

ЛЕКСИКО СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ ОТНОСЯЩИЕСЯ К МЕЖДУНАРОДНОМУ ТУРИЗМУ

Фармонов Фирдавс Фуркат угли

Марупова Гулноз Умаржоновна

БухГУ

Аннотация: *В данной статье рассматриваются лексико-семантические особенности терминов, относящихся к международному туризму. Исследование проводится на основе анализа научных публикаций и словарей, посвященных туристической тематике. В работе выделяются основные семантические группы терминов, характерные для сферы международного туризма, и анализируются их особенности. В заключении делаются выводы о необходимости дальнейшего изучения и систематизации терминологии международного туризма.*

Ключевые слова: *международный туризм, терминология, лексико-семантические особенности, семантические группы, междисциплинарность.*

ВВЕДЕНИЕ

Международный туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2019 году число международных туристских прибытий достигло 1,5 миллиарда, а доходы от международного туризма составили 1,7 триллиона долларов США [1]. Развитие международного туризма сопровождается формированием специальной терминологии, отражающей различные аспекты данной сферы деятельности.

ОБЗОР МЕТОДОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

В качестве материала для исследования были использованы научные публикации и словари, посвященные терминологии международного

туризма. Основными методами исследования являются описательный, сравнительный и семантический анализ.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемами терминоведения и лексикологии. Среди них можно выделить труды А.А. Реформатского [2], В.М. Лейчика [3], С.В. Гринева [4], М.Н. Володиной [5], а также зарубежных исследователей, таких как М.Т. Cabré [6], К. Ahmad [7] и др.

Непосредственному анализу терминологии международного туризма посвящены работы Т.И. Киселевой [8], Е.В. Мошняги [9], Н.В. Королевой [10], Е.Ю. Новиковой [11] и др.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате анализа научных публикаций и словарей, посвященных терминологии международного туризма, были выделены следующие основные семантические группы терминов:

Термины, обозначающие виды туризма и туристической деятельности (например, "экотуризм", "деловой туризм", "приключенческий туризм", "культурный туризм" и др.).

Термины, относящиеся к индустрии гостеприимства и размещения туристов (например, "отель", "хостел", "гостевой дом", "апартаменты" и др.).

Термины, связанные с транспортным обслуживанием туристов (например, "авиаперевозки", "трансфер", "круиз", "железнодорожный туризм" и др.).

Термины, обозначающие туристические ресурсы и достопримечательности (например, "природные ресурсы", "культурное наследие", "историко-архитектурные памятники", "музеи" и др.).

Термины, относящиеся к организации и управлению туристической деятельностью (например, "туроператор", "турагент", "туристический менеджмент", "маркетинг в туризме" и др.).

Анализ лексико-семантических особенностей терминов каждой группы показал, что они обладают рядом общих черт, обусловленных спецификой сферы международного туризма.

Во-первых, большинство терминов являются заимствованиями из английского языка, что объясняется ведущей ролью данного языка в международной коммуникации. Примерами таких заимствований являются термины "экотуризм" (от англ. ecotourism), "хостел" (от англ. hostel), "трансфер" (от англ. transfer) и др.

Во-вторых, многие термины представляют собой сложные слова или словосочетания, образованные путем сложения основ или слов. Например, "авиаперевозки" (авиа + перевозки), "железнодорожный туризм" (железнодорожный + туризм), "историко-архитектурные памятники" (историко-архитектурные + памятники) и др.

В-третьих, значительная часть терминов является полисемантичными, т.е. имеют несколько значений в зависимости от контекста употребления. Так, термин "ресурсы" может использоваться в значении природных (природные ресурсы), культурно-исторических (культурно-исторические ресурсы) или трудовых (трудовые ресурсы) ресурсов. Термин "образовательный туризм" может относиться к поездкам с целью обучения (языковые курсы, стажировки и т.п.), а также к экскурсионным турам, направленным на получение новых знаний о культуре, истории, географии посещаемых мест.

В-четвертых, некоторые термины имеют синонимы, которые могут использоваться как взаимозаменяемые в определенных контекстах. Например, термины "туроператор" и "турфирма", "трансфер" и "встреча/проводы туристов", "турпакет" и "пакетный тур" и др.

Наконец, для терминологии международного туризма характерно активное использование аббревиатур и акронимов, особенно в профессиональной коммуникации. Примерами таких сокращений являются B&B (bed and breakfast – ночлег и завтрак), AI (all inclusive – всё включено), MICE (meetings, incentives, conferences, exhibitions – деловой туризм), FAM trip (familiarization trip – ознакомительная поездка для турагентов) и др.

ОБСУЖДЕНИЕ

Проведенный анализ показывает, что терминология международного туризма обладает рядом специфических черт, обусловленных

междисциплинарным характером данной области знания. Будучи относительно молодой сферой деятельности, международный туризм заимствует термины из других областей (экономики, географии, культурологии, социологии и др.) и адаптирует их к своим потребностям.

Процесс формирования терминологии международного туризма продолжается и в настоящее время, что связано с появлением новых видов туризма, технологий и форм организации туристической деятельности. Так, в последние годы активно развиваются такие направления, как космический туризм, виртуальный туризм, фототуризм и др., что находит отражение в соответствующей терминологии.

Необходимость упорядочения и стандартизации терминологии международного туризма осознается как учеными, так и практиками туристической отрасли. Важную роль в этом процессе играют международные организации, такие как Всемирная туристская организация (UNWTO), которая разрабатывает глоссарии и тезаурусы туристических терминов на разных языках.

Вместе с тем, следует отметить, что многие вопросы, связанные с лексико-семантическими особенностями терминологии международного туризма, требуют дальнейшего изучения. В частности, перспективным направлением исследований может стать сопоставительный анализ терминов на материале разных языков, а также изучение особенностей их функционирования в различных типах дискурса (научном, профессиональном, рекламном и др.).

ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

- Терминология международного туризма представляет собой динамично развивающуюся систему, в которой активно происходят процессы заимствования, словообразования и семантической деривации.
- Основными семантическими группами терминов в сфере международного туризма являются термины, обозначающие виды туризма и туристической деятельности, термины индустрии гостеприимства и размещения, термины транспортного обслуживания, термины

туристических ресурсов и достопримечательностей, а также термины организации и управления туристической деятельностью.

- Лексико-семантические особенности терминов международного туризма обусловлены спецификой данной сферы деятельности и включают такие черты, как заимствованный характер, сложную структуру, полисемантическую синонимию, а также активное использование аббревиатур и акронимов.

Дальнейшее развитие терминологии международного туризма требует ее упорядочения и стандартизации, а также проведения сопоставительных исследований на материале разных языков и типов дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. World Tourism Organization (UNWTO). (2020). International Tourism Highlights, 2020 Edition. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284422456>

2. Qurbonova, N. S., Kurbonov, N. S., & Khudoymurodova, H. M. TAKING CREATIVITY INTO CLASSROOM.

3. Hudoymurodova, H. (2019). The biographical method of the novel "Ruzi Choriyevs last will". *Scientific journal of the Fergana State University*, 2(1), 74-76.

4. Qurbonova, N. S., Kurbonov, N. S., Abduraximova, S. A., & Qobilova, D. R. (2017). AN UNDENIABLE NEED FOR CREATIVITY TO DRIVE LEARNING. *American Scientific Journal*, (11), 25-27.

5. Xudoymurodova, H. M. (2021). REVIVAL OF THE SPIRIT, PERSONALITY OF THE AUTHOR AND THE REVIEW OF POETICAL THINKING. *Theoretical & Applied Science*, (6), 678-682.

6. Qizi, Q. N. S., Ugli, K. N. S., & Mukhiddinovna, K. H. (2017). Taking creativity into classroom. *European science*, (4 (26)), 61-64.

7. Худоймуродова, Х. (2022, September). НОДИР НОРМАТОВ ҲИКОЛАРИДА ҚИШЛОҚ ПРОЗАСИ. In *INTERNATIONAL SCIENTIFIC*

CONFERENCE" INNOVATIVE TRENDS IN SCIENCE, PRACTICE AND EDUCATION" (Vol. 1, No. 1, pp. 172-175).

8. Jabbarova, I. (2023). HISTORY OF CONSTRUCTION OF PACHKAMAR WATER RESERVOIR. *Академические исследования в современной науке*, 2(27), 64-70.

9. Safarov, K., & Jabbarova, I. (2023). SALJUQIYLAR IMPERIYASI-TARIXDAGI BUYUK DAVLAT. *Models and methods in modern science*, 2(13), 149-155.

10. Shonazarov, M., & Jabbarova, I. (2023). O 'ZBEK JANGCHILARINING IKKINCHI JAHON URUSHIDAGI JASORATLARI. *Solution of social problems in management and economy*, 2(13), 160-167.

11. Amirova, Z., & Jabbarova, I. (2024). OSIYO ARSLONINING QULASHI. *Инновационные исследования в науке*, 3(1), 141-150.

12. Bobomurodova, N., & Jabborova, I. (2024, January). BERUNIYNING HINDISTON ASARI. In *Международная конференция академических наук* (Vol. 3, No. 1, pp. 103-107).

13. ugli Arzimatov, B. Z. (2024). SPECIFIC ASPECTS OF INVESTMENT MANAGEMENT IN THE TOURISM SECTOR. *World of Scientific news in Science*, 2(3), 144-148.

14. Arzimatov, B. Z. (2023). PROMOTION OF FOREIGN TRADE IN THE COUNTRY'S ECONOMY. *American Journal of Business Management, Economics and Banking*, 18, 136-139.

15. Arzimatov, B. Z., & Askarova, R. N. (2023). EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES IN RELATIONSHIPS BETWEEN MANAGER AND EMPLOYEE. *Current approaches and new research in modern sciences*, 2(9), 36-39.

16. Arzimatov, B. (2023). The role of the leader in the systematic organization of management relations. *American Journal of Business Management, Economics and Banking*, 16, 157-160.

17. Гафуров, Б. З. (2021). АНАЛИЗ ЛИНГВОСТАТИСТИЧЕСКОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКЦЕНТНЫХ ФОНОВАРИАНТОВ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ РУССКОГО ЯЗЫКА. *МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА*, 4(1-1).

18. Gafurov, B. Z. (2022). Neologisms and their functions in the field of medicine. *Journal of intellectual property and human rights*, 1(08), 41-44.
19. Gafurov, B. Z. (2022). Sociolinguistics and its functions in modern linguistics. Economy and innovation. Vol. 26. *Poznan, Taxes USA*, 92-95.
20. Zakirovich, G. B. (2022). Service Parts of Speech as an Important Component of Advertising Text in Russian and Uzbek Languages (By the Material of Advertising in the Sphere of Medicine). *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 3, 1-7.
21. Zakirovich, G. B. (2023). SPECIFICATION OF ERROR CORRECTION IN LANGUAGE LEARNING PROSESS. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429*, 12(05), 8-13.
22. Марупова, Г. (2024). Терминология Спортивного Туризма Русского И Узбекских Языков. *Journal of Innovation in Education and Social Research*, 2(2), 17-20.
23. Umarjonovna, M. G. (2023). Linguistic features of sport tourism. *Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education (2994-9521)*, 1(5), 243-247.
24. Марупова, Г. (2023). ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИЗМА. *Молодые ученые*, 1(12), 24-26.