



**15 JUNE, 2020, TASHKENT, UZBEKISTAN.**



**"Madaniyatlارaro muloqot va Turizm"  
mavzusidagi xalqaro onlayn ilmiy konferensiya**

**"Intercultural communication and Tourism"  
international online conference**

**"Межкультурная коммуникация и Туризм"  
международная онлайн конференция**

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ  
ВАЗИРЛИГИ  
АЛИШЕР НАВОИЙ НОМИДАГИ ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЎЗБЕК ТИЛИ ВА  
АДАБИЁТИ УНИВЕРСИТЕТИ

“ЎЗБЕКИСТОНДА ХОРИЖИЙ ТИЛЛАР” НОМЛИ ИЛМИЙ-МЕТОДИК  
ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛ ВА ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛИ

**ISBN**

**DOI**

“Маданиятлараро мулоқот ва туризм” (“**Intercultural communication and tourism**”, “**Межкультурная коммуникация и туризм**”) мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий конференция материаллари тўплами. Тошкент, июнь, 2020й.

**Таҳрир ҳайъати:**

Н.Нормурадова, Г.Шукурова,  
В.Каюмова, Д.Ашурова

**Масъул муҳаррир:**

Н.Нормурадова

*“Ўзбекистондан хорижий тиллар” номли илмий-методик электрон журнал ва Интернет портали таҳририяти.*

Тошкент – 2020

## MUNDARIJA

<b>1</b>	<b>Kolobov O.</b> ПАЛОМНИЧЕСТВО ВО СВЯТЫЕ ЗЕМЛИ. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, ТРАДИЦИИ, ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	<b>7 -11</b>
<b>2</b>	<b>Kolobova S.</b> МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (ПО ОФИЦИАЛЬНЫМ ДОКУМЕНТАМ ВСЕМИРНОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ) .....	<b>12-18</b>
<b>3.</b>	<b>Nancy M. Ackles,</b> THE IMPORTANCE OF NEEDS ANALYSIS IN THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM .....	<b>18-20</b>
<b>4</b>	<b>Тухтасинов И.М.</b> НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ .....	<b>21-27</b>
<b>5</b>	<b>Shpres Delija,</b> CHALLENGES OF ENGLISH FOR TOURISM PURPOSES IN THE ERA OF GLOBALIZATION .....	<b>27-28</b>
<b>6</b>	<b>Алсу Камалиева,</b> НЕКОТОРЫЕ ТЕОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В РАМКАХ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ .....	<b>28-34</b>
<b>7</b>	<b>Khudaybergenova Z.N.</b> METAFORA FENOMENINI MILLIY MADANIYATNING IN'IKOSI SIFATIDA TADQIQ ETISHNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI VA TARJIMADA QAYTA YARATISH MUAMMOLARI .....	<b>34-41</b>
<b>8</b>	<b>Ranette Gafarova,</b> SÜRGÜNDEKİ KIRIM TATAR TÜRKLERİNİN SOSYO-KÜLTÜREL STATÜSÜ.....	<b>41-41</b>
<b>9</b>	<b>Драчева Светлана Олеговна,</b> ЛИНГВОРЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ .....	<b>42-43</b>
<b>10</b>	<b>Ahmet AKALIN,</b> TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NİN ON BİRİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANINDA "KÜLTÜR" .....	<b>43-44</b>
<b>11</b>	<b>Алимов Б.С.</b> ТУРИЗМ МАҲСУЛОТЛАРИ ТАРҒИБОТИ ВА МАМЛАКАТ ИМИЖИНИНГ ҲАМОҲАНГЛИГИ МАСАЛАСИ .....	<b>44-52</b>
<b>12</b>	<b>Каюмова В.Ф.</b> О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ (на примере филологических дисциплин) .....	<b>53-59</b>
<b>13</b>	<b>Sayfullayev A.I.</b> TARJIMONNING KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYASI.....	<b>59-60</b>
<b>14</b>	<b>Нормуродова Н.З.</b> КУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ В СВЕТЕ КОГНИТИВНОЙ И ДИСКУРСИВНОЙ ПРОПОЗИЦИИ: НАЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ, МЫШЛЕНИЕ И КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА .....	<b>60-70</b>
<b>15</b>	<b>Abdiyev A.U.</b> THE PECULIARITIES OF TRANSLATION IN INTERCULTURAL COMMUNICATION .....	<b>70-76</b>
<b>16</b>	<b>Abduraxmonova N.Z.</b> O'ZBEK TILI ELEKTRON KORPUSINING MORFOLOGIK ANNOTATSIYASI .....	<b>76-80</b>

17	<b>Abduxalikov K.</b> A PARKENT TUMANINING ZIYORAT TURISTIK VA MADANIY-TARIXIY OBYEKT LARI .....	<b>80-83</b>
18	<b>Akhundjanova A.</b> CROSS-CULTURAL INVESTIGATION ON DECODING LINGUISTIC MARKERS .....	<b>84-92</b>
19	<b>Alimova D.</b> CONTRIBUTIONS OF TOURISM TO THE DEVELOPMENT OF REGIONS IN UZBEKISTAN .....	<b>92-95</b>
20	<b>Atashikova N.</b> TEACHING ESP AND BUSINESS ENGLISH .....	<b>95-101</b>
21	<b>Aytmuratova G.</b> PRAGMATIC ANALYSIS OF SPEECH ACTS IN POLITICAL DISCOURSE (IN THE EXAMPLE OF MR. DWIGHT D. EISENHOWER'S "ATOMS FOR PEACE" SPEECH) .....	<b>102-110</b>
22	<b>Azimova M.</b> USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF STUDENTS' INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE .....	<b>110-115</b>
23	<b>Bakiyev X.</b> XORIJIY TILNI O'QITISH VA O'RGANISHDA KOMMUNIKATIV KO'NIKMALARNI BAHOLASHNING AHAMIYATI .....	<b>115-120</b>
24	<b>Бегибоева Н.</b> РОЛЬ И КОМПЕТЕНЦИЯ УЧИТЕЛЯ В ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	<b>120-125</b>
25	<b>Дана К.</b> ПЕРЕДАЧА НАЦИОНАЛЬНОГО КОЛОРИТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ПО ТУРИЗМУ С РУССКОГО НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК .....	<b>125-133</b>
26	<b>Elova D., Sultanova Sh.</b> РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕНТАЛИТЕТ В ПРОЦЕССЕ СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ .....	<b>133-136</b>
27	<b>Ergasheva M., Xalikova M.</b> TOURISM AND EDUCATION: INTERACTION AND DEVELOPMENT PROSPECTS .....	<b>136-140</b>
28	<b>Ermatova D.</b> LINGUACULTURAL SPECIFICITY OF CONCEPTS "LOVE/MUHABBAT" IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES .....	<b>140-150</b>
29	<b>Гулямова О.</b> КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРЕЦКИХ НЕВЕРБАЛЬНЫХ ЛАКУН: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И НАЦИОНАЛЬНО КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА .....	<b>151-157</b>
30	<b>Исамухамедова М.</b> МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ: ЭЛЕМЕНТЫ И ПОДХОДЫ .....	<b>157-162</b>
31	<b>Ismailova L.</b> MILLIY TURIZMGA OID REKLAMALARDA TIL VA MADANIYAT UYG'UNLIGINING AKS ETISHI .....	<b>162-166</b>
32	<b>Isroilova N.</b> THE BEST PRACTICES OF CITY BRANDING AND TOURISTS ATTRACTION POLICIES OF GEORGIA AND KAZAKHSTAN .....	<b>166-172</b>

33	<b>Khojaeva M.</b> THE FEATURES OF TOURISM DISCOURSE GENRES .....	172-177
34	<b>Kholboboeva A.</b> THE ROLE OF TOURISM ADVERTISING DISCOURSE IN TOURISM INDUSTRY OF UZBEKISTAN .....	178-181
35	<b>Boygucheva L.</b> THE USAGE OF CORPUS IN DISCOURSE RESEARCH .....	181-185
36	<b>Mavlonova M.</b> THE CORRELATION BETWEEN BILINGUALISM AND CROSSCULTURAL COMPETENCE AND THE IMPORTANCE OF FOSTERING THE CROSS-CULTURAL COMPETENCE .....	185-198
37	<b>Мавлонова М., Абдиева С.</b> АКТ ТЕРМИНЛАРИ ИНТЕРНАЦИОНАЛ ЛЕКСИКА СИФАТИДА .....	198-202
38	<b>Махаматдоева А.</b> ХИТОЙ ТИЛИДА ҚИЙОСЛАШ МАЗМУНИДАГИ GAPLARDA DARAJANING O‘ZGARISHI MASALASI .....	202-205
39	<b>Melieva S.</b> INTERTEXT AS A FRAME STRUCTURE .....	205-210
40	<b>Mirkhamidova U.</b> GASTRONOMIK TURIZMDAGI TAOMNOMALARNI TARJIMA QILISH MUAMMOLARI .....	210-215
41	<b>Mirzaaliyeva Sh.</b> ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY OMILLARIGA DOIR .....	216-221
42	<b>Nasirova S.</b> UZBEK-CHINESE DIPLOMATIC RELATIONS AS THE BASIS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION .....	221-224
43	<b>Nodira A.Uktamova.</b> ROVSHANAK – GO‘ZALLIGI ILA G‘ARBNI MAFTUN AYLAGAN YANA BIR SHARQ AYOLI	225-229
43	<b>Nu‘monova D.</b> “RUHLAR ISYONI” DOSTONINING LINGVOSTATISTIK TADQIQI..... ....	264-268
44	<b>Nuradullayev N.</b> THE CONCEPTION AND MAIN PRINCIPLES OF CONTEMPORARY TOURISM .....	268-272
45	<b>Ражабов Х.</b> ЧЕТ ЭЛЛИК САФАРЛАР ВА САЁҲАТЛАРНИНГ МАДАНИЯТЛАР-АРО МУЛОҚОТЛАРГА АЪСИРИ.....	273-276
46	<b>Rajabov M., Zarifov A.</b> TA‘LIMIY KORPUSNING TILNI LINGVISTIK MODELLASHTIRISHDAGI O‘RNI.....	276-281
47	<b>Raximova N.</b> AQILLI SHAHARLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI .....	281-285
48	<b>Raxmatullayeva D.</b> INGLIZ VA O‘ZBEK TILIDAGI OILA VA HAYOTGA OID MAQOLLARNING TARJIMADAGI LINGVOMADANIY HUSUSIYATLARI .....	285-290

<b>49</b>	<b>Rizaeva K. LINGUOCULTUROLOGICAL PROBLEMS OF TRANSLATION.....</b>	<b>290-295</b>
<b>50</b>	<b>Салыхова Н. РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ГЛОБАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКА</b> .....	<b>295-299</b>
<b>51</b>	<b>Tukhtabaeva Z. MALL (MOBILE-ASSISTED LANGUAGE LEARNING) IN DEVELOPING LEARNERS' PRAGMATIC COMPETENCE</b> .....	<b>300-306</b>
<b>52</b>	<b>Usmanova S. INTERNATIONAL-LEGAL COOPERATION FOR TOURISM DEVELOPMENT: CASE OF UZBEKISTAN</b> .....	<b>306-310</b>
<b>53</b>	<b>Valieva N. O'TKIR HOSHIMOVNING "DUNYONING ISHLARI" ASARI TARJIMASIDA MILLIY KOLORITNI IFODALASH USULLARI</b> .....	<b>311-318</b>
<b>54</b>	<b>Xodjaqulova N. INGLIZ VA O'ZBEK MAQOLLARINING INGVOKULTUROLOGIK JIHATLARINI TAHLILI</b> .....	<b>319-325</b>
<b>55</b>	<b>Xolmurodova G. FEATURES OF THE COMMUNICATION ENVIRONMENT IN THE GLOBAL NETWORK AND ITS INFLUENCE TO THE ENGLISH LANGUAGE</b> .....	<b>326-336</b>
<b>56</b>	<b>Saipov. Z. A NEW MECCA MINOR? ON POLITICO-LEGAL ASPECTS OF PILGRIMAGE TOURISM IN UZBEKISTAN</b> .....	<b>337-342</b>
<b>57</b>	<b>Зарипбоева Н. ЯЗЫК МНОГОГРАННОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЕГО МЕСТО В ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖА</b> .....	<b>342-348</b>
<b>58</b>	<b>Собирова З. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОВ ТУРИЗМА НАУЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ</b> .....	<b>348-356</b>
<b>59</b>	<b>Сулайманова Б. ТУРИЗМ МАДАНИЯТЛАРАРО АЛОҚА ОМИЛИ СИФАТИДА</b>	<b>356-561</b>

областям, особенно связанным с восточной архитектурой.

## ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. С. Медлик, Словарь путешествий, туризма и гостеприимства, Butterworth-Heinemann, третье издание, 2003, стр. 154
2. Абдурахмонов Г., Узбекский язык и литература Мамаджанова, Ташкент, «Узбекистан», 2002, 90-е.
3. Махмудов Н., Исследование языковой лингвистики, Ташкент, классическая лексика, 2017, 144-б.
4. Z. Sobirova, The Realistic Genre and its Development in World Literature - International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277- 3878, Volume-8, Issue-3S, October 2019
5. Z. Sobirova, Lexical-semantic study of the terms of tourism in the Uzbek language  
- ACADEMICIA An International Multidisciplinary Research Journal, ISSN: 2249- 7137 Vol.10, Issue 4, April 2020, Spl Issue, p 169-174
6. Z. Sobirova, Lexical-semantic study of the terms of tourism in English  
- ACADEMICIA An International Multidisciplinary Research Journal, ISSN: 2249- 7137 Vol.10, Issue 4, April 2020, Spl Issue, p 193-201

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТЕРМИНОВ ТУРИЗМА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Зарнигор Собирова Рахимовна Стажёр-исследователь  
Бухарского государственного университета

[roginraz2015@gmail.com](mailto:roginraz2015@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-7550-368X>

**Аннотация.** В этой статье представлены значения слов различных туристических слов, используемых в англоязычных странах, а также могут быть использованы в других туристических развитых странах, таких как Узбекистан. В лексико-семантическом анализе терминологии туризма следует отметить, что английская терминология в области туризма выступает в качестве основы в мировых языках.

**Ключевые слова:** туризм, термин, терминология, словарный запас, семантика, полисемия, антонимия, многозначность

Во время формирования терминологии английского туризма причина различных языковых и внелингвистических явлений была обесцвечена, подверглась влиянию новой концепции туризма и, как следствие, языки,

которые внесли свой вклад в новый термин, приобрели лексико-семантические особенности наблюдения. Прежде всего, было бы правильно проанализировать лексические особенности терминов.

Поскольку английский является аналитическим языком, он представляет собой эффективный метод загрузки различных новых лексических и грамматических значений в слово путем добавления слов и спряжения.

Слова, которые не имеют самостоятельного лексического значения в следующих терминах, добавляются в лексему и придают ей новое значение:

- **Non-refundable** ( на безвозвратной услуги или товары ) , **non-transferable** (непередаваемой типа службы во имя человека , отличного от человека , который сделал заказ)

- **on-line** (путешествие на воздушном судне авиакомпании)  
**off-line** (путешествие, совершенное путем обмена авиакомпаниями и авиалиниями)

- **through passenger** , **through carriage** , **through fare** , **through train** (пассажир, который едет прямо, не меняя направления, транспорт, поезд)

- **duty-free** (освобождение от налогов товары)

- **ex gratia** payment (добровольный / необязательный платеж)

- **in-house laundry** ( отель прачечная услуги ) , **in-flight entertainment** (развлечения во время полета ) , **in-flight magazines** (журналы в самолете )

- **add-on** (не публикуется в туристических брошюрах , сервис , который требует дополнительной платы)

- **drive-in restaurant** ↔ **drive-through restaurant** (ресторан, который поставляет заказы владельцам автомобилей, которые находятся на стоянке ↔ ресторан, который предоставляет заказы приезжим владельцам автомобилей внутри или через окно)

Префикс *De-* является эффективным при формировании путешествия сборов, которые формируют движение вниз от транспортного средства . Префиксы *En -* , *em -* являются функциональным антонимом к нему или, скорее, представляют собой выход (поездку) на виды транспорта: *Embark* ↔ *disembark* (чтобы сесть в машину - чтобы выйти из машины ) *Embus* ↔ *debus* ( чтобы сесть на автобусе - чтобы выйти на автобус ) *Enplane* — *deplane* ( чтобы сесть на самолет - чтобы сойти с самолета ) *Entrain* ↔ *detrain* ( чтобы сесть на поезд - выйти из поезда )

Одним из конкретных методов построения слов, доступных в английском языке, является b- кредитование. В этом лингвистическом феномене части двух или более слов объединяются, и формируется новое слово, которое создает общее понимание из смысловых элементов всего. Среди терминов туризм можно также встретить слова, которые являются производными от этого метода:



- *dinkies = double + income + no + kids*
- *motel = motor + hotel*
- *brunch = breakfast + lunch*
- *condotel = condominium + hotel*
- *boatel = boat + hotel*
- *apartotel = apartment + hotel*

Это явление также существует в названиях стран, которые являются разработчиками индустрии туризма. Например, такие как Евразия, Австралия, Полинезия, Меланезия.

Большая часть терминологии английского туризма возникла благодаря формированию словосочетания из двух или более словарных слов (например, *высотная болезнь, ознакомительная поездка, капитан колокола, бутик-отель, тариф отеля, оздоровительный клуб* и многие другие).

Альтернативно, случай применения компонента в форме аббревиатуры между такими сложными словами, как это, также считается явлением. Мы можем видеть это на примере *fam (familiarization) trip, e (electron) - booking, eco(ecological)tourism, agro(agricultural)tourism, auto(automobile)strada* образцов.

Комбинации «прилагательное + существительное» также хорошо распространены. Например, такие как *lodging industry, paying guest, late check-out, plastic money, transit passenger, connecting rooms, green holidays* и так далее. Все названия, которые представляют формы туризма, формируются таким образом (*soft/appropriate tourism, hard/mass tourism, industrial tourism, religious tourism*).

Термины с собственными существительными также считаются одной из особенностей терминологии английского туризма, и это обстоятельство является доказательством того, что эта большая группа богатого словарного запаса является совместным продуктом опыта культур разных стран:

- *American breakfast, Asian breakfast*
- *European Plan, American Plan*
- *Chinese restaurant syndrome, Delhy belly, Montezuma` s revenge*

Еще одним доказательством этого является тот факт, что в составе терминологии есть слова, которые ассимилированы из многих других языков, и их можно легко отличить от обладания определенным (чужим) набором звуков. Например, слова *bureau-de-change, force majeure, alfresco dining, albergo, maître d` hotel, á la carte menu, table d` hôte, bistro, bodega, brosserie, entreé* пришли из французского, немецкого и итальянского языков, и в основном они относятся к индустрии общественного питания и ресторанного бизнеса. В конце концов, считается, что представители этих стран обладают особым вкусом к питанию и внесли свой вклад в индустрию туризма, предлагая различные виды продуктов питания и

напитков для деликатесов мира.

Кроме того, ассимилированные слова из языков народов Азии можно увидеть среди терминов. *Caravan, halal, Мечца, bazaar* - это привычные для нас понятия, они адаптированы к фонетической системе английского языка, то есть они в некоторой степени становятся «англицизированы».

Формирующие элементы некоторых терминов образованы словами, принадлежащими к словесной категории числа. Это можно увидеть на примере *one way ticket, second home, first (maiden) voyage/flight, double occupancy, two-income families*.

*Bed and breakfast, boat and breakfast* - это термины в виде пары слов, которые используются в узбекской туристической индустрии.

Когда мы смотрим на лексико-структурный характер терминологии английского туризма, мы видим наличие терминов в форме императивного настроения (императивов). Поскольку эти термины имеют высокую частоту использования в процессе развития туризма, с течением времени периоды становятся твердым соединением — Термин:

- *Bring your own* (ресторан, который позволяет вам принести свой собственный алкогольный напиток)

- *Rent it here, leave it there* (транспортная услуга, которая позволяет арендовать автомобиль в одном месте территории и оставить это в другом месте)

- *Ring – and – ride* служба такси или микроавтобуса, которая позволяет заказать из дома для пожилых людей или инвалидов по телефону)

Среди этих терминов есть также такие сокращения, как PIR (Отчет о нарушении прав собственности — с сообщением об изображении, когда багаж теряется в аэропорту), АТМ (банкоматы) и т. д., которые, несомненно, понятны представителям английских культур.

Анализируя термины английского туризма семантически, мы сталкиваемся с такими лингвистическими явлениями, как синонимия, антонимия, многозначность, переносимое значение, редукторное значение (приватизация) и значение расширения (обобщение).

Согласно лингвистическим взглядам, «термины называются характеризуется значимостью, отсутствие синонимичных последовательностей». Это видение приватизировано, это может быть характерным признаком терминологии сферы в рамках одного языка, но очень международный, это не правило, которое может применяться строго к терминологии универсального туристического сектора, который под влиянием культуры многих народов. Тем не менее, в терминологии английского туризма наблюдается многозначность, как синонимия, так и даже перевод смысла. Тот факт, что одна концепция синонимов в терминологии английского туризма называется по-разному в опыте разных стран, а также тот факт, что все существующие имена обмениваются в одном или нескольких регионах, и один используется в обращении вместо места другие внесли

огромный вклад. Другая причина, по которой одно из названий, характеризующих концепт, не выбрана, заключается в том, что объект или субъект в образе этого концепта имеет особый частный отличительный аспект, хотя и играет небольшую роль в культуре отдельных наций. Например, хотя и *bill of fare and table d` hôte* также относятся к меню ресторана, первоначальный термин относится к меню широкого выбора с отдельной ценой, установленной для каждого блюда, той же ценой, установленной для любого комбинированного блюда, выбранного под последний, понимаются как узкий выбор из меню. *Plat du jour* и *dish of the day* представляют собой специальное блюдо дня, которое не указано в меню и в то же время активно употребляется.

Все термины *animator, social director, cruise director, cruise officer, entertainments director, activities host(-ess)* являются организаторами широкого круга синонимов, которые характеризуют человек, ответственный за разработку программы развлечений во время путешествия. Под условием *day visitor, same-day visitor, excursionist* представители английских культур понимают один и тот же человек (человек, который завершает свою поездку в один день и возвращаются в свой адрес). Подобно *sunbathing/sunbaking, tramping/trekking, thermal springs/hot springs, hotel industry/lodging industry, holiday insurance/travel insurance, urban tourism/city tourism, spouse fare/companion fare, dual-career families/two-income families, duplicate reservation/double booking, factory tourism/industrial tourism, departure tax/exit tax, all-expense tour/all-in tour, boarding pass/embarkation card, camper/caravan/recreational vehicle, layover/stopover, air hostess/flight attendant, baggage/luggage, flying boat/seaplane* и многие другие пары слов являются взаимно синонимами друг друга.

На основании наблюдений и исследований мы можем сказать, что антонимия - это явление, которое встречается реже в терминологии английского туризма, чем в синонимии:

*Bareboat charter* ↔ *crewed/provisioned charter* *Arrival card* ↔ *departure card*  
*Accompanied baggage* ↔ *unaccompanied baggage* *Dry aircraft leasing* ↔  
*wet aircraft leasing* *Serviced accommodation* ↔ *self-catering accommodation*  
*Hard tourism* ↔ *soft tourism* *Generating country* ↔ *receiving country* *Urban tourism*

— *rural tourism* *Sunlust motivation* ↔ *wanderlust motivation* *Participant sport*  
 ↔ *spectator sport* *Host bar* ↔ *no host bar* *Greeter* ↔ *hostess*

*Хост-бар, нет хост-бара* *Привет* ↔ *хозяйка*

Указанные антонимические пары считаются противоречивыми из-за некоторой семантической составляющей. Например, если *dry aircraft leasing* предполагает только наем самого самолета, в концепции *wet aircraft leasing* подразумевается дополнительный запас, например, членов экипажа, а также топлива. В *bareboat charter* ↔ *crewed/provisioned charter* антонимия, выше ситуация, связанная с лодкой или водным транспортом

понимается, и *dry/wet lease* также встречается в качестве альтернативного именованья.

Если противное смысл *arrival card* ↔ *departure card* основан на направлении, противоположном направлению движения, в *participant sport* — *spectator sport* пары, активного или пассивного движения отдельных форм антоним.

Интересная ситуация возникает в антоним *hard tourism* ↔ *soft tourism* является то, что перенесенные означая формирования в нем приняли смысловые противоречия. *Hard* туризм относится к традиционному традиционному массовому туризму, который определяется как «беспощадный» подход к окружающей среде и географическим особенностям региона, в то время как *soft туризм* призван оказывать наименьшее влияние на зеленый / альтернативный туризм.

Парное слово *Greeter* ↔ *hostess* - это выразительная терминология, основанная на гендерной зависимости.

Полисемантичесность образующих лексем является еще одной характеристикой терминологии английского туризма. На примере анализа нескольких образцов мы рассмотрим феномен многозначности в терминах: *Air carrier* представляет как пассажирский, почтовый и грузовой самолет, так и авиакомпанию, вовлеченную в эту деятельность.

*Gangway* термин-лексема представляет собой соединение , слово, от его структурных компонентов ( в буквальном смысле перевод будет «головорезы / трапом») его следующие значения не поняты:

1. Коридор между рядами сидений в зрительном зале.
2. Склон, который используется при извлечении и разгрузке пассажиров на борту судна.
3. Тачка, которая позволяет увеличивать и сбрасывать нагрузки на самолет.

Базовое значение термина *epicure* «человек, привыкший жить легкой и приятной жизнью», основанный на производном значении «человек, сформировавший необычный стиль / вкус к хорошей еде и питью - едок» . , Термин *cabin* имеет высокий многозначный индекс:

1. Небольшое, простое укрытие, похожее на дачу (дачу).
2. Простая комната или аналогичная структура на пляже или у бассейна.
3. Закрытый лифт.
4. спальные места на корабле.
5. Внутренняя территория воздушного судна, предназначенная для пассажиров.

В терминологии английского туризма другие терминологические сочетания были сформированы на основе значения этой лексемы, которая в последний раз цитировалась выше. Это *cabin steward*, *cabin attendant*, *cabin crew*.

Если прямое значение из *captive* лексемы относится к человеку , или существу , которое взято в плене и держал в неволе под контролем кого -

то, значение производной на основе миграции смысла стало терминологией в деловой и индустрии туризма:

1. Аудитория, которая невольно подвергается воздействию информации (например, те, кто ходят в кино, подвергаются рекламе, нацеленной на них);

Условие обязательства добровольно выбирать другой бренд, услугу или товар при отсутствии альтернативных вариантов. Если первое значение слова *Месса* - это «святой город», известный всему мусульманскому миру, в котором совершается паломничество, следующие производные значения являются терминами общего характера в туристической терминологии: место для посещения, когда человек мечтает всю его жизнь / место; Зеленый туризм (альтернативный / подходящий / устойчивый), который выражается в общем смысле туризма в отношении природы / окружающей среды, а также географической и экологической системы территории в частном смысле, также называется "зеленым туризмом" из-за этих характеристик. В терминологии английского туризма также есть термины с интересным выражением имени, например, *ghost town* и *depressed area* у них немного разные аспекты семантики, хотя в словарях одно приписывается другому. Если этот инструмент используется в отношении городов, которые процветали ранее, в то же время были покинуты жителями и функционировали как древнее туристическое направление, то последующее внутреннее производство представляет собой высокий уровень стагнации, безработицы и миграции населения в окраины страны, районы, нуждающиеся во внешнеэкономических инвестициях.

Понятия отдыха и оздоровления в туризме формируются на основе оригинального курортного термина. Исторически эта лексема изначально означала мясо, к которому туристы обращаются в основном для целей здравоохранения, и поэтому во многих случаях находятся в уникальных естественных местах обитания, особенно в прибрежных оазисах. Но через определенный промежуток времени эта законность этого термина вышла за пределы его функциональных возможностей, и в тот же день она стала обозначать туристические зоны, которые организованы для добровольных целей, приобретать добровольные и разнообразные географические особенности, поток посетителей. В настоящее время самой массовой курортной (то есть курортной) зоной, особенно для иностранных туристов, являются огромные столицы мегаполисов. Другим ярким примером его значения в терминологии является семантическое изменение понятия *спа*, которое прошло почти тот же процесс. Этот термин относится к базе отдыха с источником минеральной и термальной воды, в первую очередь

---

<sup>8</sup> Григорьев В.П. Поэтика слова. –М., Прогресс, 1966. –С.121.

<sup>9</sup> Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. С.147-174

<sup>10</sup> Телия В.Н. О номинативном аспекте лексической семантики // Проблемы значения в современной лингвистике. – М.: Наука, 1977. -С.192-194.

<sup>11</sup> Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. –С.16

предназначенной для потребления и купания, а в некоторых регионах лингвистической карты мира он относится к дополнительному типу курортов. Поскольку этот термин этимология относится к названию города в Бельгии, он сам в этот день считается составной частью названия многих курортов.

Значение производного, которое основано на обобщении его значения вместе с базовым значением, также действует в разных частях мира сегодня одинаково. Эта концепция также применима ко всем видам общественного питания в некоторых местах, если вначале она касается предоставления еды, которое осуществляется в определенное время в частных ситуациях (день рождения, юбилей и т. д.).

## **ТУРИЗМ МАДАНИЯТЛАРАРО АЛОҚА ОМИЛИ СИФАТИДА**

**Сулайманова Б. ЎДЖТУ тадқиқотчиси**

### **Аннотация**

Мақолада туризмнинг маданиятлараро алоқаларнинг самарали шакли сифатидаги аҳамияти ҳақида сўз боради. Туризм маданий ўз-ўзини англашни чуқурлаштиришга ва саёҳатчининг маданий ўзига хослигини шакллантиришга ёрдам берувчи, шунингдек, маданий тажриба алмашиш орқали маданий тизимларни ўзаро бойитишга сабаб бўладиган восита сифатида таҳлил қилинади. Маданий алоқалар, маданий ўзига хослик, маданий инкироз, маданий оламлардаги жараёнлар тасниф этилади.

Туризмнинг коммуникация салоҳиятини рўёбга чиқаришда тўсқинлик қилаётган жихатларга ҳам эътибор берилади ва бу бўйича муаллифнинг муносабатлари ифода этилади.

Барча асрларда туризм маданиятлараро алоқаларнинг энг муҳим шакли, турли маданиятларни ўзаро бойитишнинг самарали воситаси бўлиб келган. Жаҳон тарихи халқлар тарихи деган машҳур иборани давом эттириб, биз инсоният тарихи саёҳат тарихи деб айтишимиз мумкин. Яқин келажакда ҳам шундай бўлиб қолади, унда туризм аллақачон мавжуд бўлган умумий маданий меросни мустаҳкамлаш ва инсониятнинг маънавий-ахлоқий бирдамлигини чуқурлаштиришда ўзига хос рол ўйнайди. Маданий алоқалар ҳар доим ва дунёнинг барча минтақаларида содир бўлган. Маданиятларнинг ўзаро таъсири маданий-тарихий жараённинг ажралмас қисми қисмидир. Аммо фақат бугунги кунга келибгина уларнинг сифат жихатидан ўзгариши, глобал ўзаро боғлиқлик маъносидаги дунёга