### Bibliography:

1. Біян Н.Р. Антонімічні терміни галузі туризму в англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2013. Вип. 36. С. 6–10.
2. Мальська М.П., Микитенко Н.О., Котловський А.М. *Англо-український словник термінів сфери туризму* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 448 с.

3. Стифанишин І., Юрко Н., Проценко У., Романчук О. Комунікативні аспекти іншомовної професійної підготовки фахівців сфери туризму. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 6(74). С. 200–203. DOI 10.25264/2519-2558-2019-6(74)-200-203 (дата звернення: 16.04.2020).
4. Черненко І. Антонімічні відношення в українській термінології туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології»*. 2010. № 675. С. 183–186.
5. Юрко Н.А. Синонімічні характеристики термінів гандболу в англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 56. С. 343–345.
6. Юрко Н., Романчук О., Матвіяс О., Проценко У., Стифанишин І. Словотвірні аспекти денумеральних утворень в англійській спортивній лексиці. *Молода спортивна наука України*. 2012. Вип. 4(16), С. 176–179.
7. Beaver A. Oxford Dictionary of Travel and Tourism. Oxford : OUP, 2012. URL : <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001> (accessed: 16.04.2020).
8. Demenchuk O. Contrastive Lexicology of the English and Ukrainian Languages. *Contrastive and Typological Studies*. Rivne : RSUH, 2018. 146 p.
9. Medlik S. Dictionary of travel, tourism and hospitality. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2003. 283 p.
10. Yurko N. A. Abbreviations in tourism industry: the main peculiarities of structural components. *Актуальні питання наукових досліджень : матеріали XLIII Міжнар. наук.-практ. конф. (Чернівці, 29-30 червня 2016 р.)*. Київ : Лабораторія думки, 2016. Т. 2. С. 9–11.
11. Yurko N.A., Styfanyshyn I.M., Protsenko U.M, Romanchuk O.V. The characteristics of word formation in English track-and-field terminology. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 1(9). С. 146–149.
12. Yurko N.A., Styfanyshyn I.M., Protsenko U.M, Romanchuk O.V. The word-formation features of English terminology in tourism industry. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 2(38). С. 185–187.
13. Yurko N., Styfanyshyn I., Protsenko U., Romanchuk O. Tourism English: the fields of occupational benefits. *Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23–24 травня 2019 р.)*. Львів : ЛДУФК, 2019. С. 66–68.
14. Yurko N.A., Styfanyshyn I.M., Protsenko U.M, Slodynytska Yu.R. Tourism translation: the key peculiarities. *ЛОГОС. ОНЛАЙН*. 2020. № 7. DOI 10.36074/2663-4139.07.04 URL : <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139> (accessed: 16.04.2020).
15. Yurko N.A., Styfanyshyn I.M., Romanchuk O.V. The characteristics of English terms structure in tourism industry. *Львівський філологічний часопис*. 2019. № 5. С. 178–182. DOI 10.32447/2663-340X-2019-5-30 (accessed: 16.04.2020).

**References:**

1. Biyan, N. R. (2013). Antonimichni termini haluzi turyzmu v anhliyskiy movi [Antonymic terms of tourism industry in the English language]. *Scientific notes of Ostroh Academy National University. Series: Philological*, no. 36, pp. 6–10 [in Ukrainian].
2. Malska, M. P., Mykytenko, N. O., & Kotlovskiy A. M. (2015). Anglo-ukrayinskyi slovnyk terminiv sfery turyzmu : navchalnyi posibnyk [English-Ukrainian dictionary of tourism terms: manual]. Kyiv: Tsentр uchbovoyi literatury [in Ukrainian].
3. Styfanyshyn, I., Yurko, N., Protsenko, U., & Romanchuk, O. (2019). Komunikatyvni aspekty inshomovnoi profesiynoi pidhotovky fakhivtsiv sfery turyzmu [The communicative aspects of foreign languages professional competence of specialists in tourism]. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University. Series: Philology*, vol. 6, no. 74, pp. 200–203. DOI 10.25264/2519-2558-2019-6(74)-200-203 [in Ukrainian].
4. Chernenko, I. (2010). Antonimichni vidnoshennya v ukrayinskyi terminolohiyi turyzmu [Antonymic relations in Ukrainian terminology of tourism]. *Herald of Lviv Polytechnic National University “Problems of Ukrainian Terminology”*, no. 675, pp. 183–186 [in Ukrainian].
5. Yurko, N. A. (2015). Synonimichni kharakterystyky terminiv handbolu v anhliyskiy movi [Synonymous characteristics of English handball terminology]. *Scientific notes of Ostroh Academy National University. Series: Philological*, no. 56, pp. 343–345 [in Ukrainian].
6. Yurko, N., Romanchuk, O., Matviyas, O., Protsenko, U., & Styfanyshyn, I. (2012). Slovotvirni aspekty denumeralnykh utvoren v anhlovniy sportyvniy leksytsi [Word-formation aspects of numeral derivatives in the English sports terminology]. *Young sport science of Ukraine*, vol. 4, no. 16, pp. 176–179 [in Ukrainian].
7. Beaver, A. (2012). Oxford Dictionary of Travel and Tourism. Oxford: OUP. URL : <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001> (accessed: 16.04.2020) [in English].
8. Demenchuk, O. (2018). Contrastive Lexicology of the English and Ukrainian Languages. *Contrastive and Typological Studies*. Rivne: RSUH [in English].
9. Medlik, S. (2003). Dictionary of travel, tourism and hospitality. Oxford: Butterworth-Heinemann [in English].
10. Yurko, N. A. (2016). Abbreviations in tourism industry: the main peculiarities of structural components. Proceedings of the *Topical Issues of Scientific Researches: XLIII International Scientific Conference (Ukraine, Chernivtsi, June 29–30, 2016)*, Kyiv: Laboratoriia dumky, vol. 2, pp. 9–11 [in English].
11. Yurko, N. A., Styfanyshyn, I. M., Protsenko, U. M., & Romanchuk, O. V. (2019a). The characteristics of word formation in English track-and-field terminology. *Transcarpathian Philological Studies*, vol. 1, no. 9, pp. 146–149.



12. Yurko, N. A., Styfanyshyn, I. M., Protsenko, U. M., & Romanchuk, O. V. (2019b). The word-formation features of English terminology in tourism industry. “*International Humanitarian University Herald. Philology*”, vol. 2, no. 38, pp. 185 – 187 [in English].
13. Yurko, N., Styfanyshyn, I., Protsenko, U., & Romanchuk O. (2019c). Tourism English: the fields of occupational benefits. Proceedings of the *Economic and Social Relations in the Field of Physical Culture and Service Business: II International Scientific and Practical Internet Conference (Ukraine, Lviv, May 23–24, 2019)*. Lviv: LDUFC, pp. 66–68 [in English].
14. Yurko, N. A., Styfanyshyn, I. M., Protsenko, U. M., & Slodynytska, Yu. R. (2020). Tourism translation: the key peculiarities. *ΛΟΓΟΣ. ONLINE*, no. 7. DOI 10.36074/2663-4139.07.04 URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139> (accessed: 16.04.2020) [in English].
15. Yurko, N. A., Styfanyshyn, I. M., & Romanchuk O. V. (2019). The characteristics of English terms structure in tourism industry. *Philological Periodical of Lviv*, no. 5, pp. 178 – 182. DOI 10.32447/2663-340X-2019-5-30 [in English].

Стаття надійшла до редакції 17.04.2020  
The article was received 17 April 2020