ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

АЛЬКУДАХ АМДЖАД КАСИМ МОХАММАД

ТЕРМИНОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Специальность 10.02.01 – русский язык

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель–
доктор филологических наук,
профессор **О.В. Загоровская**

Воронеж – 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение……4
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
§1. Особенности развития русского языка на рубеже XX-XXI вв…….13
§2. Понятие специальной лексики и ее разновидностей…….22
§3. Национально-культурная картина мира и ее отражение в семантике термина……...31
§4. Понятие терминологии международного туризма: сущность и особенности организации…….…38
Выводы……46

ГЛАВА II. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА
§1. Тематическая характеристика современной русской терминологии международного туризма……..48
§2. Структурно-грамматическая характеристика современной русской терминологии международного туризма……64
§3. Типологические особенности терминологии международного туризма в современном русском языке……...74
Выводы……82

ГЛАВА III. ИННОВАЦИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА
§1. Иноязычные заимствования в терминологии международного туризма……...85
§2. Термины международного туризма, образованные за счет собственных ресурсов русского языка……..106
Выводы……...126

ГЛАВА IV. СИСТЕМНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА
§1. Специфика системных отношений в русской терминологии международного туризма……130
§2. Национально-культурное своеобразие русской терминологии международного туризма и его отражение в семантике терминологических номинаций……150
Выводы……...164
Заключение……166
Список литературы……...173
Список сокращений……...192
Приложение. Список исследованных терминов сферы международного туризма, функционирующих в современном русском языке……..194

Введение

Актуальность темы исследования. Туризм относится к числу важнейших экономических и социальных явлений современного общества. Он является третьей по темпам развития отраслью в мире (после нефтяной и автомобильной промышленности). По данным Всемирной туристской организации (ВТО), в течение 1996 - 2014 гг. объем международного туризма увеличился более чем на 40%. Современный туризм – это один из видов социокультурного взаимодействия людей и целых народов. Влияние туризма на различные сферы жизни общества, его важность для развития экономики многих стран обусловливают потребность в осмыслении и исследовании специальной лексики этой сферы.

Известно, что во всех сферах человеческой деятельности принципиальное значение имеет единая понятийная база и соответствующая ей специальная предметная терминология. По наблюдениям исследователей, специальная лексика составляет большую часть лексики любого языка и в будущем будет играть все более заметную роль в жизни человека (См., например, работы: Кузина, 2006; Белан, 2009; Карпухина, 2007; Голованова, 2011; Буданова, 2015: Афанасьева, 2018; Данькова, Загоровская, 2018 и др.). Данное утверждение в значительной мере относится и к терминологии международного туризма, которая в русском языке пока только формируется. Между тем, становление целостной системы соответствующих специальных номинаций является одним из условий поступательного развития названной области и успешной профессиональной деятельности в области организации зарубежных путешествий, совершаемых для отдыха или самообразования.

Степень разработанности проблемы. Анализ специальной научной литературы по исследуемой проблематике позволяет утверждать, что до сих пор теоретические вопросы организации и типологических особенностей лексики и терминологии сферы международного туризма в русском языке остаются недостаточно исследованными. Данный факт в значительной степени объясняется тем обстоятельством, что номинации туризма и

индустрии гостеприимства в разных языках мира вообще сравнительно недавно стали объектом специального лингвистического изучения. Лишь некоторые аспекты данного лексического разряда подвергались анализу.

В настоящее время интерес к языку сферы туризма в русской лингвистике начинает повышаться, о чем, в частности, свидетельствует подготовка целого ряда диссертационных работ по названной проблематике. Появляются, например, диссертации, посвященные некоторым общим особенностям становления и развития специальной лексики сферы туризма и индустрии гостеприимства в английском и русском языках (Белан, 2009), татарском и английском языках (Гарифуллина, 2008), а также диссертационные сочинения, посвященные составу отдельных терминологических подгрупп туристической лексики в английском и русском языках (Радкевич, 2006). В ряде работ анализируются восприятие и эволюция концепта «путешествие» в англоязычной культуре (Белякова 2004; Боброва, 2006), а также в китайской и русской лингвокультурах (Лю Цзюань, 2004); рассматриваются лексико-семантическое поле (ЛСП) туризма в языковой картине мира русского народа, немцев и американцев (Кузина, 2006); исследуется национально-культурная специфика ментального образования «гостеприимство» в русском, казахском и английском языках (Жабаева, 2004).

Как видно из приведенного материала, чаще всего современные диссертационные работы, посвященные лексике рассматриваемой тематической сферы, носят сопоставительный характер и исследуют отдельные ее аспекты. К числу основных выводов, полученных учеными в результате проведенных исследований, относится вывод о том, что «терминология русского языка по международному туризму находится на донаучном этапе своего развития», на что указывают такие явления, как большое количество заимствований, разветвленная синонимия терминов, наличие многословных словосочетаний, в которых атрибутивные компоненты могут содержать от 2 до 11 элементов, наличие квазитерминов,

предтерминов и псевдотерминов большой длины (Белан, 2009, с.9), а также вывод о существенном иноязычном влиянии на формирование лексики туризма (в том числе международного туризма) в русском языке.

Сфера индустрии туризма в Российской Федерации, вне всякого сомнения, ориентирована на использование обширной словарной базы, заимствованной из других языков. С данным фактом связан рост количества исследований (в основном, научных статей), посвященных изучению названной лексики с точки зрения представленности в ней иноязычных заимствований. В профессиональной сфере туризма наиболее употребительным признается английский язык, поэтому большинство подобных научных работ ориентировано на анализ англицизмов и американизмов в составе русской туристической лексики (Белан, 2009; Гарифуллина, 2008; Жабаева, 2004; Мошняга, 2009; Радкевич, 2006; Виноградова, 2009; Маркова, 2014; Шамсутдинова, 2014; Дьяков, 2015 и др.).

Параллельно с решением теоретических вопросов, касающихся лексики и терминологии сферы туризма в современном русском языке, учеными ведется работа по созданию специальных словарей и справочников.

За последние два десятилетия в дополнение к опубликованной в начале 90-х гг. XX века «Энциклопедии туриста» (ЭТ, 1993) вышло в свет несколько новых словарей терминов: «Туристский терминологический словарь» (ТТС, 1999), «Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник «(ТГС, 2002), «Иностранные термины в турбизнесе: Краткий толковый словарь» (ИТТ, 2002), «Словарь международных туристских терминов» (СМТТ, 2005) и др.

Особое место в ряду специальных лексикографических изданий занимает «Большой глоссарий терминов международного туризма» / под ред. М.Б.Биржакова, В.И.Никифорова (СПб.: Издательский Дом Герда, 2006), содержащий около 60000 специальных наименований и представляющий собой работу коллектива авторов, в которой термины приводятся на английском языке, а их толкования – на русском. При этом в словарной статье дается не краткая дефиниция, а подробное описание понятия, а в

качестве приложения к Глоссарию предлагаются научно-методические материалы по международному туризму.

Указывая на наличие лексикографических трудов, в которых находит отражение современная русская терминология международного туризма, следует подчеркнуть, что практически все подобные издания созданы специалистами в области экономических наук. Терминологического же словаря названной сферы, подготовленного языковедами-лексикографами, до сих пор не существует. Данное обстоятельство, на наш взгляд, в значительной степени обусловлено тем, что специальных комплексных лингвистических исследований системно-структурных и семантических особенностей терминологической лексики международного туризма, функционирующей в русском языке новейшего периода, до настоящего времени в русистике не проводилось. Соответственно отсутствуют обобщающие описания названной подсистемы специальных номинаций современного русского языка. Отмеченный факт определяет **актуальность** настоящего исследования.

Целью диссертационной работы является определение структуры, состава, типологических особенностей терминологии сферы международного туризма в русском языке новейшего периода и выявление основных направлений ее современного развития.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих **задач:**

1) определить теоретические основания исследования, касающиеся в том числе особенностей развития русского языка в новейший период его истории, смыслового содержания понятий «специальная лексика», «термин», «терминология», «типология терминологических единиц», «терминология международного туризма», «национальная картина мира» и др.;

2) охарактеризовать особенности терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода с точки зрения типологии

специальных номинаций, их тематической отнесенности, структурно-грамматических особенностей и национально-культурной значимости;

3) выявить и проанализировать разные типы инноваций в современной русской терминологии международного туризма, а также пути и способы их образования и закрепления в системе русского языка;

4) исследовать системные отношения в современной русской терминологии международного туризма;

5) описать национально-культурные особенности русской терминологии международного туризма в аспекте их представленности в семантике терминологических словесных знаков.

Для решения поставленных задач в работе использовались следующие **методы**: описательный метод, методы контекстуального и компонентного анализа, а также метод лексикографического описания.

Объектом исследования в настоящей работе является терминология международного туризма, функционирующая в русском языке новейшего периода и получившая отражение в современных отечественных лексикографических изданиях, учебниках, учебных пособиях и монографиях по туризму, а также в современном туристическом дискурсе.

Предметом исследования в диссертации являются типологические особенности терминологии международного туризма в современном русском языке и основные направления ее развития в новейший период.

Теоретической основой настоящего исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по лексикологии и семасиологии, общему и русскому терминоведению, общей лексикографии, лингвокультурологии.

Основными лексикографическими источниками для определения семантики туристической терминологии русского языка и ее состава послужили:

- Большой глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б. Биржакова, В.И.Никифорова. – СПб, 2006 (БГТМТ);

- Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. – М., 1999 (ТТС);

- Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М., 2010 (ТСИС);

- Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов. - М., 2005 (СМТТ);

- Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. - М., 2008 (СТ);

- Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / под. ред. Л.П. Воронковой. – М., 2002 (ТГС);

- Энциклопедия туризма/ под ред. проф. А.А. Федулина. – М., 2017 (ЭТ).

В качестве материалов публицистики использовались как печатные издания (журналы «Большая прогулка», «Вестник национальной академии туризма», «Вокруг света», «Вояж», «Вояж и отдых», «Международный туризм», «Тонкости туризма», «Турбизнес», «Деловой мир. Туризм и отдых», «Пять звёзд», «Современные проблемы сервиса и туризма», «Туризм: практика, проблемы, перспективы», «Отдых & путешествия», «Уик-Энд. Туризм. Отдых», «GEO», «GEOTraveller», «Doctor Travel», «Prime Traveller», «Le Voyageur», газета «Туринфо», «Российская туристская газета»), так и интернет-ресурсы (портал «Туристическая планета», а также сайты www.tourist-journal.ru/; https://www.votpusk.ru; https://www.moya-planeta.ru; https://www.tourister.ru; http://travelask.ru; https://tonkosti.ru и др.).

Исследовательская база настоящей диссертационной работы составила более 1200 терминологических единиц.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые представлен разноаспектный анализ терминологии международного туризма, функционирующей в русском языке новейшего периода, и определены ведущие направления развития названной терминосистемы в русском языке рубежа XX-XXI веков.

На защиту выносятся следующие положения.

1.Терминология международного туризма в русском языке новейшего периода представляет собой динамически развивающуюся открытую систему специальных номинаций, находящуюся в процессе активного формирования, что проявляется не только в массовом пополнении ее сильными и слабыми инновациями, но и в широко представленной вариативности (фонетической, графической, грамматической), многокомпонентности (полилексемности) и многозначности, а также повышенной синонимии многих ее составляющих.

2. Термины сферы международного туризма, функционирующие в русском языке новейшего периода, разнообразны по тематической отнесенности, отражающей особенности современной индустрии туризма, а также по типологическим и структурно-грамматическим особенностям. В составе исследуемой терминосистемы современного русского языка отмечается значительное количество межнаучных терминов, а также предтерминов, в том числе выражаемых осложненными синтаксическими конструкциями.

3. Базовая терминосистема международного туризма в современном русском языке является англоязычной, и заимствование представляет собой одно из основных средств ее пополнения, что обусловлено потребностью общества и языка в номинации новых туристических понятий, тенденцией к языковой экономии и стремлением к универсализации терминологии международного туризма.

4. Заимствованные номинации в исследуемой терминосистеме представлены прямыми заимствованиями, кальками и полукальками. При этом среди прямых заимствований весьма представительную группу составляют прямые и контаминированные вкрапления, в том числе аббревиатурного типа, образованные по разным грамматическим моделям.

4. Несмотря на активность процессов иноязычного заимствования, терминология международного туризма в современном русском языке стремительно расширяется также за счет инноваций, образованных из собственных ресурсов или основывающихся на них, в первую очередь - за

счет морфологических (в том числе образованных от неологизмов-заимствований), синтаксических и лексико-семантических неологизмов, а также за счет «привлеченных» и «переориентированных» терминов, пришедших из иных тематических сфер (прежде всего, экономической и компьютерной сферы, сферы спорта, косметологии и медицины).

5. Формирование терминосистемы международного туризма в современном русском языке сопровождается процессами актуализации и пассивизации тех или иных специальных наименований, а также процессами семантической трансформации многих терминообозначений.

6. Являясь единицами национально специфической системы русского языка, обладающей своеобразием связей и отношений словесных знаков, термины международного туризма приобретают в русской языковой системе определенную национально-культурную значимость, которая чаще всего обнаруживается на уровне парадигматического и синтагматического компонентов их значений, а также на уровне лексического фона терминов, отражающего особенности русской концептосферы.

Теоретическая значимость диссертационного исследования. Результаты проведенного исследования расширяют научные представления о тенденциях развития терминологической лексики в русском языке новейшего периода и особенностях формирования в ней новых терминологических подсистем, о путях и способах пополнения русской терминологии новыми языковыми знаками, в том числе заимствованными и образованными из собственных языковых ресурсов, а также о типологии терминологических единиц в современном русском языке и их национально-культурных особенностях.

Практическая значимость диссертации. Материалы, результаты и выводы настоящего исследования могут быть использованы в вузовских курсах и спецкурсах по лексикологии, семасиологии, лексикографии и терминоведению, лингвокультурологии, а также в практике подготовки

различных общих и специальных терминологических словарей современного русского языка.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования были представлены автором диссертационного сочинения на научных конференциях разного уровня, в том числе на XI международной научно-методической конференции «Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников» (Воронеж, 2016), на IX международной научной конференции «Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий» (Воронеж, 2017), на отчетных конференциях Воронежского государственного педагогического университета (Воронеж, 2016, 2017, 2018, 2019), а также на Всероссийском форуме «Проблемы гуманитарных наук и образования в современной России» (Воронеж, 2019). Диссертация обсуждалась на заседании кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы гуманитарного факультета Воронежского государственного педагогического университета.

По теме диссертации опубликованы семь научных работ общим объемом 2,3 п.л., из которых автору принадлежит 2 п.л. Четыре статьи опубликованы в журнале, входящем в перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, рекомендованных ВАК; объем статей 1,5 п.л., из них автору принадлежит 1,2 п.л.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во **введении** определяется и обосновывается актуальность темы настоящего исследования, формулируются его цель и основные задачи, определяются объект и предмет работы, формулируются положения, выносимые на защиту, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В главе I «**Теоретические основы исследования**» изложены теоретические положения, которые легли в основу диссертационного исследования. В данном разделе определяется понятие специальной лексики и характеризуются ее основные признаки; рассматриваются вопросы о специфике национально-культурной картины мира и особенностях ее отражения в семантике термина.

В главе II «**Общая характеристика терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода**» исследуются особенности формирования терминологии международного туризма в терминосистеме русского языка новейшего периода. В данном разделе работы дается общая характеристика специальной лексики международного туризма, представленной в современном русском языке, определяются ее типологические разряды с точки зрения тематической отнесенности и структурно-грамматических характеристик.

Глава III «**Инновации в терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода**» посвящена описанию путей и способов пополнения русской терминосистемы международного туризма в новейший период. В разделе анализируются разные типы инноваций, представленных иноязычными заимствованиями и терминами, образованными за счет собственных ресурсов русского языка.

В главе IV **«Системные отношения и национально-культурное своеобразие терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода»** выявляется и исследуется своеобразие системных отношений между языковыми единицами в русской терминологии международного туризма, а также рассматриваются ее национально-культурные особенности и их отражение в семантике терминологических номинаций.

В **заключении** диссертации формулируются выводы по результатам исследования и намечаются перспективы дальнейшей работы по рассматриваемой проблематике.

В п**риложении** представлен список исследованных терминов сферы международного туризма, функционирующих в современном русском языке.

ГЛАВА I
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

§ 1. Особенности развития русского языка на рубеже XX-XXI вв.

Как известно, на рубеже XX-XXI вв. в политической, экономической и культурной жизни российского общества произошло множество изменений, оказавших серьезное влияние на развитие русского языка и затронувших как саму систему языковых единиц, так и ее функционирование (см., например, работы О.И. Воробьевой, О.П. Ермаковой, Г.Н. Гочева, Л.М. Грановской, Е.А. Земской, Е.В. Какориной, Л.П. Крысина, О.В. Загоровской, Г.Н. Скляревской, И.А. Стернина, Г.А. Заварзиной, О.В. Григоренко, О.В. Миловановой, Л.Ю. Касьяновой, Е.В. Курасовой, А.П. Чудинова, Т.В. Шмелевой, В.М. Шаклеина, Н.В. Юдиной и др.). Выход нашей страны на международную арену, открытость общества и его интеграция в международный культурный и информационный простор обусловили активные инновационные процессы в лексике и терминологии русского языка (Гочев, 2007), однако многие современные лингвисты считают правомерным говорить об определенной стабилизации языковых процессов под воздействием экстралингвистических факторов (см.: Загоровская, 2008, 2013; Крысин, 2008).

Ученые-лингвисты по-разному определяют и оценивают динамические процессы, происходящие в современном русском языке: от тенденций к демократизации и либерализации до проявлений лингвистического нигилизма, лингвистического утилитаризма и семантического примитивизма (Грановская, 2005; Загоровская, 2013; 2016; Костомаров, 2005; Лейчик, 2003;

Литневская, 2011; Милославский, 2008; Сиротинина, 2003; Стернин, 2001; Шмелев, 2011). Однако большинство ученых-лингвистов согласны с тем, что рубеж XX-XXI веков является для русского языка периодом «ускоренной эволюции», что характерно для языка и культуры в переломные эпохи развития общества (Загоровская, 2014).

Как отмечают исследователи, ведущими тенденциями в развитии русского языка современного периода являются быстрота и интенсивность преобразований, доминирующее воздействие политических, экономических, социальных и научно-технических изменений в обществе на развитие языковой системы, преобладание количественных изменений над качественными, функциональных изменений над системными, а также преобладание изменений в лексике и фразеологии (О.В. Загоровская, О.В. Милованова, Г.Н. Скляревская, И.А. Стернин и др.). При этом преобразования в системе русского языка в большей степени затрагивают в настоящее время лексико-семантическую подсистему языка как обращенную к действительности, открытую и подвижную его часть.

Представляется справедливым мнение проф. О.В. Загоровской о том, что к основным динамическим процессам, связанным с развитием русской лексики и терминологии на рубеже XX –XXI вв., относятся, прежде всего, следующие:

− массовое вхождение в русский язык иноязычных слов и пополнение лексического состава русского языка иноязычными заимствованиями, а также особенная активность иноязычной лексики в современной речи;

− появление в словарном составе русского языка значительного количества морфологических новообразований различного типа;

− перераспределение в составе активного и пассивного запасов русского языка;

− разрушение сложившейся стилистической системы русского литературного языка;

- изменения в значениях многих словесных единиц, связанные прежде всего со снятием в них так называемых идеологических наслоений и/или переориентацией на российскую действительность (Загоровская, 2013).

Названные процессы могут быть сгруппированы в три ведущих блока (направления): 1) расширение словарного состава русского языка; 2) перераспределение словесных единиц между различными подсистемами лексической системы русского языка; 3) изменения в отдельных языковых знаках, касающиеся их содержание или/формы (см.: Загоровская, 2008).

Значительное пополнение словарного запаса современного русского языка происходит за счет заимствования новых лексических и терминологических единиц и «лавинообразного» словообразования (появления неологизмов из ресурсов русского языка).

Заимствование, несомненно, обусловлено открытостью современного общества: глобализация и усиление позиций английского языка обусловили стремительное вхождение в русский литературный язык иноязычных слов, в первую очередь, американизмов английского происхождения (Заварзина, 2015). Общеизвестными считаются основные причины заимствования иноязычной лексики: потребность в наименовании нового явления, потребность в разграничении содержательно близких понятий, потребность в специализации понятий для тех или иных целей, стремление к соответствию цельности, нерасчлененности обозначаемого понятия с нерасчлененностью обозначающего, наличие в другом языке системы терминов, обслуживающих ту или иную тематическую область, профессиональную среду (см. об этом: Крысин, 2004; 2006; 2008; Литвинова, 2012; Загоровская, 2012; 2013 и др.).

Современные исследователи единодушны в том, что основным источником заимствований на рубеже XX– XXI вв. для русского языка стал американский вариант английского языка. Как отмечается в научной литературе, в 90-е гг. XX в., в период экспансии иноязычных заимствований, вторжение американизмов воспринималось обществом преимущественно как отрицательное (хотя отсутствовала однозначная оценка этого процесса

представителями различных возрастных групп; например, молодежь, в силу большей степени знания иностранных языков, воспринимала заимствования достаточно нейтрально, представители среднего поколения – иронично, а старшего – отрицательно (Стернин, 2004, с.11). В настоящее время произошел спад массовой экспансии заимствований, общество стало относиться терпимее к этому процессу. Известно также, что русский язык неоднократно подвергался массовому вторжению иностранных слов (например, в эпоху правления реформатора Петра I, в период национального подъема после победы над Наполеоном, в эпоху «перестройки»), однако неизменно демонстрировал устойчивость системы языка, отсеивая «ненужные» лексические единицы и подвергая заимствованные слова изменениям по своим законам. Именно поэтому большинство лингвистов уверены, что и на новейшем этапе словарный фонд русского языка пополнится некоторым количеством заимствованных слов (возможно, значительным), усвоенных языковой системой, но сохранит свою целостность и национально-культурную уникальность (ср.: Загоровская, 1990; 2013).

Источником пополнения словарного состава русского языка на рубеже XX-XXI вв. также являются новые слова, созданные из собственных ресурсов. Таким образом появляются словообразовательные неологизмы и новые словосочетания. На современном этапе развития русского языка новые словесные знаки образуются достаточно стремительно, нередко формируя целые словообразовательные гнезда (см.: Скляревская, 1998, с.8; 2000; 2001; Костомаров, 1999; Попова, Рацибурская, Гугунава, 2005; Загоровская, 2001; 2007;2013; Заварзина, 2011; 2012; 2017; Белянин, 2010 и др.). Словообразование создает необходимые для процесса коммуникации наименования (Скляревская, 2000, с. 90).

При образовании морфологических (словообразовательных) инноваций в русском языке новейшего периода используются различные способы словообразования, среди которых особую продуктивность проявляют

аффиксальный способ (прежде всего, суффиксальный и префиксальный) и сложение, в том числе аббревиация (Загоровская, 2013; ср.: Ермакова, 1996; Скляревская, 2001; Сенько, 2000; Гочев, 2007; Касьянова, 2009; Тибилова, 2011 и др.).

Словообразование занимает особое место среди активных процессов развития современного русского языка и в настоящее время характеризуется особой экспрессивностью, усилением тенденций к аббревиации, движением русского языка от синтеза к аналитизму, массовым характером появления устойчивых словосочетаний, быстрым образованием слов-дериватов (новые производные образуются и входят в словарный фонд целыми гнездами) (Костомаров, 1999; Попова, Рацибурская, Гугунава, 2005; Заварзина, 2012). В настоящее время словообразование особенно активно, используя морфемный состав языка, выполняет заказ общества на создание необходимых для коммуникации наименований (Сенько, 2000; Земская, 2000).

Второе основное направление развития лексики русского языка в новейший период его истории связано с перераспределением словесных единиц между различными подсистемами внутри лексической системы современного русского языка и находит проявление в целом ряде частных динамических процессов, в том числе актуализации и дезактуализации лексики, «переориентации номинаций», изменениях стилистических характеристик словесных знаков и др. Подобные процессы, ведущие к появлению так называемых «слабых инноваций» (термин О.В.Загоровской) достаточно хорошо изучены современными лингвистами (Ашуркова, 2007; Касьянова, 2009; Никифорова, 2008; Скляревская, 2001; Стернин, 1996; 1997; Валгина, 2001; Заварзина, 2001;2014; Костомаров, 1999; Ферм, 1994; Милованова, 2001; Грановская, 2005; Черникова, 2008; Загоровская, 2001; 2012; 2013; 2014 и др.). Взаимопроникновение, смешение активного и пассивного словарных запасов происходит за счет активизации лексики различных тематических сфер (например, религии, экономики, политики, шоу-бизнеса, криминально-правоохранительной), стабилизации и

реактивации лексики; пассивизации лексики, называющей политические реалии времен СССР и перестройки (Стернин, 2008). Также происходит перераспределение единиц между лексикой общеупотребительной и лексикой ограниченного употребления. Многие узкоспециальные книжные термины, а также жаргонизмы и просторечия, ранее существовавшие за пределами литературного языка, нередко расширяют сферу своего употребления и переходят в разряд общелитературных или разговорных. Наблюдается тенденция к перемещению лексических единиц с периферии системы в ее центр, что обусловливает повышение частотности в речи слов сниженной стилистической окраски и выход из активного запаса слов высокого стиля.

Третье направление развития лексики русского языка в новейший период связано, с одной стороны, с появлением различного рода лексических и лексико-семантических инноваций, а с другой – с изменениями в их форме (произношении и написании).

В настоящем исследовании мы придерживаемся концепции, разработанной в научных трудах проф. О.В. Загоровской, в соответствии с которой лексический состав русского языка в новейший период пополняется за счет появления лексических и лексико-семантических инноваций, в том числе сильных (абсолютных) и слабых (относительных) неологизмов (Загоровская, 2001). Под собственно неологизмами (сильными инновациями) понимаются «принципиально новые» для русского языка лексемы или устойчивые словосочетания, среди которых разграничиваются: 1) неологизмы-заимствования, или внешние вхождения; 2) морфологические неологизмы, создаваемые на базе морфологических ресурсов русского языка в соответствии с характерными для него словообразовательными типами и словообразовательными процессами; 3) синтаксические неологизмы, то есть новые устойчивые словосочетания, созданные на основе развития у словесных знаков новых синтагматических связей (Загоровская, 2001, с.9).

Слабые, или относительные, лексические инновации – словесные знаки, новизна которых заключается в изменении одной или нескольких сторон их плана содержания или плана выражения. Слабые лексические инновации О.В. Загоровская делит на собственно семантические неологизмы (трансформации в семантике слова в целом или одного из значений) и функционально-семантические инновации, связанные с изменениями в характере функционирования слова, их речевого употребления, содержании стилистического компонента его лексической семантики (Загоровская, 2001, с.10; 2013).

Подобные изменения нередко сопровождаются изменениями эмоционально-оценочного компонента семантики лексем, которые обычно связаны с нейтрализацией или заменой оценочного компонента значения слов (Загоровская, 2001; Заварзина, 1998; 2008; 2015 и др.). Изменения эмоционально-оценочного компонента могут быть обусловлены разрушением *идеологических наслоений* и *переориентацией» номинаций* (ср.: Загоровская, 2001; 2013; Стернин, 2003; Заварзина, 1998 и др.).

Функционально-семантические инновации в русском языке обусловливаются трансформацией компонента семантики, отражающего смену или расширение сферы употребления слова (имеются в виду функциональные разновидности русского литературного языка и различные формы национального русского языка), отнесенности к разряду устаревшей или новой лексики, а также отвечающего за информацию о речевом употреблении (см. об этом работы проф. О.В. Загоровской).

Инновации, основанные на стилистических преобразованиях лексики, традиционно связывают с влиянием экстралингвистических факторов: ростом эмоциональной напряженности в обществе, сменой носителей литературного языка и другие (см., например: Валгина, 2001). Стилистические процессы движутся по двум основным векторам: 1) нейтрализация стилистического компонента; 2) перераспределение. Под стилистической нейтрализацией понимают значительное расширение пласта

нейтральной лексики за счет снижения высокой стилистической окраски у книжных слов и за счет повышения сниженной стилистической окраски у разговорных, просторечных и даже жаргонных слов (ср., *принцип, проблема, тенденция* – имели помету книжн.; *парень, учеба*–имели помету разг.). Параллельно нейтрализации происходит перераспределение стилистически окрашенных слов из одной группы в другую (ср., *огласить)*. Появление функционально-семантических инноваций также связано с процессом трансформации семантики лексем, особенно языка профессиональной сферы.

На уровне семантической структуры слова могут наблюдаться семантическая деривация, т.е. появление новых значений (семем) на основе родо-видовых, метафорических или метонимических переносов; семантическая конденсация, т.е. уменьшение количества отдельных значений; а также переосмысление значения словесной единицы. Семантические изменения в лексике протекают в виде семантической деривации (возникновения новых семем в структуре слова), семантической модификации (частичная замена или утрата отдельных семных компонентов), реструктурации смысловой структуры слова (перераспределение ролей между отдельными значениями в структуре многозначной лексической единицы) (Стернин, 2008, с.206).

Трансформации в форме слова, как отмечают исследователи, носят менее выраженный характер и могут касаться как звуковой оболочки словесного знака, так и его графики и орфографии (Маринова, 2008; Загоровская, 2015). В первом случае подобные изменения реализуются чаще всего как изменения в ударении, во втором – как изменения в написании. При этом графические и орфографические изменения лексических единиц сопровождаются повышенной вариативностью и чаще всего касаются новых иноязычных слов, в том числе терминов различных тематических сфер (Загоровская, 2015). (ср., *ВИП-клиент, вип-клиент, VIP-клиент*; с точки зрения звучания: *вип-клиент и ви-ай-пи–клиент*).

По словам исследователей, применительно к современной языковой ситуации можно говорить о своеобразной терминологической экспансии, которую некоторые лингвисты определяют как тенденцию к *интеллектуализации лексики*, связанную с возрастанием коммуникативной роли терминологии. … Без элементарного владения ключевыми понятиями из области экономики и политики, науки и техники, искусства и спорта человек уже не может полноценно существовать в современном мире (Володина, 1997, с.134). Активному развитию этого процесса способствуют средства массовой информации, использующие новейшие термины из актуальных сфер специальных знаний, тем самым делая их детерминологизированными, или общеупотребительными.

Причем, с точки зрения одних ученых, сам факт присутствия специализированного термина в публицистическом или бытовом тексте уже является детерминологизацией (Соловьева, 1977; Валгина, 2001; Собянина, 2004, с.103 и др.).

Другие исследователи под детерминологизацией понимают не просто перенос узкоспециализированных слов в общелитературный язык, а появление у термина переносного, метафорического значения (Кириленко, 1984; Сулейманова, 1996; Лейчик, 2000; Суперанская, 2003 и др.) и выделяют две стадии детерминологизации: 1) вхождение термина в виде слова с терминологическим значением в состав общеупотребительного языка (частичная детерминологизация); 2) перенос значения этого терминологического слова в общеупотребительном языке и возникновение (часто метафорически) бытового слова на его основе (Суперанская, 2003, с.134).

Таким образом, инновации связаны также с активизацией процесса миграции лексем из профессионального языка в общеупотребительный и обратно.

Можно утверждать, что в русском языке в настоящее время наблюдается интенсификация различных процессов, связанных с действием экстралингвистических факторов и законов внутриязыкового развития.

В целом, особенности развития системы русского языка на рубеже XX-XXI веков свидетельствуют о гибкости и устойчивости языка, а также о творческом потенциале его носителей и открытости русского языкового сознания к международным контактам.

§ 2. Понятие специальной лексики и ее разновидностей

Изучение специальной лексики издавна привлекает внимание ученых (ср. работы Г. О. Винокура, В. В. Виноградова, А. А. Реформатского, Д. С. Лотте, О. С. Ахмановой, Л. Л. Кутиной, Л. А. Капанадзе, Б. Н. Головина, Б. Ю. Городецкого, Н. З. Котеловой, В. Г. Гака, В. П. Даниленко, В. М. Лейчика, А. В. Суперанской, Т. Б. Крючковой, В. Н. Прохоровой, П. Н. Денисова, С.Д.Шелова и др.). Под специальной лексикой в научной литературе понимаются необщеупотребительные словесные знаки, называющие явления и понятия различных сфер профессиональной человеческой деятельности (см., напр.: Даниленко, 1977, с.17).

В науке отсутствует единая точка зрения относительно определения понятия «термин» (см.: Шелов, 2017). В большей части дефиниций в качестве главного признака термина на первое место справедливо выдвигается его связь понятием: «Термины — это слова специальные…стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий…» (Реформатский, 1967, с. 110); «в науке соотнесенность термина и понятия выступает на первый план; термин непосредственно связан с научным понятием» (Суперанская, 1993, с. 18); «термин — слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» (Ахманова,

1966, с. 474). Лексическая единица языка может использоваться в качестве наименования специального понятия, что обусловливает появление терминологического значения, которое накладывается на ее собственно языковое значение (Гринев-Гриневич, 2008, с. 113). Обобщая разные определения терминологических наименований, можно сделать вывод о том, что важнейшим признаком термина является его способность к обозначению определенного научного понятия (Загоровская, 2011, с.9). Ср.: «…будучи специальным или неспециальным обозначающим (знаком), термин вводит некоторое неизвестное (или недостаточно известное) понятие и потому нуждается в его определении (толковании, объяснении) или мотивации» (Шелов, 2017, с.110).

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает также вопрос о соотношении понятий «специальное понятие — неспециальное понятие» и «термин — нетермин».

Представители нормативного подхода считают термин специальной единицей, особой категорией знаковой системы (см.: Лотте, 1961; Реформатский, 1967; Котелова, 1970; Суперанская, 1983 и др.).

Сторонники дескриптивного подхода убеждены в неправомерности разграничения термина и обычного слова, потому что термин не имеет специфических формальных и содержательных свойств, позволивших бы выделить его среди других языковых единиц общенационального языка, (Будагов, 1965); «термины — это не особые слова, а только слова в особой функции…» (см.: Даниленко, 1977 и др.). Исследователи, стоящие на позициях дескриптивного подхода к определению термина, признают полисемантичность термина, выраженность определенного понятия сочетаниями слов, а также словами разных частей речи, наличие синонимов/ антонимов (Даниленко, 1977).

Как показал анализ научной литературы, в современном отечественной терминоведческой науке выделяется ряд требований, которым должен соответствовать термин:

1) однозначность (см., напр.: Лотте, 1961, с. 18–36; Реформатский, 1968, с. 107 и др.), однако в терминологической лексике довольно широко распространено такое явление, как многозначность, или полисемия (Немченко, 1991, с. 12). Как известно, значение термина определяется как объективным содержанием того или иного явления или понятия, так и некоторым процентом субъективности, привносимым ученым для уточнения семантики специального понятия (см., напр.: Даниленко, 1977, с. 58).

2) точность, которая, с нашей точки зрения, определяется точностью терминоупотребления, непротиворечивостью предметной отнесенности и понятийного смысла терминов (см.: Капацинская, 1988, с. 53; Данькова, Загоровская, 2011, 2015; 2018). Термин должен выполнять требования нормативного соответствия (соответствия всем видам норм: орфоэпическим, лексическим, грамматическим и нормам написания) (Данькова, Загоровская, 2018). Важность лингвистической правильности термина отмечают все терминоведы (см. об этом: Гринев-Гриневич, 2008 и др.).

Однако некоторые ученые приводят в пример термины, которые не являются ни точными, ни однозначными (ср., например, в лингвистике *неологизм, историзм, архаизм* или исторические *нация, этнос, общество, класс*) (Шелов, 2017, с.109).

Безусловно, любой профессиональный язык открыт для новых явлений, которые наделяют словесные знаки определенными семантическими, стилистическими или грамматическими особенностями. Подобным образом создаются профессионализмы, необходимые для общения между членами той или иной профессиональной группы.

3) краткость, однако нередко именно длинные, многокомпонентные словосочетания в функции термина способствует наиболее полному и точному определению понятия, устранению многозначности того или иного словесного знака (ср.: Гринев-Гриневич, 2008, с. 135–146).

4) мотивированность, или «семантическая прозрачность» (Гринев-Гриневич, 2008);

5) системность, поскольку термин может существовать лишь как элемент терминосистемы как упорядоченной совокупности терминов, адекватно выражающих систему понятий теории, описывающей некоторую специальную сферу человеческих знаний или деятельности (Кияк, 1989, с. 7). Для формирования терминосистемы необходимо наличие специальной области, наличие системы общих понятий, относящихся к этой области; наличие достаточно строгой концепции, описывающей эту область; наличие языка, лексические единицы которого могут быть использованы для обозначения понятий данной системы понятий (Кияк, 1989, с. 81).

Представляется справедливой позиция некоторых ученых о специальном характере понятия, которое называет термин: «Специфика термина лежит не в плане выражения, а в плане содержания, в характере его значения» (Герд, 1980; Шелов, 2003, 2017).

Современные исследователи считают, что большинство терминосистем имеет иерархическую структуру и строится на парадигматических, синтагматических и деривационных отношениях между языковыми знаками (см., напр.: Абрамова, 2003, с. 15). Парадигматические отношения связывают элементы языка на основе общности по форме, смыслу и др. и представлены синонимическими, антонимическими и родо-видовыми связями (подробнее об этом см.: Загоровская, 1990, с. 43 и др.).

Наличие синонимов у языковой единицы особенно характерно для ранних этапов формирования терминологической системы, когда еще не произошел естественный (или искусственный) отбор лучшего термина (см., напр.: Даниленко, 1977; Данькова, 2008, Загоровская, Данькова, 2011, 2015 и др.). Антонимические отношения в терминологии являются средством обозначения тех или иных понятий или явлений науки (Даниленко, 1971, с. 27; Даниленко, 1977, с. 79; Суперанская, 2007, с. 54 и др.).

Проблемы полисемичности терминологических единиц также не получили однозначного решения в современной терминологической науке. В настоящей работе признается факт наличия многозначных терминов в

составе терминологии, что объясняется во многих случаях «необходимостью выражения термином понятий, относящихся к разным категориям в пределах одной терминосистемы» (ср.: Лингвистический аспект…, 1993, с. 16).

Самыми фундаментальными смысловыми отношениями между языковыми единицами традиционно признаются таксономические, или родовидовые (гипо-гиперонимические) связи (см.: Лайонз, 1987, с. 278; ср.: Загоровская, 1990, с. 146 и др.).

Синтагматические связи и отношения, свойственные терминам, характеризуются своеобразием их лексической, синтаксической и фразеологической сочетаемости. Лексическая сочетаемость предопределяет круг ближайшего окружения слова в словосочетаниях (Загоровская, 1990, 2011). Синтаксическая сочетаемость определяет сочетаемостные возможности слов (Загоровская, 1990, 2011, 2013).

Языковые единицы внутри определенной терминологической системы связаны также деривационными отношениями, под которыми понимаются формальная, семантическая или функциональная производность и иерархия единиц всех уровней языковой системы, а также межуровневые отношения (Загоровская, 1990).

Мы в настоящем исследовании принимаем за основу определение термина, предложенное в работах С.Д. Шелова: «Термин — языковой знак (слово, словосочетание, сочетание слова или словосочетания с особыми символами и т.п.), соответствующий норме его употребления в профессиональном или ином сообществе и выражающий специальное понятие какой-либо области знания и в силу этого либо имеющий дефиницию, либо мотивированный другими языковыми знаками, среди которых хотя бы один выражает специальное понятие и имеет в силу этого собственную дефиницию (Шелов, 2017, с.111).

Отечественная лингвистика современной эпохи также не находит однозначного ответа на вопрос о частеречной выраженности специальной лексемы.

Одни ученые считают, что термин может быть выражен только существительным или именным словосочетанием с именем существительным в качестве главного компонента (Реформатский, 1986 и др.).

Другие ученые считают, что слова разных частей речи могут быть терминами: имена прилагательные, наречия и причастия могут переходить в разряд терминоэлементов и использоваться в этом качестве в текстах специальной литературы и в профессиональном общении (Даниленко, 1981, с.8). Глагол также может быть термином, поскольку в терминологии выступает как семантически эквивалентное средство выражения одного и того же понятия; на этом основании он, как и отглагольное имя, имеет значимость самостоятельного термина (см.: Даниленко, 1977, с. 56).

На наш взгляд, следует определять термин как лексическую или фразеологическую единицу, номинирующую явление или понятие той или иной сферы профессиональной деятельности человека и получившую научное определение в лексикографическом издании (Данькова, Загоровская, 2018).

В настоящем исследовании поддерживается точка зрения ученых, считающих, что в некоторых научных подсистемах отсутствует четкая граница между терминами и общеупотребительными единицами (Данькова, Загоровская, 2015; 2018).

Как показывает анализ научной литературы, термины не являются однородными по своему составу лексическими номинациями.

В научной литературе терминологические номинации характеризуются по типу наименования, по времени возникновения, по структуре и содержанию, по степени освоения в языке и др. (Загоровская, Алькудах, 2016).

Специальные лексические единицы разделяются в терминоведении, прежде всего, по типу терминологического наименования. Относительно указанного критерия в составе современных терминосфер разграничиваются,

с одной стороны, общенаучные, межнаучные и узкоспециальные термины, с другой стороны — собственные термины и привлеченные термины (см.: Даниленко, 1977; Лейчик, 2007; Гринев-Гриневич, 2008 и др.).

Общенаучные термины относятся к нескольким научным областям и выражают специальные понятия, соотносимые с явлениями в разных научных сферах (Даниленко, 1977). Общенаучная лексика обозначает специальные понятия широкого профиля, конкретизируется и уточняется в определенных терминосистемах и служит основой для дефиниции терминов (см. об этом: Даниленко, 1977, с.19 и др.). Межнаучные термины функционируют в нескольких смежных терминологических системах; узкоспециальные термины номинируют специфические для той или иной сферы понятия (Данькова, Загоровская, 2018). Между данными терминологическими единицами нет четких границ, часто наблюдаются переходные случаи (Митрофанова, 1973, с. 54).

Как уже отмечалось, с точки зрения типа терминологического наименования в современных лингвистических исследованиях выделяются также собственные термины (термины, появившиеся в рамках данной терминологии) и привлеченные термины (термины смежных областей знания, используемые в данной терминологии без изменения значения) (подробнее см.: Гринев-Гриневич, 2008, с. 61).

С хронологической точки зрения принято выделять устаревшие и новые терминологические единицы. Устаревшие термины могут быть представлены архаизмами, давно вышедшими из употребления словами, которые ранее использовались для называния существующего в настоящее время понятия, и историзмами, терминами, вышедшими из употребления в связи с исчезновением обозначаемых ими понятий (Гринев-Гриневич, 2008).

Термины с точки зрения структурной организации делятся на термины-слова и терминологические словосочетания. Термины-сочетания могут быть двухсловными, трехсловными и многословными (состоящими из четырех и более компонентов) и в некоторых современных исследованиях

называются квазитерминами (см., напр.: Федорченко, 2004, с. 18; Гринев-Гриневич, 2008, с. 45; Загоровская, Данькова, 2011 и др.).

По семантической (содержательной) структуре термины делятся на однозначные (моносемичные) и многозначные (полисемичные), а также мотивированные и немотивированные (Данькова, Загоровская, 2018). Мотивированные термины характеризуются структурно-семантической соотнесенностью составляющих их морфем с морфемами данного языка; заимствования и кальки относятся к числу немотивированных единиц (см.: там же…, с.117).

По степени сформированности и адаптации в русском языке можно разграничивать собственно термины, прототермины, предтермины и терминоиды (Загоровская, Данькова, 2011; 2018).

Собственно термины называют устойчивые, окончательно сформировавшиеся в определенной научной области понятия (там же.., 2018).

Прототермины называют не понятия, а специальные представления о тех или иных реалиях и функционируют в донаучный период развития специальных знаний. Позже часть устойчиво закрепившихся в специальной речи прототерминов включается в научную терминологию, а остальные протоединицы либо существуют в виде общеупотребительной лексики предметных областей, либо функционируют в виде так называемых народных терминологий, используемых наряду с научной лексикой (о понятии «прототермин» подробнее см.: Гринев-Гриневич, 2008; Загоровская, Данькова, 2011).

Специальные лексемы, которые называются предтерминами, именуют новые, сформировавшиеся понятия, но не отвечают требованию краткости. Подобным терминам свойственна неустойчивость формы. В качестве предтерминов обычно выступают описательные обороты; термины, представляющие собой лексические единицы с колебаниями значения. Со временем предтермины закрепляются в специальной лексике и переходят в

разряд квазитерминов или вытесняются терминами (см.: Гринев-Гриневич, 2008, с. 45 и др.).

Терминоиды представляют собой специальные лексемы, используемые для наименования недостаточно устоявшихся и неоднозначно понимаемых понятий, не имеющих четких границ и дефиниций.

Помимо терминов, в составе специальной лексики в настоящее время принято выделять и другие лексические единицы: номенклатурные обозначения (номены), профессионализмы и профессиональные жаргонизмы (Загоровская, Данькова, 2011; 2018). Номены, или номенклатурные обозначения, являются не выражением, а названием, ярлычком для какого-то конкретного предмета, его содержательная сторона игнорируется разница между термином и номеном — это разница между отражением понятия и этикетированием отдельного конкретного предмета (Гринев-Гриневич, 2008, с. 38–40). Ср.: «Номен — это особое, искусственно созданное слово в особой функции» (Загоровская, Данькова, 2011, с.46).

Профессионализмы – это слова, которые отличаются ненормативностью и являются ограниченными употреблением в устной речи профессионалов. Профессионализмы обладают яркой эмоционально-экспрессивной окрашенностью (Калинин, 1978, с. 140; Загоровская, Данькова, 2011 и др.). Однако границы между термином и профессионализмом весьма подвижны и неопределенны в силу их постоянного взаимообмена. Как известно, профессионализм может являться синонимом термина (см.: Кияк, 1989, с. 11). Профессиональные жаргонизмы представляют собой неофициальные и, как правило, сниженные обозначения понятий, предметов специального характера, бытующие в разговорной речи представителей той или иной профессии (см.: Карпухина, 2007, с. 13), и возникают не из нужд производства обозначить предмет, понятие или явление, а из желания придать оценочный характер номинации (см.: Кожевникова, 2002, с. 32).

Безусловно, достижения отечественного терминоведения можно использовать при построении дефиниций новых терминологических единиц (например, в терминологии международного туризма), при создании терминологического аппарата новых, появившихся в новейший период развития русского языка терминологических систем в целом, а также при создании специальных словарей.

Известно, что в новейший период терминологически развитые языки пополняются главным образом за счет специальной лексики (Лейчик, 2007, с. 9; Суперанская, 2007, с. 11), а специальная лексика не может изучаться на тех же основаниях и теми же методами, что и лексика общая, поскольку она системно и тематически организована иначе и ее изучение предполагает свои методы и приемы, лишь отчасти пересекающиеся с теми, которые используются при изучении общей лексики (Лейчик, 2003).

Таким образом, учитывать особенности терминологической лексики чрезвычайно важно при создании дефиниций языковых единиц в словарных статьях специальных словарей.

§ 3. Национально-культурная картина мира и ее отражение в семантике термина

Понятия «национальная картина мира», «национально-культурная картина мира», «языковая национальная картина мира», «национальный образ мира» активно разрабатываются в последнее десятилетие в когнитивной лингвистике, в литературоведении, психолингвистике, этнолингвистике, лингвокультурологии. Связь национального характера, «духа народа» с языком изучали В. фон Гумбольдт, А.А. Потебня, А. Вежбицкая, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия, Г.В. Колшанский, З.Д. Попова и др.

В новейший период в центр внимания лингвистов национальные особенности семантики языкового знака (Верещагин, 1980; Загоровская, 1986, 1990; Загоровская, Стернин, 1984; Караулов, 1988; Бабушкин 1998,

Листрова-Правда 2004, Стернин 2007 и др.). В любом языке есть слова с особыми культурно-специфичными значениями, которые отражают не только образ жизни, характерный для языкового коллектива, но и образ мышления (Вежбицкая, 1999). Национальная специфика слова этнически обусловлена, то есть продиктована фактом принадлежности к определенному этносу с его специфическим этноязыковым сознанием, под которым понимается культурно маркированный вариантный образ мира, соотнесенный с системой составляющих его культурем (цит. по: Алефиренко, 2010, с.7). Для каждого языка, для каждой культуры характерно возникновение специфических созначений – коннотаций, механизм возникновения которых связан с усилением отдельных аспектов значения (часто за счет яркой внутренней формы слова, на базе которой возникают наиболее стабильные ассоциации) (Маслова, 2001, с.54). По мнению ученого, закрепление ассоциативных признаков в значении слова, т.е. возникновение коннотаций – процесс культурно-национальный (Маслова, 2001, с. 55). Ср.: «…*культурное значение* слова есть часть языка» (Комлев, 1966, с. 45-50). Ср. также: «…мир, который нам дан в нашем непосредственном опыте, оставаясь везде одним и тем же, постигается различным образом в различных языках, даже в тех, на которых говорят народы, представляющие собой известное единство с точки зрения культуры» (Щерба, 1974, с. 27-28).

Известно, что лексика является формой закрепления и передачи опыта от поколения к поколению и потому больше всего обусловлена категориями материального мира и социальными факторами (Уфимцева, 1968, с. 38; Шмелёв, 1973, с. 16; Арутюнова, 1995). По мнению исследователей, культурно-специфичные слова способны отражать прошлый опыт нации и увековечивать способы отражения (Вежбицкая, 1996, с. 269). А. Вежбицкая использует термин «*ключевые культурные концепты*, обнаруживая национально-культурную специфику через семантические примитивы на материале неблизкородственных языков» (1996, с.329).

В.Г. Гак предлагает различать понятия «национальное» и «культурное» и считает, что культурная специфика предполагает соответствие слова определенному элементу менталитета или какому-либо объекту предметно-культурного пространства народа, его истории, верованиям, традициям и естественным условиям жизни (Гак, 1999, с.48)

К языковым единицам, обладающим национально-культурной маркированностью, ученые относят лексические единицы, служащие для обозначения культурных реалий, не имеющих точных соответствий в другой культуре (Швейцер, Никольский, 1976, с. 108; Листрова, 1987, с.10; Комиссаров, 1990, с. 147), «переводческих эквивалентов в переводном языке» (Влахов, Флорин, 1986, с. 42); «слова, план содержания которых невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями» (Верещагин, Костомаров, 1990, с. 42). Такие языковые единицы именуются по-разному, в том числе не только безэквивалентными словами, но и культуремами, лингвокультуремами, реалиями и др. (см. об этом, например: Кретов, 2013).

Каждый народ обладает национальной спецификой - особенными, характерологическими чертами своей нации, сложившимися в результате самобытного этнического развития и творчества. Языковая картина мира реконструируется целой совокупностью средств языка, например, лексемами, фразеологизмами; и отражает представления народа об окружающей действительности и о мире в целом на определенном этапе развития, закрепленные в языковых знаках и их значениях (Попова, Стернин, 2007, с. 38).

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров выделили следующие группы лексики, обладающей национально-культурной спецификой: безэквивалентная, коннотативная и фоновая (Верещагин, Костомаров, 1980, с. 197-215). При этом лексический фон составляют признаки, обладающие страноведческой ценностью и отражающие качества денотата, обусловленные национальным своеобразием культуры, истории,

мироощущения, поведенческих и иных стереотипов соответствующего народа. Г.Д. Томахин дополняет этот список так называемыми «ключевыми словами и фразеологизмами» (1980, с.47-50).

Каждая лингвокультура обладает собственным культурным кодом – стандартизированными речевыми практиками, несущими в себе систему образов, имеющих в рамках данной этнокультуры определённое символическое значение. Этот код культуры выступает в виде исторически сложившейся нормативно-ценностной символической системы вторичного означивания, несущей в себе культурную информацию о мире и структурирующей, организующей этнокультурное сознание.

Некоторые иследователи считают справедливым говорить о существовании двух точек зрения на национально-культурную специфику языковых явлений. Одни ученые видят национально-культурную специфику только в значениях слов-реалий типа валенки..., другие – говорят о внутренней форме языка и воплощении в языке духа народа (Добровольский, 1997, с. 39). Действительно, национально-культурное своеобразие присуще прежде всего безэквивалентной лексике, выражающей специфичные для данной культуры реалии. При этом духовное присвоение действительности происходит под воздействием родного языка, так как мы можем мыслить о мире только в выражениях этого языка, пользуясь его концептуальной сетью (там же..., с.40). Таким образом, разные языковые коллективы, пользуясь различными методами и инструментами концептообразования, формируют отличные друг от друга картины мира (Добровольский, 1997, с. 40). Национально-культурная специфика может проявляться даже в вариантах одного языка (там же.., с.41).

С точки зрения многих современных исследователей, любой словесный знак того или иного языка обладает национально-культурным своеобразием, так как… «воплощает языковую картину мира русского народа и его культурную концептосферу» (Загоровская, Стернин, 1984, с.102; Загоровская, 2011, с.232-233; Загоровская, 2015, с.121). Культурные

коннотации связаны с различными областями жизнедеятельности человека и могут быть обусловлены историческими событиями, религией, бытом, донаучным познанием мира (Ельмслев, 1962, с. 133 – 134).

Исследователи утверждают, что семантические системы разных языков и отдельные элементы этих систем содержат несовпадающие элементы, определенную национально-специфическую информацию, известную только данной национально-культурной общности людей, которая может проявляться в разных формах:

1) национально-культурное своеобразие словесного знака может быть эксплицитно выраженным;

2) во многих случаях национально-культурное своеобразие оказывается связанным с глубинными уровнями семантики слова, содержанием его скрытых и периферийных семантических составляющих (Загоровская, 1990, с. 185).

А.Д. Райхштейн также утверждает, что корпус культурно окрашенной лексики неоднороден и выделяет четыре типа национально-культурной номинации: 1) узуально-концептуальная номинация, т. е. слова-реалии в их главном значении и типичном употреблении, которые передают национально-культурную сущность в эксплицитной форме; 2) окказионально-концептуальная, т. е. контекстуальные обозначения национально-специфических фактов; 3) узуально-фоновая, т. е. лингвистические единицы с постоянным, типично национальным специфическим семантическим фоном; 4) окказионально-фоновая, т. е. лингвистические единицы с контекстуальным национальным фоном (Райхштейн, 1986, с.13). Номинации второго, третьего и четвертого типа выражают национально-специфическую информацию имплицитно. Признаками любой имплицитной информации является факультативность восприятия и возможность экспликации при перифразах.

Вопрос о методике выявления национально-культурной специфики находит различное освещение в научных лингвистических и

лингвокультурологических исследованиях. Так, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров связали передачу культурной информации с внепонятийными семантическими долями, основываясь на интерпретации лексического значения, представленного при помощи знаменитого треугольника К. Огдена и И. Ричардса, который соединяет знак, мысль и предмет, т. е. слово, понятие и референт (Верещагин, Костомаров, 1980). В этой связи на себя обращает внимание тот факт, что каждый из этих элементов может быть источником культурологической отнесенности и, таким образом, способствовать культурологической маркированности лексической единицы (там же…, 1980). Говоря о национально-культурной специфике, исследователи нередко употребляют термины «национально-культурные ассоциации» и «культурные коннотации». Ср. высказывание В.Н. Телия: «…если единицы языка обладают культурно-национальной спецификой, то последняя должна иметь свои способы ее отображения и средства соотнесения с ней…» (Телия, 1996, с.215).

При этом исследователи, ограничивающиеся рамками «узкого» подхода к изучению коннотаций, связывают их с категорией оценки (ср. работы В.Н. Телия, Ю.Д.Апресяна). Сторонники широкого подхода к выявлению коннотаций полагают, что в их основе лежат познавательная и культурная составляющие и понимают коннотации и культурные ассоциации как синонимы (ср. работы А.А. Залевской и др.). Общих вывод, содержащийся в исследованиях, звучит так: коннотации — это явление когнитивного порядка, а оценочный компонент лишь завершает личное когнитивное освоение человеком окружающего мира.

Национально-культурная специфика слова не предполагает существования в его семантике какого-то особого культурного компонента: любой элемент плана содержания словесной единицы может обладать культурным своеобразием (подробнее см.: Загоровская, Стернин, 1984; Загоровская, 1990; 2011; 2015). Конкретное воплощение национально-культурная значимость слова находит в той составляющей его семантики,

которая связана с отражением специфических в национальном отношении явлений и может быть названа семой национальной принадлежности (Загоровская, Стернин, 1984). Для русского языка это будет семантические компоненты *русский, типичный для русских, распространенный в России* и т.д. (Загоровская, Стернин, 1984, с. 99). Как правило, в безэквивалентной лексике сема национальной принадлежности служит структурным элементом денотативного компонента значения, однако национально-культурная специфика слова может обнаруживаться в любом компоненте значения, и национально-своеобразной может оказаться сема любого типа (Загоровская, Стернин, 1984, с. 102).

Национальная специфика слова может быть очень яркой, что характерно для так называемой безэквивалентной (обозначающей специфические для той или иной культуры реалии) и фоновой лексики (имеющей уникальные культурные ассоциации). С другой стороны, некоторые слова обладают минимальной национально-культурной информацией, обусловленной лишь специфическими системными связями словесного знака в том или ином национальном языке (Верещагин, Костомаров, 1990, с.42-45; Загоровская, 2015, с.121).

Национально-культурное своеобразие слова может проявляться в любом компоненте его плана содержания: денотативном, представляющем собой предметно-понятийную информацию, связанную с отражением внеязыковой действительности (для русского сознания *поле)*; эмотивном, содержащем информацию эмоционально-оценочного характера о принятом в данном языковом коллективе отношении к реалии; собственно-языковом, закрепляющем результаты отражения в слове языковой действительности; эмпирическом, представляющем собой результат чувственно-образного отражения действительности, закрепленный в сознании за данным словесным знаком (ср., например, образы-представления, вызываемые у русских номинацией *Масленица*) (Загоровская, 2015). Национально-культурное своеобразие может быть свойственно не только

общеупотребительной лексике, но и терминам (Загоровская, 2011, с.35; Загоровская, 2015).

Полноценное понимание русского языка невозможно без постижения культуры русского народа, при этом национально-культурная информация может быть передана в словарях через описание специфических реалий, обозначаемых теми или иными словесными знаками, указания на особые в национально-культурном отношении эмоционально-оценочные характеристики слов или через раскрытие специфических образов-представлений, вызываемых данными словами, а также через сведения о системных связях словесных единиц в национальном языке, их синтагматических особенностях и др.

§ 4. Понятие терминологии международного туризма: сущность и особенности организации

В начале XXI века в связи с активными изменениями в общественно-социальной и культурной жизни российского общества усилился интерес исследователей к сфере туризма. К настоящему времени опубликован ряд лингвистических работ, посвященных анализу туристического дискурса и туристической лексики и терминологии в разных языках, ее формированию и функционированию (см., напр.: Маршалл, 2002; Белякова, 2004; Жабаева, 2004; Лю Цзюань, 2004; Боброва, 2006; Кузина, 2006; Радкевич, 2006; Гарифуллина, 2008, Погодаева, 2008; Тюленева, 2008; Hanušová, 2008; Белан, 2009; Величко, 2009; Долженко, 2011; Филатова, 2012; Лагута, Вержанская, 2015; Загоровская, Алькудах, 2016 и др.).

Однако, как показывают исследования, ряд вопросов, касающихся названной подсистемы, до сих пор является предметом научных дискуссий. Так, например, вопрос о терминологическом обозначении специальной

туристической лексики, ее сущности и организации вызывает серьезные разногласия среди ученых.

Понятие «терминология туризма» до сих пор не получило однозначного толкования в научной лингвистической литературе (ср., напр., работы О.О. Бейдик, А.А. Беляковой, Е.А. Бобровой, Н.Р. Боднар, Л.В. Виноградовой, Г.П. Долженко, О.С. Радкевич, О.А. Кузиной и др.). Ярким свидетельством неразработанности вопросов теории в названном аспекте является отсутствие единого общепринятого термина для именования языковых единиц данной сферы.

В отечественной и зарубежной лингвистической литературе для обозначения терминологии туризма используются следующие синонимы: «терминология туристики» (Иванова, Масленникова, 2013), «туристская терминология» (Зорин, Квартальнов, 1994; Федорченко, Мініч, 2000; Рябова, Исмаев, Путилина, 2005; Даниленко, 2011 и др.), «терминология турбизнеса» (Простаков, 2008 и др.), «терминология индустрии гостеприимства» (Котлер, Боуэн, Мейенз, 1998; Уокер, 1999; Гарифуллина, 2008; Дрозд, Пильгун, 2016 и др.), «терминология туризма и сервиса» (Завтур, 2013; Костина, 2013 и др.), «терминология социально-культурного сервиса и туризма» (Самойленко, 2006; Воскресенский, 2007; Свириденко, Гойхман, 2008), «терминология курортологии и туризма» (Радкевич, 2006 и др.), «терминология туризма и гостиничного бизнеса» (Частник, Коробка, 2005) и некоторые другие. Наибольшее распространение среди отечественных ученых получило обозначение «терминология туризма» (см.: Сакун, 2004; Кузина, 2006; Егорова, 2009; Виноградова, 2009; 2011; Боднар, 2014; Загоровская, 2016; Маркова, 2016 и мн. др.), которое мы будет использовать в настоящем исследовании.

По проблеме определения границ терминологии туризма в научной лингвистической литературе существуют весьма различные точки зрения, которые условно могут быть сведены к «узкому» и «широкому» ее пониманию. С точки зрения сторонников «узкого» подхода, терминологию туризма составляют специальные словесные знаки, обозначающие понятия

из туристической сферы и имеющие в структуре значения постоянные семы «туристический», «туристский», «связанный с туризмом», «относящийся к туристу». Как правило, эти слова выражают основные (центральные) понятия туризма. Так, напр., болгарский исследователь Н. Боянова отмечает в семантической структуре исследуемых терминов наличие «базисных концептов «поездка, путешествие» и «отдых, восстановление», которые составляют семантическую структуру фундаментального термина «туризм» в его первичном значении как «вид путешествий, совершаемых для отдыха и с другими целями» (Боянова, 2009). Аналогичный подход отмечается в работе О.В. Даниленко, который относит к терминологии туризма «специальные словесные знаки, в значении которых присутствует сема *связанный с туризмом*» (Даниленко, 2011 и др.).

Достаточно известным в научной лингвистической литературе является «широкий» подход к терминологии туризма. Наиболее распространенным вариантом «широкого» подхода является понимание терминологии туризма как совокупности специальных словесных знаков, номинирующих центральные туристические понятия, а также специальных лексических единиц, опосредованно связанных с туристической сферой и имеющих в плане содержания вероятностные семы «туристический», «туристский», «связанный с туризмом». Так, напр., по мнению Б. Осадина, «область употребления туристской лексики включает как собственно терминосистему, так и разного рода письменные тексты в путеводителях, брошюрах, рекламные слоганы и т.д.» (Осадин, 2000, с.45). Индустрия туризма включает различные учреждения и предприятия, занимающиеся организацией отдыха и развлечений, предоставляющие разнообразные туристские услуги (это гостиницы, предприятия питания, туристские фирмы, автотранспортные предприятия, музейный бизнес, киносервис, службы быта, центры здоровья и спорта и др. (Осадин, 2000, с.45).

С точки зрения И.В. Величко, специальная туристская лексика, кроме слов, обозначающих основные (центральные) понятия туризма, включает в

свой состав также слова, принадлежащие дисциплинам и секторам, связанным со сферой туризма (экономика, история искусств, гастрономия и т.п.) и слова периферийной области терминологического корпуса *туризм*, используемые в массовой коммуникации (то есть слова бытового дискурса) (Величко, 2009, с.19). Отмеченный факт Н. Боянова объясняет тем, что понятийная система туризма сформировалась на стыке ряда смежных теоретических и практических дисциплин, связанных с двумя крупными пластами общественных отношений – с социально-культурной сферой и со сферой экономики (Боянова, 2009, с. 185-186).

Как правило, при определении объема терминологии международного туризма исследователи используют ее тематические характеристики (см., напр., работы И.В. Величко, О.В. Даниленко, Л.В. Виноградовой и др.).

Количественный состав выделяемых разными исследователями тематических групп терминологии туризма колеблется в значительных пределах: от 4- 5 (Сенин, 2003; Рябова, 2005; Даниленко, 2011; Виноградова, 2011) до 15 (Биржаков, Никифоров, 2002; Hanušová, 2008) и более.

В.С. Сенин в терминологической подсистеме туризма выделяет 4 группы языковых единиц: 1) Деятельность в туризме. 2) Туристские услуги и обслуживание. Договорные отношения в туризме. Реализуемые услуги. 3) Маркетинг. Каталоги. Тарифы. Оплата. 4) Клубный отдых (Сенин, 2003).

Согласно классификации О.В. Даниленко, в исследуемой терминологической подсистеме выделяется следующие группы номинаций: «Виды туризма», «Организации, ассоциации в туризме», «Документация, правовые нормы в туризме», «Виды туров, отпусков (выходных, каникул)», «Персонал в туризме» (Даниленко, 2011). В работе Патра Хутапает «Лексико-семантическое поле «туризм» в русском языке (на фоне тайского языка): функционально-семантический аспект» (Санкт-Петербург, 2016) словесные знаки туризма распределены по 7 тематическим группам: «Планирование и организация туристического путешествия», «Прибытие и отъезд туристов», «Место проживания туристов», «Питание туристов»,

«Отдых туристов», «Взаимодействие со страховой организацией», «Форс-мажорные обстоятельства», каждая из которых подразделяется на более узкие тематические подгруппы.

Авторы «Большого глоссария терминов международного туризма» М.Б. Биржаков и В.И. Никифоров в первом издании 2002 года распределяют специальную туристическую лексику на 12 тематических групп, среди которых особое место занимают «Достопримечательности», «Туризм и религия», «Покупки», «Обучение» и «Выставки и ярмарки», а в третьем издании 2005 года количество тематических групп увеличилось до 17 за счет ТГ «Курорты», «Экскурсионное дело», «Культурный туризм», «Безопасность в туризме», «Экологический туризм» (Биржаков, Никифоров, 2002, 2005).

Некоторые исследователи рассматривают подсистему терминологических туристических единиц как языковое поле и разграничиваются два основных тематических разряда: «Национальный туризм» и «Международный туризм», в каждом из которых выделяется ряд подгрупп, соответствующих видам и направлениям туризма в зависимости от целей и продолжительности поездки, используемых транспортных средств, особенностей и способов размещения и т.д. (Загоровская, Алькудах, 2016, с. 165). В работах Л.В. Виноградовой терминология туризма представлена тремя микрополями: «организация туризма», «индустрия гостеприимства», «транспорт», которые, в свою очередь, могут быть организованы в виде системы целого ряда тематических групп: участники и организаторы туризма, виды и формы туризма, организационные процессы, туристская документация, реализация, реклама и продвижение туристского продукта; средства размещения, гостиничные процедуры, гостиничные услуги, типы размещения; виды перевозок (Виноградова, 2011).

И.В. Величко расширяет состав специальной туристической лексики за счет языковых единиц из других тематических областей, в том числе за счет архитектурных терминов типа *свод, купол, фасад* и т.д., отмечая их тесную

семантическую связь со сферой туризма, и словесных знаков публицистического дискурса (2009, с.19).

Очевидно, что широкое понимание границ рассматриваемой лексической группы не должно приводить к их стиранию.

Следует иметь в виду, что в некоторых исследованиях туристическая терминология отождествляется с терминологией туристического дискурса (Погодаева, 2008; Тюленева, 2008; Величко, 2009 и др.). Однако расширение объема понятия «терминология туризма» до объема понятия «терминология туристического дискурса»/ «терминология текстов туристической тематики» представляется нам неоправданным в силу того, что далеко не все единицы, употребляющиеся в туристической литературе, могут быть отнесены к исследуемой подсистеме.

Проведенные исследования позволяют утверждать, что наиболее правомерным является узкий подход к определению границ терминологии туризма, в соответствии с которым в исследуемую сферу с необходимостью включаются словесные знаки, номинирующие явления и понятия из сферы туристической индустрии и содержащие в плане содержания постоянные семантические компоненты «туризма», «туристический», «связанный с туризмом», «относящийся к туристу». Совершенно справедливой в этой связи представляется точка зрения тех исследователей, которые подчеркивают, что при включении в состав терминологии туризма слов-терминов из области экономики, культуры, медицины, кулинарии и др. следует иметь в виду лишь терминологические единицы, характеризующие связь исследуемой сферы со смежными областями.

Безусловно, толкование туристских терминов — предмет ожесточенных дискуссий исследователей. Причем, в новейший период экономика и политика весьма существенно влияют на определение явлений и понятий исследуемой сферы. Ошибочное толкование терминов приводит к возникновению трудностей в оформлении туристских документов разного уровня.

Как видно из выше изложенного, исследуя туристическую лексику и терминологию, ученые выделяют в ее составе лексико-семантический разряд словесных знаков, связанных с обозначением понятий международного туризма.

Известно, что международный туризм сегодня представляет собой динамично развивающуюся сферу деятельности, которая предполагает осуществление международного сотрудничества на основе уважения национальной культуры и истории каждого народа и интересов государства и направлена на развития туристских отношений между народами разных стран и ознакомление с достижениями других стран в различных областях (Колесник, 1999, с.3).

В новейший период развития русского языка не вызывает сомнения важность исследования организации и типологических особенностей терминологических единиц, номинирующих явления и понятия из сферы международного туризма (Исмаев, 1994; Биржаков, Никифоров, 2002; Сенин, 2003; Белан, 2010; ср. в советскую эпоху: «терминология иностранного/ зарубежного туризма») признается всеми исследователями-лингвистами как неотъемлемая часть общего пласта туристической терминологии. Отмеченный факт подтверждается лексикографическими изданиями русского языка и работами специалистов в сфере туризма.

Ср. словарные статьи и их иллюстративные части в толковых и энциклопедических словарях русского языка: туризм – вид путешествий, совершаемых для отдыха и самообразования. *Международный туризм* (СОШ, 2016); «вид путешествий, в которых отдых сочетается с познавательной, культурной, спортивной целью». *Внутренний, международный туризм* (БТС, с.875); «путешествие (поездка, поход) в свободное время, один из видов активного отдыха. Существуют многочисленные виды и формы туризма (*внутренний, международный* и т. д.) (БГТМТ, 2002, 2005; АРСТ, 2010; НСИС, 2012).

Очевидно, что с принятием Федерального Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в 1996 году были заложены правовые предпосылки создания отрасли международного туризма в нашей стране и приведен и законодательно утвержден перечень основных понятий и терминов исследуемой тематической области, что позволило конкретизировать значение ряда терминологических лексем и закрепить за ними статус термина: туризм, туристская деятельность, туризм выездной, *туризм международный* и др. (ФЗ, 2006).

Анализ специальной научной литературе позволяет сделать вывод о том, что международный туризм - неоднозначное понятие. Различные подходы к определению понятия и к вопросу классификации видов международной туристической деятельности можно найти, например, в работах Е.В. Вавиловой, В.Ю. Воскресенского, В.А. Квартальнова, Н.В. Колесник, А.О. Александровой, Е.Н. Ильиной, В.С. Сенина, Г. Харриса, Р. Кац и др.

В юридической литературе понятие «международный туризм» определяется как систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением услуг и турпродукта иностранным туристам на территории Российской Федерации (въездной туризм) и предоставлением туруслуг и турпродукта туристам за рубежом (выездной туризм) (подробнее об этом см.: Александрова, 2001; ср.: Сенин, 2003; Вельяминов, 2004; Вавилова, 2005; Воскресенский, 2006; Жукова, 2006 и др.).

С экономической точки зрения международный туризм есть особый вид потребления материальных и культурных благ, услуг и товаров временными посетителями данной страны с оплатой их в иностранной валюте, то есть представляет собой экспорт товаров и услуг, осуществляемый в пределах страны (Квартальнов, Романов, 1998; Харрис, Кац, 2000; Балабанов, 2003; Вавилова, 2005; Кобельчук, 2007).

В аспекте современных процессов глобализации международный туризм представляет собой сферу деятельности, которая предполагает осуществление международного сотрудничества на основе уважения национальной культуры и истории каждого народа и интересов государства и направлена на развития туристских отношений между народами разных стран и ознакомление с достижениями других стран в различных областях (см., напр., Колесник, 1999, с.3).

Выводы

В новейший период развития русского языка наиболее яркие динамические изменения происходят в русской лексике, в том числе в ее терминологических подсистемах.

Основными направлениями развития русской терминологии являются: пополнение состава терминономинаций за счет процессов заимствования и словообразования (сильных неологизмов, по теминологии проф. О.В. Загоровской), пассивизация и актуализация языковых единиц, а также изменения в отдельных терминологических единицах, касающиеся их содержания или/и формы.

Термин в настоящем исследовании определяется как лексическая или фразеологическая единица, служащая для номинации понятий той или иной сферы профессиональной деятельности человека и получившая научное определение в словарях. Важнейшими признаками термина признаются соотнесенность с определенным научным понятием, точность и системность, дополнительными – стремление к однозначности и краткости.

Вместе с тем, термин может обладать национально-культурными характеристиками, которые находят отражение на уровне любого компонента его плана содержания: денотативном, эмотивном, собственно-языковом и эмпирическом. При этом национальная специфика термина может быть очень яркой, что характерно, прежде всего, для безэквивалентных и фоновых

языковых единиц, а может быть слабо выраженной, проявляющейся лишь на уровне системных связей термина.

Анализ научной лингвистической литературы позволил установить, что термины не являются однородными по своему составу и различаются по типу терминологического наименования, по хронологическому статусу, по структуре и семантике, а также по степени освоенности в русском языке.

Сфера международного туризма в настоящее время весьма активно развивается, что обусловливает необходимость изучения терминологических языковых единиц, номинирующих туристические понятия и имеющих в плане содержания семантические компоненты: «туризм», «туристический», «связанный с туризмом», «относящийся к туристу».

ГЛАВА II
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА

§1. Тематическая характеристика современной русской терминологии международного туризма

Обобщение существующих в специальной научной литературе представлений об объеме понятия «международный туризм» позволяет нам предложить описание терминологической подсистемы туризма в русском языке новейшего периода как совокупности целого ряда тематических группировок, объединенных общностью семантики и функционального назначения.

Среди важнейших тематических групп исследуемой терминологии можно выделить следующие:

I. Наименования форм и видов международного туризма (напр., *образовательный туризм, экологический туризм, деловой туризм, религиозный туризм, экстремальный туризм, устойчивый туризм, гастрономический туризм, виртуальный туризм, е-туризм, интенсив-туризм, трансграничный туризм, паломнический тур, караванинг, тур-реализм* и др.).

Так, например, *экологический туризм (*или *экологически и социально ответственный туризм)* понимается в настоящее время как форма туризма, связанная с посещением незатронутых антропогенным воздействием природных территорий (Российский Журнал Экотуризма, 2011,

№1, с. 3); ответственное путешествие в природные зоны, области, сохраняющее окружающую среду и поддерживающее благосостояние местных жителей (Международная организация экотуризма, 1996): *Экологическим туризмом* можно заниматься целыми семьями, чтобы дети с малых лет осознали, что они не должны потребительски относиться к миру, в котором живут (http://rustur.ru).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

виртуальный туризм – это вид деятельности физических и юридических лиц, которые организуют или совершают виртуальные туры (ТГС, 2002);

трансграничный туризм – это вид туристической деятельности, в основе которой лежит развитие туристской инфраструктуры, организация и проведение маршрутов по трансграничной территории, являющийся важным механизмом развития международных отношений и укрепления экономического сотрудничества (СТ, 2008);

караванинг (эрвинг, RVing от англ. recriational vehicle) — автомобильный туризм, путешествие на автомобиле (БГТМТ, 2006);

*паломнический тур*изм - разновидность религиозного туризма, совершаемого верующими людьми разных конфессий по святым местам (СТ, 2008).

Ср. функционирование терминов в современном российском туристическом дискурсе: В туристической индустрии весьма востребованы *виртуальные туры* по коммерческим объектам: отелям, автосалонам, клубам, ресторанам (http://esperanto-plus.ru); Цель *трансграничного туризма* состоит не только в том, чтобы наслаждаться пейзажами, но и в том, чтобы…задуматься о взаимоотношениях с соседними странами (https://worldpics.pro); В Росии *караванинг*, автопутешествие с использованием прицепов-караванов или автодомов, в отличие от Запада, только начинает завоевывать своих сторонников (http://autocamper.ru);

Служба *паломнических туров* поможет выбрать подходящую поездку - монастыри и другие священные места в России и за рубежом (www.radonez.ru).

II. Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма.

В составе данной, наиболее обширной ТГ в новейший период развития русского языка присутствуют терминоединицы следующих тематических подгрупп:

1) обозначения понятий транспортного обеспечения сферы индустрии международного туризма и их особенностей (напр., *авиатариф, авиаперевозчик, чартерный рейс, регулярный рейс, хаб, круизный лайнер, шатл-сервис, скоростной суперэкспресс, тариф PEX/ APEX; турпакет «самолет / автомобиль», «поезд / автомобиль», автобус полутуристского класса, круизный лайнер третьего поколения, интер-райл, лоукостер, посадочный талон, обслуживание по формуле «евро-найт»* и др.).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

авиатариф - стоимость перевозки одного пассажира на самолете на определенное расстояние (БГТМТ, 2006);

плоский авиатариф — тариф с фиксированной ценой авиабилетов, которая не зависит от даты покупки и сезона, он действует в течении всего года (БГТМТ, 2006);

интер-райл - система проездных билетов на железнодорожном транспорте для проезда без ограничений на определенный срок (БГТМТ, 2006);

лоукостер - авиакомпания, предлагающая крайне низкую плату за проезд в обмен на отказ от большинства традиционных пассажирских услуг (СТ, 2008);

хаб - узловой аэропорт, имеющий высокий процент стыковочных рейсов (БГТМТ, 2006).

Ср. функционирование терминов в современном российском туристическом дискурсе: По *плоскому тарифу* осуществляют перевозки пассажиров авиакомпания «Аэрофлот» и его дочка — «Россия» (https://www.biletik.aero); Билет позволяет неограниченно передвигаться по железной дороге, и некоторым аналогом такого проездного документа может служить *интер-райл*» (http://guide.travel.ru); *Лоукост* – это новое направление в российском авиабизнесе, основная цель которого, снизить издержки и сделать перелеты дешевыми (https://loukosterov.ru/).

2) наименования системы размещения потребителей туристических услуг и их специфика (напр., *апарт-отель, бутик-отель, клуб-отель, конгресс-отель, бунгало*, *апартаменты, пансион, вилла, кабана, таймшерный отель, сьют, хостел, время освобождения номера, семейный номер, линия расположения гостиницы, номерной фонд, общественный/ частный пляж, паркинг, позднее прибытие* и др.).

Ср.: *апарт-отель* – это гостиница, номера в которой состоят из апартаментов, по оформлению приближенных к современным квартирам, где есть места для приготовления еды (ТГС, 2002): «…квартира *в апарт-отеле* – это нечто среднее между гостиничным номером и сдаваемыми в аренду апартаментами: вы имеете возможность чувствовать себя независимо, но в то же время можете рассчитывать на определенный уровень сервиса (https://touristas.academic.ru);

номер–апартамент - номер в гостинице, обеспечивающий возможность удобного размещения на продолжительный период (ТТС, 1999);

конгресс-отель - разновидность гостиницы бизнес-класса с залами для проведения конференций и собраний (ТГС, 2002): *Конгресс-отели* обладают развитой инфраструктурой: на их территории размещены бассейны, площадки для игр, тренажерные залы и др. (https://hotel-inn.ru/);

хостел - недорогая гостиница европейского формата (СМТТ, 2005): «В России открылось много *хостелов*, предлагающих для отдыхающих комфортные и бюджетные варианты размещения (http://comfitel.ru);

сьют – гостиничный номер повышенной комфортности и улучшенной планировки (БГТМТ, 2006): «Просторные *сьюты* со всеми удобствами подойдут для семейного отдыха и романтических выходных. Мраморная ванная и уголок для фитнеса с сауной позволят по-настоящему расслабиться (https://www.lungarnocollection.com);

кабана - отдельно стоящий домик на берегу или пляже (БГТМТ, 2006).

бунгало - одноэтажный дом для одной семьи, часто с плоской крышей и обширной верандой (СТ, 2008): Великолепный комплекс *бунгало*, проживание в которых гарантирует гостям незабываемые впечатления, размещен на морском берегу (https://www.ayurtour.ru); ср.: *водное бунга*ло - тип отельного здания, характерный для островных и пляжных курортных регионов, предоставляющий романтический отдых в связи с природой (как правило, размещается на сваях непосредственно в воде, вблизи берега (http://actravel.ru/).

3) наименования явлений и понятий из сферы питания субъектов международных туров (напр., *английский завтрак, континентальный завтрак, полный пансион, полупансион, размещение без питания, европейский план, дьюти-фри, мини-бар, обслуживание «а ля карт», меню «а парт», табльдот, кейтеринг, лобби-бар, снек-бар* и др.).

Ср.: *дьюти-фри* - магазин беспошлинной торговли (СМТТ, 2005): «Д*ьюти-фри* - это синоним выгодной покупки: расположение таких магазинов на территориях аэропорта избавляет их от оплаты пошлин, отчего позволяет предложить дорогие бренды по низким ценам (https://34travel.com);

лобби-бар – бар, расположенный на первом этаже гостиницы, недалеко от стойки администратора (СТ, 2008); «В уютном *лобби-баре* Вы всегда можете приятно отдохнуть, почитать свежую прессу, провести деловую встречу или насладиться чашечкой ароматного кофе» (https://hotelvidgof.ru);

меню «а парт» - метод обслуживания гостя, который предполагает обслуживание по предварительному заказу в установленный промежуток времени; часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах (СТ, 2008): «Мы предложим вам свой вариант меню (*а ля карт, а парт*), внимательно выслушаем и аккуратно выполним ваши пожелания» (https://amici-grandhotel.ru);

табльдот – метод обслуживания гостей в одно и то же время и по одному и тому же меню (СТ, 2008): «Метод т*абльдот* помогает ускорить обслуживание гостей: вначале на сервированные столы ставят напитки, хлеб, булочки, холодные закуски раскладывают на тарелки маленькими порциями, остальные блюда подают по-европейски (www.new-hotel.ru);

американский завтрак - завтрак, включающий обычно мюсли, булочки, яйца, нарезки сыров и/или колбасы, сосиски, блинчики, омлет (БГТМТ, 2006);

английский завтрак - завтрак, включающий сок, яичницу с ветчиной, тосты, масло, джем и кофе или чай (БГТМТ, 2006);

континентальный завтрак - легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, сока, булочки, масла и джема (БГТМТ, 2006);

кейтеринг – выездное обслуживание клиентов (БГТМТ, 2006);

*снэк-бар (снек-ба*р) - маленькое кафе, предлагающее выбор закусок (СТ, 2008).

4) обозначения понятий информационно-экскурсионного обеспечения международного туризма (напр., *достопримечательности, экскурсия, досуговая анимация, гостиничная анимация, анимационный туристский маршрут, американская рулетка, тематический парк, Диснейленд, океанариум, зоопарк, аквапарк* и др.):

авкапарк - водный парк с аттракционами, водяными горками, бассейнами (СТ, 2008): *Аквапарки* в России появились на рубеже XX-XXI вв. Аквапарк в настоящее время – это огромный развлекательный комплекс с

различными горками и водными аттракционами, SPA-зонами и ресторанами. Здесь можно позаниматься спортом или отдохнуть (http://akva-gid.ru/);

гостиничная анимация - организация досуга в гостинице/ отеле (ТГС, 2002): *Гостиничная анимация* предоставляет отдыхающим множество разнообразных возможностей для комфортного отдыха (http://www.arfa-hotel.ru);

тематический парк – центр отдыха и развлечений, размещённых на одной территории (СТ, 2008): *Тематические парки* в современном мире — излюбленное место отдыха семей с детьми, поклонников экстремальных аттракционов и тех, кто хочет поднять себе настроение, забыв о серых буднях (https://www.tourister.ru).

5) наименования явлений сферы документального обеспечения (напр., *агентский договор, туристский ваучер, таможенная декларация, дорожные чеки, карта прибытия, комбинированный билет, виза, предвиза, туристичсекий сертификат, подарочный туристический сертификат, посадочный талон, виза, шенгенская виза* и д.):

комбинированный билет - билет на поездку с использованием нескольких транспортных средств (например, самолет-поезд, поезд-автобус и т.д.) (СМТТ, 2005): Идея по продаже *комбинированных билетов* «поезд-самолет», которая используется в европейских странах, нашла применение и у нас, в России (https://www.kids-in-trips.ru);

предвиза, или провиза, – упрощенная виза, которая выдается в течение одного рабочего дня в электронном виде (СТ, 2008): «Въезд в некоторые страны возможен при наличии *предвизы*, оформленной онлайн» (www.asiavc.ru);

подарочный туристический сертификат - официальный подарочный документ, удостоверяющий права владельца на туристические услуги (СТ, 2008);

карта прибытия - бланк, заполняемый туристом по прибытии в другую страну и предъявляемый на пограничном контрольно-пропускном пункте (БГТМТ, 2006);

шенгенская виза - единая виза, которая дает возможность беспрепятственно передвигаться по территории стран Шенгенского соглашения в течение срока действия визы (СМТТ, 2005): Теперь благодаря *шенгенской визе* не нужно получать множество различных виз для посещения большого количества стран (из газ.);

посадочный талон - карточка, выдаваемая пассажирам на воздушных и морских линиях, которую они обязаны сдать контрольной службе при посадке (БГТМТ, 2006).

III. Обозначения организаторов и участников туристической деятельности:

а) номинации субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма (напр., *отельный гид*, *дайв-гид*, *туроператор, турагент, фирма-турагент, туристическая фирма, туристическое агентство, принимающая сторона*, *ресепшн, турброкер, менеджер-аниматор, исполнитель туристских услуг, контрагент, менеджер по туризму, супервайзер бюро путешествий и экскурсий, методист –экскурсовод, гостиничная корпорация* и др.).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

принимающая сторона — организация, принимающая туристов, прибывших в место отдыха (СМТТ, 2005);

рецепшн - зал в отеле для приема, регистрации и оформления гостей, а также выполнения различного вида поручений гостей отеля (СМТТ, 2005);

менеджмер туризма - специалист, обеспечивающий разработку туров и организацию туристского обслуживания на туристских маршрутах (ТТС, 1999); ср. также: *менеджер по туризму* - специалист, занимающийся

организацией, планированием и проведением туристических поездок клиентов (ТГС, 2002);

дайв-гид – дайвер–инструктор, который проводит подводную экскурсию (СТ, 2008).

Ср. функционирование терминов в современном российском туристическом дискурсе: «При размещении иностранного гражданина в гостинице, *принимающей стороной* для него является администрация гостиницы» (https://www.sunmar.ru/info-pamyatki/); Слово *ресепшн* означает административную зону, или зону регистрации, которая включает стойку ресепшн и приёмную зону. Главная обязанность работников ресепшена - встречать постояльцев и заботиться об их размещении (http://hotelpedia.ru); Требования к менеджеру по туризму: коммуникабельность, высочайшая стрессоустойчивость, способность в краткие сроки решать непредвиденные проблемы, не выбиваясь при этом из графика работ (http://actravel.ru); *Дайв-гид* проводит планирование дайва и дает наставления перед погружением. Он знает, где и когда наиболее высок шанс увидеть акул где найти течение или как его избежать, а также куда вести новичков и опытных дайверов (http://actravel.ru).

б) именования потребителей туристических услуг [напр., *турист, индивидуальный турист*, *дайвер*, *экотурист*, *круизный пассажир, караванер, skipper; FIT-турист* (англ. Foreign Independent Traveler «иностранный независимый путешественник»), *пассажир бизнес-класса* и др.].

Ср.:

экотурист – тот, кто занимается экологическим туризмом: наблюдением за природными объектами и явлениями и общением с природой (СТ, 2008): Местом паломничества *экотуристов* давно стал Алтай, где горы и хвойные леса, безмятежные озера и бурные горные реки поражают первозданной красотой (http://rustur.ru/); Если вы любите путешествовать, но хотели бы оставить после себя след первооткрывателя, а

не «углеродный след», тогда воспользуйтесь правилами *экотуриста* (https://lifehacker.ru);

караванер – тот, кто путешествует на караване (СТ, 2008): Имея прицеп-дачу, можно планировать поездку в любое государство; при этом затраты на отдых в стиле *караванеров* приравниваются к путешествиям по России (Автокемпер, 2008, №2, с.23);

skipper - гость, который уехал, оставив неоплаченный чек (БГТМТ, 2006);

FIT-турист – индивидуальный турист (БГТМТ, 2006): Услуга бронирования билетов в театры, на концерты и спортивные события значительно расширяет границы возможностей потенциального *FIT – туриста* (www.interpares.ru);

дайвер - аквалангист, человек совершающий погружения с аквалангом (СТ, 2008).

IV. Наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика.

В составе данной ТГ присутствуют словесные знаки, относящиеся к подгруппам:

1) номинации основных мероприятий и предоставляемых услуг в сфере международного туризма [напр., *чартерная цепочка, конгресс-тур, шуб-тур, пэкидж-тур, групповой инклюзивный тур, рекламник (ознакомительный тур), треккинг, тюбинг, яхтинг, дайв-сафари, фотосафари, предрегистрация, трансфер, все включено (англ. all-*inclusive) и др.];

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

чартерная цепь (чартерная цепочка) - вид чартера, при котором фрахтуемый самолет прибывает в пункт начала чартерных перевозок и из этого пункта совершает чартерные рейсы в один или несколько пунктов назначения по схеме «туда-обратно» (БГТМТ, 2006);

рекламник – жарг.; рекламный, ознакомительный тур (СТ, 2008);

дайв-сафари (дайвинг-сафари, дайвинг сафари) - сафари, организованное с целью посещения удалённых от берега и/или портов мест для погружений (БГТМТ, 206);

дейли-дайвинг, или дневной дайвинг, – вариант пакета погружений состоящих, как правило, из двух дайвов, в которых достижение мест погружений осуществляется за счет доставки дайвера с берега (в ластах), на моторной лодке или на корабле (СТ, 2008);

тюбинг - катание с горы на автомобильных камерах (СТ, 2008);

пэкидж-тур (пакетный тур) - тур, включающий в себя не менее двух туристских услуг (БГТМТ, 2006);

треккинг - пешие походы по пересеченной местности (БГТМТ, 2006).

Ср. функционирование терминов в современном российском туристическом дискурсе: Выполнение *чартерной цепочки* предполагает, что у туристов при отправлении на отдых должен быть на руках выписанный обратный билет (https://profi.travel); Поездка в *рекламный тур* - это отличная возможность оценить...Мы подобрали для вас самые лучшие *рекламники* этого года! (https://r-express.ru); Если вы тот, для кого *дайв- сафари* - это новое, раньше вы ныряли только в режиме дейли-дайвинга. Тогда эта информация будет вам полезна (http://www.chocolate-tour.ru); Одно из преимуществ *дэйли-дайвинга* - это то, что клиент проживает в отеле и может в полной мере насладиться колоритом страны (https://opensea.ru).

2) названия технологий, приемов и методов по формированию, продвижению и реализации туристического продукта (напр., *продвижение комплексных туристских услуг, туристский маркетинг, менеджмент туризма, менеджмент гостеприимства, менеджмент туроперейтинга, тур-менеджмент, туристика, туринформатика, диверсификация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, система*

низкобюджетных авиационных пассажирских перевозок, финансовый лизинг и др.).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

продвижение туристского продукта - комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (БГТМТ, 2006);

туристический маркетинг — система непрерывно предлагаемых услуг на рынке отдыха с целью получения прибыли туристическим предприятием и удовлетворения потребностей его клиентов (БГТМТ, 2006);

маркетинг курорта - маркетинг мест отдыха в рамках всей страны или региона, объединяющий систему средств изучения рынка и методов рекламы в борьбе за клиентов, которые имеют широкий выбор мест отдыха (ТТС, 1999);

диверсификация туристского продукта - создание большого разнообразия туров, удовлетворяющих потребности даже самых небольших рыночных сегментов (СТ, 2008);

тур-менеджмент - специализированный раздел менеджмента туризма, целью которого является организация оптовой торговли турами и розничных продаж (ТТС, 1999);

менеджмент гостеприимства - часть менеджмента туризма, обеспечивающая целостность процесса обслуживания туристов (ТТС, 1999);

менеджмент туроперейтинга - система мероприятий, направленных на решение вопросов управления деятельностью туроператоров в туристском бизнесе и отношений туроператоров с производителями туристских услуг, турагентами и туристами (ТТС, 1999).

3) обозначения особенностей деятельности туроператоров и турагентов (напр., *аннуляция тура, подтверждение бронирования, двойное бронирование, оформление загранпаспорта, заключение договоров медицинского страхования, туристская услуга, остановка продаж тура,*

сервисное обслуживание с помощью компаний ассистанс, туристическая выставка, трансфер, встреча и проводы и др.):

аннуляция тура - расторжение туристской организацией договора при наличии форс-мажорных обстоятельств, препятствующих осуществлению тура или предоставлению услуг (ТТС, 1999);

двойное бронирование - подтверждение бронирования дополнительным группам или индивидуальным туристам (ТТС, 1999);

выставка туристическая - маркетинговое туристское мероприятие, связанное с демонстрацией туроператорами нового туристского продукта (ТТС, 1999);

остановка продаж – отсутствие свободных номеров в отеле по квоте, которую выделил отель туроператору (ТТС, 1999);

туристская услуга - результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению туристских потребностей туристов (БГТМТ, 2006);

трансфер - перевозка туриста внутри туристского центра (СТ, 2008);

встреча и проводы - в туризме: набор услуг, предоставляемых туристам при их доставке от железнодорожного вокзала, из аэропорта или морского порта в гостиницу и обратно (БГТМТ, 2006).

V. Наименования ресурсов международного туризма:

а) наименования природно-климатических ресурсов (напр., *низкий сезон, мёртвый сезон, пик сезона, сезонность, талассотерапия, ландшафтотерапия, климатотерапия, ривьера, фьорды, шхеры, национальный парк, заповедник, термальные воды, бальнеологический курорт* и др.).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

пик сезона - период наибольшей загруженности места отдыха, характеризующийся максимально высокими ценами (БГТМТ, 2006);

*мёртвый се*зон - период наименьшей посещаемости туристами определенного региона (СТ, 2008);

талассотерапия - оздоровительные процедуры с использованием свойств морской воды и водорослей (БГТМТ, 2006);

бальнеологический курорт - лечение и восстановление организма с помощью водных процедур (СТ, 2008): «Отдых на *бальнеологических курортах* давно и заслуженно пользуется популярностью. Приехать на лечебный курорт – это всегда приятно и полезно, ведь в этом случае можно совместить отдых с полезными лечебными процедурами» (http://travel.vesti.ru);

климатотерапия - использование климато-погодных факторов в лечебных и профилактических целях (СМТТ, 2005): *Климатотерапия* можно считать разновидностью оздоровительного туризма. Известно, что климат оказывает на человеческий организм положительное воздействие (http://the-portal.ru).

б) наименования историко-культурных ресурсов (напр., *пирамида, памятник*, *карнавал, музейная программа* и др.),

в) наименования социально-экономических ресурсов (напр., *инвестиции, создание особых экономических зон, высокий порог вхождения в индустрию международного туризма* и др.),

г) наименования информационных ресурсов (напр., *компьютерная система бронирования, бронирование в режиме «он-лайн»*, *е-путешествие, динамический прайс-лист; 3D регистрация на рейс; 3D модели отелей; интерактивная карта полетов; сенсорные терминалы самообслуживания* и др.).

Как показал нализ фактического материала, большая часть терминов данной тематической подгруппы не получила фиксации в существующих туристических словарях, что объясняется весьма высоким уровнем их новизны.

Ср. определения терминов данной группы, представленные в публицистическом дискурсе новейшего периода:

3D регистрация на рейс - система выбора места на борту самолета с момента выписки билета непосредственно на сайте туроператора (https://www.bg.market);

интерактивная карта полетов - карта, показывающая онлайн - движение самолетов. Такая интерактивная карта позволяет самостоятельно следить за рейсом в реальном времени, при этом можно ее масштабировать и следить за движением самолета в онлайн-режиме (http://www.kassodrom.ru).

3D модель отеля – интернет-операция, позволяющая самостоятельно выбрать отель, номер и необходимые услуги (https://www.librahospitality.com);

динамический прайс-лист - прайс-лист, в котором отображается реальная стоимость тура с учетом спроса и наличия мест в данный момент (http://bstur.ru/searchtur/).

VI. Обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма (напр., *лицензирование, сертификация туристского продукта, договор комиссии, договор фрахтования, договор перевозки пассажира, страхование отпусков и поездок, финансирование, налоговое регулирование, федеральный закон, целевая программа* и др.).

Ср. дефиниции терминов данной группы, представленные в специальных словарях новейшего периода:

договор комиссии – туристкий договор, согласно которому одна сторона обязуется по поручению другой стороны совершить одну или несколько сделок (ТТС, 1999);

договор перевозки пассажира - договор между туроператором и перевозчиком, согласно которому перевозчик обязуется перевезти пассажира и его багаж в пункт назначения (ТТС, 1999);

договор фрахтования – 1) документ, определяющий сроки и условия найма морского или воздушного судна; 2) договор, по которому одна сторона обязуется предоставить другой стороне за плату транспортное средство для перевозки пассажиров и багажа (ТТС, 1999);

страхование отпусков и поездок - страхование, предусматривающее разнообразные риски, которые могут возникнуть в период отпуска (ТТС, 1999);

Безусловно, перечисленные ТГ терминологии международного туризма являются весьма различными по наполнению и степени значимости, а также по характеру составляющих их терминологических единиц.

§ 2. Структурно-грамматическая характеристика Современной русской терминологии международного туризма

Как показал анализ фактического материала, термины международного туризма с точки зрения структурно-грамматических особенностей могут быть представлены терминами-словами и терминологическими словосочетаниями (или квазитерминами) (см., напр.: Федорченко, 2004, с. 18; Гринев-Гриневич, 2008, с. 45; Загоровская, 2016 и др.).

Термины-слова анализируемой сферы представлены непроизводными (напр., *тур, отель, сезон, круиз, курорт* и т.п.), производными (напр., *турист, туристика, туристический, межсезонье, круизный, курортный, курортология* и т.п.) и сложными (напр., *турагент, турпакет, инклюзив-тур, апарт-отель* и т.п.) номинациями. К этому структурному типу следует относить также термины-аббревиатуры. Для терминологии международного туризма характерны как русские: *АТОР* (Ассоциация туроператоров России), так и иноязычные аббревиатуры, которые полностью заимствованы из английского языка с сохранением латинской графики: *ARR* (прибытие), *DEP*

(отбытие, вылет), *CIT* (чартерный инклюзив-тур), *FIT* (тур, включающий полет). Такие аббревиатуры призваны обслуживать оперативную деятельность в международном туризме. Аббревиатурные сокращения организаций и объединений в туризме могут функционировать в специализированных текстах в двойном написании – кириллическом и латинском: *ВТО* (Всемирная Туристская Организация) и *WTO*.

Исследования в области терминологии подтверждают тот факт, что сформированная терминологическая система любой области знаний содержит около 70% терминов-словосочетаний (многокомпонентных терминов) (Гринев, 1993; Казачкова, Куманин, 2001 и др.).

Многокомпонентные термины в современной русской терминосистеме международного туризма могут быть двухсловными, трехсловными и многословными (состоящими из четырех и более компонентов).

Двухкомпонентные (двухсловные) термины-словосочетания представлены субстантивными терминологическими единицами, построенными по следующим грамматическими моделями:

1) Сущ. + Прил. (ср., например, *мрачный туризм, деловой туризм; единый билет, багажная квитанция, посадочный талон, чартерный рейс, туристская индустрия* и др.).

Ср. также: *полный тариф* – объявленная максимальная цена перевозки пассажиров и их багажа (СМТТ); *багажная квитанция* – официальный документ, подтверждающий взятие авиакомпанией на себя перевозку багажа пассажира и выдачу его по окончании перевозки (СМТТ); *единый билет* - система перевозки автобусом и паромом (СМТТ);

2) Сущ. (в именительном падеже) + Сущ. (в косвенном падеже (ср., например, термины *индустрия туризма*, *стойка администратора, лист ожидания, тарифы авиабилетов, дата прибытия* и др.).

Ср. также: *карточка прибытия* – специальный бланк, заполняемый пассажиром, прибывающим в другую страну и сдаваемый на контрольно-пограничном посту (СМТТ); *перевес багажа* – излишки багажа сверх

установленного авиакомпанией предела, перевозка которых оплачивается пассажиром дополнительно (СМТТ); *категория отеля* — оценка уровня отеля, основанная на комплексе требований к зданиям, материально-техническому оборудованию, качеству предоставляемых услуг и уровню обслуживания (СМТТ); *пик сезона* — период наибольшей загруженности места отдыха (СМТТ).

Встречаются также в исследуемой сфере термины-словосочетания, построенные по модели Сущ. + Предлог + Сущ. (напр., *страхование в туризме, договор с туристом, заявка на бронирование, обслуживание в номере, тур за покупками* и др.).

Преобладание именных терминов - словосочетаний над глагольными в терминологии международного туризма обусловлено, по мнению целого ряда исследователей, тем, что они обладают наиболее отчетливыми систематизирующими свойствами (Даниленко, 1977) и принципиальной способностью заполнять гипонимические позиции в терминологических микросистемах (Боянова, 2009).

Помимо субстантивных терминов сферы туризма отмечаются также глагольные номинации (напр., *делать пересадку, доставить туристов, заплатить по счету* и др.).

Двухкомпонентные термины-словосочетания могут быть сведены к двум основным разновидностям – свободные и несвободные.

В свободных словосочетаниях каждый из компонентов является термином или мотивирован термином, и их компоненты могут вступать в двустороннюю связь (напр., *индустрия гостеприимства, индустрия туризма, менеджмент туризма, менеджмент туроперейтинга, маркетинг туризма* и др.).

Ср.: *индустрия гостеприимства* — разновидность туристического обслуживания, которая опирается на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям (БГТМТ); *менеджмент туроперейтинга* – система мероприятий,

направленных на решение вопросов управления деятельностью туроператоров в туристском бизнесе и отношений туроператоров с производителями туристских услуг, посредниками и потребителями туристского продукта (СТ); *менеджер туризма* – специалист, обеспечивающий разработку туров и организацию туристского обслуживания на туристских маршрутах (СТ).

В несвободных словосочетаниях все компоненты или один из них могут быть нетерминами (напр., *выездной туризм, тур на лечение, мертвый сезон, цепь отелей* и др.).

Ср.: *мёртвый сезон* — период наименьшей посещаемости туристами определенного региона (СМТТ); *цепь (цепочка) отелей* — группа отелей, осуществляющих коллективный бизнес (СМТТ); *выездной туризм* – деятельность жителей какой-либо страны, путешествующих по территории другой страны (СТ).

Некоторые исследователи среди терминов-словосочетаний выделяют третий структурный тип терминологических номинаций – символо-слова (ср.: Даниленко, 1977; Боянова, 2009 и др.), в состав которых входят те или иные символы (графические знаки или цифры) (напр., *гостиница «три звезды»* и др.).

Исследования показали, что двухкомпонентное именное словосочетание является наиболее распространенным видом составных терминов сферы международного туризма. Подобные термины состоят из сочетания имени существительного в именительном падеже в качестве главного компонента и имени прилагательного в качестве зависимого слова. Менее распространенными являются термины - словосочетания с причастием настоящего времени в роли препозитивного определения, которые становятся носителями не процессуального (временного), а, скорее, видового признака определяемого существительного (напр., *взаимодополняющие программы, принимающая сторона* и др.).

Среди составных терминов выявлена также модель с числительным в роли определяющего элемента (напр., *первый класс, второй класс, третий класс; первая линия, вторая линия* и др.).

Трехсловные (трехкомпонентные) термины-словосочетания исследуемой сферы строятся на основных видах синтаксической связи – согласования и управления (напр., *мотивация туристской деятельности, средства размещения в туризме* и др.), однако возможна и сочинительная связь между двумя компонентами составного термина (напр., *система бронированияи резервирования, время игр и развлечений, зона отдыха и сервиса, оплата проживания и питания, разрешение на въезд и выезд* и др.).

Среди продуктивных моделей образования трехсловных терминов международного туризма выделяются следующие:

1) Сущ. + Прил. + Сущ. (напр., *туроператоры внешнего рынка, продвижение туристского продукта, владение клубным отдыхом, загрузка номерного фонда, тур выходного дня, пакет туристических услуг, потребитель туристской услуги*и др.).

Ср. также: *программа туристского путешествия* – программа мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на маршруте с целью их осмотра, питания и др. (СМТТ); *отель длительного проживания* – отель, предназначенный для гостей, которые планирует остановиться в отеле дольше, чем на несколько суток (СГТ); *туризм стихийных бедствий* –разновидность туризма, которая предусматривает перемещение до мест, которые связаны со смертью и страданиями (СМТТ); *продвижение туристского продукта* - меры, направленные на реализацию турпродукта (СМТТ); *мощность номерного фонда* – общее количество номеро-дней в году в отеле (СМТТ); *потребитель туристской услуги* – турист, имеющий намерение приобрести либо приобретающий туристские услуги для личных нужд (КСТТ).

2) Прил. + Сущ. + Сущ. (напр., *бонусная программа авиакомпании, клубная система отдыха, лицензируемый вид турдеятельности, максимальная вместимость апартаментов* и др.).

Ср. также: *бонусная программа авиакомпании* – программа лояльности для клиентов авиакомпании, поощряющая часто летающих пассажиров пользоваться услугами именно данной авиакомпании (СМТТ); *клубная система отдыха* — система, в которой отдыхающие являются членами того или иного клуба (СМТТ); *максимальная вместимость апартаментов* – максимальное количество гостей, которое способны вместить апартаменты (СМТТ).

3) Прил. + Прил. + Сущ. (напр., *туристская информационная система, автомобильный транзитный туризм, замкнутый круговой маршрут, международные гостиничные правила, групповой инклюзивный тур, выездное ресторанное обслуживание* и др.).

Ср. также: *групповой льготный тариф* – тариф со скидкой, применяемый транспортным предприятием при перевозке группы пассажиров (СМТТ), *модифицированный американский план* — метод расчета стоимости проживания, в соответствии с которым в стоимость включен номер и двухразовое питание (обычно завтрак и обед или завтрак и ужин) (СМТТ); *конфиденциальный туроператорский каталог* – официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание предлагаемого туроператором турпродукта (КСТТ); *международные гостиничные правила* – международный нормативный документ, в котором определены принципы взаимоотношений туриста и гостиницы (КСТТ); *международный туристский ваучер* – система, в которой документ для оплаты является частью ваучером и по сути является его частью (СМТТ).

Встречаются также модели:

- «Сущ.+ Предлог + Прил.+ Сущ.» (напр., *доплата за одноместное размещение, расходы на выездной туризм, заказ на туристскую услугу,*

договор о туристском обслуживании, размещение с полным пансионом, отель с пониженной комфортностью, право на клубный отдых и др.),

Ср.: *размещение с полным пансионом* – размещение в гостинице, в стоимость которого входит трехразовое питание (СМТТ; КСТТ); *расходы на выездной туризм* - расходы, которые несет турист при подготовке и в ходе выездного путешествия, а также во время пребывания в пункте назначения (КСТТ).

-«Сущ. + Сущ. + Сущ.» (напр., *время высвобождения номера, паспорт средства размещения, период остановки продаж, дата снятия брони, линия расположения гостиницы, повышение категории обслуживания, коэффициент загрузки транспорта* и др.),

Ср.: *период остановки продаж* – период остановки оказания услуг исполнителем по категории номеров на определенные даты (СТМТ), *порядок оплаты заказа* - порядок расчетов, производимых туроператором со средством размещения, который включает полный или частичный авансовый платеж (СТМТ),

- «Сущ. + Предлог + Сущ. + Сущ.» (напр., *тур в сопровождении гида, тур на место катастрофы, заявка на получение визы, заявление о миссии гостиницы* и др.).

Ср.: *тур в сопровождении гида* – туристическая поездка по определенному маршруту в сопровождении гида (СТМТ), *заявление о миссии гостиницы* – документ, в котором четко выражены цели компании (СМТТ).

Как показало исследование, в терминологии международного туризма самой активной моделью образования составных терминов является сочетание собственного термина с именем прилагательным нетерминологического генезиса (напр., *туристский продукт + морской, горный, приозерный; детский, молодежный* и др.).

Реже встречаются также конструкции, состоящие из беспредложного употребления цепи имен существительных (напр., *классификациясредств размещения, система владения отдыхом* и др.).

Помимо субстантивных, среди трехкомпонентных терминов сферы международного туризма отмечаются также глагольные номинации. Ср.: «…терминологическую семантическую нагрузку могут нести и глаголы, мотивированные термином-существительным именем» (см.: Даниленко, 1977) (напр., *путешествовать туристическим классом, бронировать номер в гостинице* и др.).

Как уже отмечалось, термины - словосочетания в терминологии международного туризма могут быть многословными (состоящими из четырех и более компонентов) (напр., *система владения клубным отдыхом, лицензирование международной туристской деятельности, автоматизированная информационная туристская система, претензии к качеству туристского продукта, правила предоставления гостиничных услуг, кодекс отношений между гостиницами и туроператорами, продажа услуг средства размещения по запросу, бронирование гостиничных услуг на договорных условиях, оплата по факту оказания услуг, таблица по снижению цен на поездки* и др.).

Ср.: *кодекс отношений между гостиницами и туроператорами* – нормативный документ о принципах взаимоотношений между гостиницами и туроператорами (СМТТ); *бронирование гостиничных услуг на договорных условиях* – вид сотрудничества средства размещения с туроператорами, турагентами и клиентами на основе заключения договоров (СМТТ).

В специализированных текстах многокомпонентные термины употребляются обычно в усеченном виде (напр., *владение отдыхом/ клубный отдых* вместо *система владения клубным отдыхом* и др.) или в виде аббревиатур (напр., *АСУР* вместо *автоматизированная системауправления и резервирования мест* и др.).

Следует подчеркнуть, что термины-слова и термины-словосочетания с функциональной точки зрения, несомненно, должны рассматриваться как единый знак единого понятия, как одноуровневые единицы номинации (Боянова, 2009).

Безусловно, имена существительные в силу своих категориальных и синтаксических особенностей, связанных с предметностью семантики и абсолютностью употребления, составляют ядро любой отраслевой терминологии. В широком смысле слова единственным лексико-грамматическим средством, выражающим научно-техническое понятие о предметах, качествах, действиях, в терминологии являются имена существительные (Щеглова, 1968). По мнению В.П. Даниленко, опорной категорией терминологии с точки зрения частей речи является имя существительное, которое подчеркивает статический элемент словарного состава, постоянную его сущность (Даниленко, 1977).

Второй по значимости грамматической категорией терминологии международного туризма является имя прилагательное, которое может выступать только в роли терминоэлемента составного термина. Как грамматически зависимый компонент в адъективных терминологических словосочетаниях, имя прилагательное может брать на себя семантическую нагрузку номинанта.

В тех случаях, когда грамматически опорным словом является общенаучный термин или слово общелитературного языка, имя прилагательное выступает в роли семантического конкретизатора, создавая на основе термина (*турист, агент, анимация*) собственный термин (напр., *предприятие туристское, соглашение агентское, программа анимационная* и др.).

В роли терминокомпонентов могут также выступать общелитературные имена прилагательные, не мотивированные собственными терминами (напр., *туризм познавательный, оздоровительный, паломнический* и др.), которые реализуют несвободную сочетаемость. Вторым компонентом подобного термина-словосочетания выступает обычно собственный термин (напр., *лечебный тур, мертвый сезон* и др.). Подобные «терминологизированные» имена прилагательные утрачивают семантику качественности или отношения и приобретают квалификативную семантику,

уточняя и сужая семантику нового термина в направлении родо-видовой конкретизации (Боянова, 2009).

В современной русской терминологии международного туризма можно выделить также термины, представленные грамматической категорией наречия (напр., по *образцу, по запросу, спина к спине, в один конец, в рассрочку* и др.). Ср.: *спина к спине* – система заполнения отеля, исключающая незаполненность номеров (СМТТ); *платеж в рассрочку* (БГТМТ, с.167).

Как видно, полилексемность (многокомпонентность) является своеобразной структурной особенностью большей части терминов международного туризма. Отмеченный факт позволяет сделать вывод о том, что терминосистема международного туризма находится в стадии формирования.

Большое количество терминов-словосочетаний связано с ускорением процесса специализации туристских терминов, формированием иерархиии структуры терминосистемы, закреплением деривационных отношений между терминами.

§3. Типологические особенности современной русской терминологии международного туризма

Проведенные исследования позволяют утверждать, что терминологические единицы международного туризма в современном русском языке оказываются различными по ряду оснований: 1) по типу терминологического наименования, 2) по времени возникновения и хронологическому статусу; 3) по семантической структуре; 4) по степени сформированности и адаптации в русском языке (Загоровская, Алькудах, 2016).

<u>По типу терминологического наименования</u> терминоединицы международного туризма представлены в новейший период развития

русского языка общенаучными, межнаучными и специальными терминами.

Общенаучные термины относятся ко многим научным областям и соотносятся с объектами, процессами, свойствами в разных научных сферах и представляют собой номинации, обозначающие специальные понятия широкого профиля (Даниленко, 1977, с. 19; Загоровская, Данькова, 2011, с. 38). Ср. общенаучные терминоединицы, представленные именами существительными, глаголами, именами прилагательными и причастиями: *изучение, рассмотрение, применение, подход, метод, система, структура, элемент; направлять, исследовать; системный; принятый, утвержденный* и др., которые в научных текстах получают закрепленные специальные значения (Лобанова, 1984, с.52).

Межнаучные термины являются специальными номинациями и функционируют, как правило, в нескольких смежных терминологических системах. Ср. межнаучные терминоединицы, представленные в терминологии международного туризма новейшего периода весьма значительным количеством языковых знаков, среди которых нами отмечены имена существительные и прилагательные (напр., *чартер, авиарейс, виза, дисконт, спа, кеш, шенген, чекин, VIP-клиент; онлайновый*, *дисконтный* и др.), а также устойчивые сочетания (напр., *чартерный рейс, шенгенская виза, континентальный план, коэффициент загрузки в гостинице* и др.). Подобные межнаучные термины активно функционируют в терминологических сферах, не связанных ранее с международным туризмом, что объясняется особенностями современного развития индустрии туризма: термины *VIP-клиент, чекин, континентальный план, коэффициент загрузки в гостинице* – в сфере гостиничного бизнеса; термины *дисконт, дисконтный, кеш* – в сфере экономики и финансов; термин *онлайновый* – в сфере информационно-компьютерных технологий; термины *виза, шенгенская виза* – в сфере международных отношений; номинации *спа, ароматерапия* - в сфере

косметологии и медицины; термины *чартерный рейс, авиарейс* – в сфере транспорта.

Индустрия туризма в настоящее время включает в себя реалии самых разных тематических сфер: экономики и финансов, строительства и архитектуры, гостиничного бизнеса, спорта, медицины, психологии, образования и культуры, политики, международных отношений, криминала, моды, развлечений, национальных обычаев и традиций, религии и др. (Загоровская, Алькудах, 2016).

Словарные статьи терминологических словарей, дающие определения межнаучных терминов международного туризма, подтверждают отмеченный факт: Ср.: в*иза* – специальное разрешение соответствующих органов иностранного правительства - официальная отметка в загранпаспорте, дающая право въезда, выезда, проживания или проезда через территорию определенного государства (СМТТ); *шенгенская виза* – *в*иза, дающая право на въезд в какую-либо страну Шенгенской зоны (СМТТ); *коэффициент загрузки гостиницы* - показатель работы гостиницы, определяющий ее рентабельность (СМТТ); *континентальный план* -метод расчета стоимости проживания, по которому в цену включен номер и континентальный завтрак (БГТТ); *чартерный рейс* – это рейс, который проходит по заказу туроператора на основе договора между ним и авиакомпанией (БГТМТ).

Следует отметить, что современные специальные лексикографические издания весьма неоднозначны в аспекте предложенных толкований межнаучных терминов международного туризма и нередко различаются даже с точки зрения представления семантической структуры термина и разграничения его отдельных лексико-семантических вариантов (Загоровская, Алькудах, 2016).

Ср., напр.: *континентальный план* – размещение в отеле с легким…завтраком, включенным в стоимость номера (БГТМТ); *континентальный план* – метод расчета стоимости проживания, по которому в цену включен номер и континентальный завтрак (СМТТ);

чартер - договор между владельцами транспортного средства и нанимателем на аренду всего транспортного средства или его части на определённый рейс или срок (БГТМТ); *чартер* - авиарейс, места на котором выкупает посредник, поэтому авиабилеты на подобный перелет доступны лишь на момент регистрации рейса (СМТТ).

Ср. также: *чек-ин (англ. chek-in)*- 1) регистрация пассажиров и багажа в аэропорту; 2) регистрация, включающая таможенный и пограничный контроль, иногда занимает весьма значительное время *(*БГТМТ)*; чекин (чек-ин)*- процедура регистрации при приезде в отель (СМТТ)

Специальные (узкоспециальные) термины, служащие для обозначения специфических для той или иной научной области реалий, явлений и понятий, формируют наиболее значительную в количественном отношении группу терминоединиц тематической сферы международного туризма. Как показывает анализ фактического материала, узкоспециальные термины представлены во всех тематических группах терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода (о тематических группах см.: Глава II § 1 п.1.1.).

К узкоспециальным терминам исследуемой в диссертационном сочинении сферы, на наш взгляд, относятся следующие терминологические слова и словосочетания: *караваннинг* в значении «автотуризм с проживанием в автофургонах» (СМТТ), *трансфер* в значении «сопровождение туриста до места отдыха представителем турфирмы» (СМТТ*), тревел-карта* в значении «кредитная карта для путешествий» (СМТТ); ср. также: *деловой туризм, экологический туризм*, *инсентив-туризм*, *инклюзивный тур, туристическая индустрия* и др.

Исследование показало, что узкоспециальные термины также нередко имеют нетождественные толкования в современных словарях и различаются количеством лексико-семантических вариантов, представленных в словарной статье. Ср., напр.:

трансфер – перевозка пассажира из аэропорта, вокзала или другого места в отель, гостиницу или другое заранее согласованное место (СМТТ); *трансфер* - встреча и сопровождение туриста до определенного пункта, а также любая перевозка туриста в пределах туристического центра (СТ); *трансфер* - организация индивидуальной или групповой перевозки пассажиров, получил в последнее время широкое распространение среди туристов (БГТМТ);

инсентив-туризм - вид туризма, который используется компаниями для поощрения сотрудников и клиентов, а также имеющий иные корпоративные цели (СМТТ); *инсентив-туризм* – 1) поощрительная туристская поездка, предоставляемая работникам и организуемая на каникулах, с частичным или полным финансированием; 2) организация путешествия на базе минимального турпакета с предоставлением большого выбора дополнительных услуг, консультаций и помощи в организации досуга, развлечений и отдыха (БГТМТ, с.35);

инклюзив / инклюзив-тур / (инклюзивный тур) - тур, в цену которого включены расходы на перевозку, трансфер, размещение в отеле и другие элементы (БГТМТ, с. 37); *инклюзив / инклюзив-тур* - тур, представляющий жестко спланированную по маршруту, времени, сроку, набору и качеству услуг поездку, которая продается потребителю как неразделимая на элементы услуга (СМТТ).

Исследование показало, что по времени возникновения и хронологическому статусу термины международного туризма представлены современными, устаревшими и новыми номинациями.

Устаревшие наименования, как правило, представлены:

1) терминами – историзмами, то есть словесными знаки, вышедшими из употребления в связи с исчезновением обозначаемых ими реалий, явлений или понятий (напр., «*постоялый двор»* в значении «помещение для ночлега, с двором для лошадей и экипажей проезжающих, обычно с трактиром», которое в словарях сопровождается информацией о времени существования

данного понятия «*в России до 1917 г.*» (БТС, с. 938); ср. также: *бричка – старинная* легкая дорожная повозка (иногда с откидным верхом) (БТС, с.97); *«подорожная* - ист., документ для проезда куда-либо, удостоверяющий право пользоваться определенным количеством почтовых лошадей (БТС, с.874) и др.);

2) терминами-архаизмами, то есть вышедшими из употребления словесными знаками, которые в настоящее время получили новые терминологические обозначения (напр., *тракт* в значении большая наезженная дорога). В разряд архаической терминологии переходят также номинации *туристическое бюро* и *бюро путешествий,* которые в настоящее время заменяются новыми терминами *туристическое агентство* и его вариант *турагентство,* а также устаревают термин *туристическая путевка* и его вариант *турпутевка,* заменяемые в настоящее время термином *туристический ваучер.*

Как показал анализ фактического материала, значительную в количественном отношении группу слов в терминосистеме международного туризма с точки зрения времени возникновения образуют неологизмы, которые служат для номинации новых реалии, явлений и понятий или для новых наименований известных ранее реалий, явлений и понятий. Названная группа включает в себя различные типы так называемых «сильных лексических инноваций», представленных в соответствии с семантической теорией проф. О.В. Загоровской иноязычными заимствованиями и языковыми знаками, созданными в системе русского языка (подробнее об этом см.: Глава II § 2).

С точки зрения организации и особенностей семантической структуры термины международного туризма могут быть представлены, с одной стороны, моносемичными и полисемичными наименованиями, а с другой стороны, мотивированными и немотивированными терминами.

Безусловно, в исследуемой терминосистеме преобладающими языковыми знаками являются однозначные специальные наименования,

однако количество полисемичных номинаций, образованных, в первую очередь, за счет разного вида семантических (чаще всего метафорических и метонимических) переносов, также оказывается довольно значительным. Ср., напр.: *анимация* - 1) разработка программ проведения свободного времени для туристов; 2) организованное проведение свободного времени для туристов) (СМТТ); круиз – 1) морское путешествие; 2) туристская поездка с использованием транспортных средств (чаще водных) (СМТТ); *ресепшн* – 1) стойка регистрации клиентов, гостей в отеле, гостинице; 2) общий зал или комната в гостиницах для приема, регистрации и оформления гостей, а также нахождения дежурных-портье для приема и выдачи ключей от номеров и выполнения различного вида поручений гостей отеля (СМТТ); *трансфер* – 1) доставка туристов; 2) транспортное средство доставки туристов (СМТТ).

С точки зрения мотивированности термины международного туризма представлены в большей степени немотивированными специальными языковыми знаками, как правило, заимствованными из других языков и не имеющими формальной и семантической соотнесенности с морфемами русского языка (напр., *ресепшн, дайвинг, кэш* и др.), а также мотивированными терминами, которые образованы на русской почве от иноязычных лексем или морфем (напр., *турагентство*, *дайвингист, трансферный, онлайновый,визовый, безвизовый, гостинично-деловой* и др.).

<u>По степени сформированности и адаптации в русском языке</u> термины международного туризма могут быть представлены собственно терминами и предтерминами.

Собственно термины – это термины - слова или термины-словосочетания, служащие для номинации устойчивых, окончательно сформировавшихся в той или иной области научного знания понятий и отличающиеся смысловой определенностью и тождественностью толкований в разных лексикографических изданиях (напр., *туристический продукт, туриндустрия, деловой туризм* и др.).

Предтермины – это специальные многословные (нередко весьма длинные) номинации, используемые в качестве терминов для называния новых сформировавшихся или еще формирующихся понятий, чаще всего заимствованных из других культур, и отличающиеся неустойчивостью формы (об этом см.: Загоровская, Данькова, 2011, с. 44; 2018).

Среди предтерминов исследуемой подсистемы нами были выделены:

1) предтермин - описательный оборот, представляющий собой многокомпонентное номинативное словосочетание, которое используется для обозначения и точного описания сущности явления или понятия международного [напр., *аперитив по случаю прибытия туристов (англ.* welcome aperitif*)* – собрание членов туристской группы, организуемое для встречи с руководителями принимающей турфирмы в первый день прибытия в страну путешествия и предполагающее угощение аперитивом и рассказ о программе и особенностях предстоящего путешествия по стране (СМТТ); *поезд для экскурсантов по сниженному тарифу* (БГТМТ); *экспресс-турне по ближайшим островам на арендованном катере* (БГТМТ), *тур с объявленной фиксированной ценой* (БГТМТ, с.12), *разрешение на беспошлинный провоз товаров через границу* (БГТМТ, с.14) и др.];

2) предтермин - сочинительное словосочетание [ср., напр.*, страхование туристов и путешественников* (БГТМТ, с.78), *тур с программой по изучению или осмотру природных объектов* (БГТМТ, с.48), *регистрация пассажиров и багажа в аэропорту* (БГТМТ, с.205) и др.];

3) предтермин - сочетание, содержащее причастный или деепричастный оборот [ср., например: *автомобильная дорога, проходящая через местность, представляющую природный, исторический и иной интерес* (БГТМТ); *часть экипажа, занятая обслуживанием пассажиров* (БГТМТ), *туристическая фирма, самостоятельно разрабатывающая новые или индивидуальные туристические маршруты-туры* (БГТМТ, с. 29); *тур, совершаемый с оздоровительными или лечебными целями* (БГТМТ, с.32), и др.];

4) предтермин - конструкция с придаточной определительной частью [ср., напр., *ресторан, в котором пища приготовляется из натурпродуктов* (БГТМТ); *система гостиничного обслуживания, в цену которого входят предоставление номера и завтраки* (БГТМТ), *туристическое агентство, которое продает все виды туристских услуг* (БГТМТ, с.29), и другие].

Кроме того, термины международного туризма по степени сформированности и адаптации в русском языке могут быть представлены освоенными словесными знаками, заимствованными из других языков, и неосвоенными (неадаптированными) терминообозначениями.

Среди терминов исследуемой подсистемы отмечается довольно большое количество неосвоенных терминов, не адаптированных к русской языковой системе с точки зрения произношения, написания, грамматических характеристик, а также семантики (Загоровская, Алькудах, 2016). Одним из ярких свидетельств отмеченного факта является высокий уровень графической и орфографической вариантности исследуемых номинаций: *VIP-тур / ВИП-тур / вип-тур; инклюзив-тур / inclusive –тур / IT-тур* (БГТМТ, с.37); *chekout / чек аут / чекаут / чек-аут* в значении «процедура выписки из отеля при отъезде» (СМТТ)*; ресепшн / рисепшн /ресепшен / рецепция / стойка администратора* и др. Повышенная вариантность словесных знаков рассматриваемой сферы в новейший период развития русского языка обусловлена, прежде всего, динамизмом развития отечественной индустрии туризма, в результате чего новые языковые знаки входят в активную речевую практику, оставаясь недостаточно освоенными с точки зрения системы русского языка и его языковых норм (Загоровская, 2016, с. 166).

Таким образом, типологические особенности терминологических номинаций сферы международного туризма в русском языке новейшего периода во многом определяются не только спецификой исследуемой предметно-тематической сферы, но и незавершенностью процесса формирования ее терминосистемы.

Выводы

Как показало исследование, терминологическая подсистема международного туризма в русском языке новейшего периода может быть представлена как совокупность следующих тематических группировок, объединенных общностью семантики и функционального назначения: I. Наименования форм и видов международного туризма. II. Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма. III. Обозначения организаторов и участников туристической деятельности. IV. Наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика. V. Наименования ресурсов международного туризма. VI. Обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма.

Названные тематические группы являются различными по наполнению и характеру составляющих их терминологических единиц.

С точки зрения структурно-грамматических особенностей термины международного туризма могут быть представлены терминами-словами и терминологическими словосочетаниями, которые могут состоять из двух и более компонентов. При этом многокомпонентность является специфической чертой терминов исследуемой подсистемы в настоящий период ее развития. Многословные (нередко весьма длинные) номинации, используемые в качестве терминов для называния новых сформировавшихся или еще формирующихся понятий, чаще всего заимствуются и потому нередко отличаются неустойчивостью формы и семантики.

Двухкомпонентные термины являются наиболее распространенным видом составных терминов сферы международного туризма и построены по следующим грамматическими моделями: 1) сущ. + прил.; 2) сущ. + сущ.; 3) сущ. + предлог + сущ. Среди продуктивных моделей образования

трехсловных терминов международного туризма выделяются следующие: 1) сущ. + прил. + сущ.; 2) прил. + сущ. + сущ.; 3) прил. + прил. + сущ.; 4) сущ.+ предлог + прил.+ сущ.; 5) сущ. + сущ. + сущ.; 6) сущ. + предлог + сущ. + сущ.

Как показало исследование, двухкомпонентное именное словосочетание является наиболее распространенным видом составных терминов сферы международного туризма. Подобные термины состоят из сочетания имени существительного в именительном падеже в качестве главного компонента и имени прилагательного в качестве зависимого слова. В исследуемой терминологии довольно активным также является сочетание собственного термина с именем прилагательным нетерминологического генезиса. Термины наречного и глагольного характера не обладают широкой представленностью в терминосистеме международного туризма.

Специальные словесные знаки являются однозначными и многозначными за счет разного вида семантических (чаще всего метафорических и метонимических) переносов.

В терминосистеме международного туризма новейшего периода активно представлены также термины из экономико-финансовой и копьютерной сферы, сферы косметологии и медицины, сферы спорта и транспорта, что свидетельствует об открытости границ подсистемы.

ГЛАВА III

ИННОВАЦИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА

Как уже отмечалось, словарный состав терминологической подсистемы международного туризма расширяется за счет различного рода инноваций, которые могут быть представлены неологизмами, образованными путем иноязычного заимствования и за счет собственных языковых ресурсов.

§ 1. Иноязычные заимствования в современной русской терминологии международного туризма

Как показывают исследования, расширение терминологического состава подсистемы международного туризма в русском языке на рубеже XX–XXI вв. происходит, в первую очередь, за счет разного рода заимствований.

В новейший период развития русского общества интенсивное развитие международного сотрудничества и расширение систем межконтинентальных связей привели к тому, что культурные обмены между представителями различных языковых коллективов развиваются с большой скоростью (Заварзина, 2017). В настоящее время развитие сферы международного туризма в современной России ориентируется, в первую очередь, на достижения западной цивилизации. Интенсификация процессов заимствования иноязычных языковых знаков на рубеже XX- XXI веков обусловливается сознанием значительной части населения России своей страны как составляющей цивилизованного мира, переоценкой социальных и нравственных ценностей и смещением акцентов с классовых и партийных приоритетов на общечеловеческие, открытой ориентацией на Запад и др. (Крысин, 2008; Загоровская, 2008; 2013; Заварзина, 2015; 2017). Многие исследователи отмечают массовое вхождение в русский язык иноязычной лексики, активное терминотворчество, которое в лексике многих сфер является настоящим бедствием для составителей словарей (подробнее об этом см.: Сафонова, 2000).

По мнению исследователей, самое сильное влияние на характер адаптации иноязычных слов в русском языке оказывает окончательная смена к концу XX в. доминирующего языка-источника (в подавляющем большинстве случаев, как и во многих других языках-реципиентах, это английский язык) (Маринова, 2008). Рубеж XX–XXI веков отмечен развитием сферы общественной жизни: высокие технологии, экономика, бизнес, компьютерная техника. Именно в этот момент появляется огромное количество англицизмов, а именно американизмов, результатом чего явилась американоцентричность современной мировой культуры, причём в высшей степени (Маринова, 2008). Формирование туристской индустрии в России происходит с использованием зарубежного, в основном американского и западноевропейского опыта; следовательно, активное заимствование англицизмов как один из наиболее продуктивных способов

терминообразования в терминосистеме «туризм» представляется очевидным фактом, что можно отнести к типологической черте русского языка (Виноградова, 2009, с.19).

Иноязычные термины-неологизмы сферы международного туризма в большинстве своем являются прямыми заимствованиями из английского языка [напр., *кейтеринг* (от англ. catering) - предоставление питания и напитков вне помещения кафе или ресторана (СМТТ); *коркидж* (от англ. corkage) - определенная плата, которую посетители ресторана, кафе уплачивают этому заведению за право принести с собой алкоголь (СМТТ); *хостел* (от англ. hostel) - недорогая гостиница с небольшим набором услуг (СМТТ); ср.: *караванинг* от англ. caravanning, *кэш* от англ. cach; *шоп-тур* от англ. shop tour, *инсентив-тур* от англ. incentive tour; *полный тариф* от англ. full fare, *деловой туризм* от англ. bussness travel и др.].

Помимо английских заимствований, в составе терминов-неологизмов сферы международного туризма в современном русском языке нами были выделены заимствования из других языков, в том числе французского, испанского, итальянского, арабского, китайского и др. Ср., например, заимствованные из разных языков термины-слова и термины словосочетания: *куверт (*от фр. *couvert* покрытый) - полный набор столовых приборов на одного человека; в куверт входят ножи, ложки, вилки, тарелки, бокалы, салфетка (СМТТ), *шато* (от фр. chateau) – название загородного замка или большого загородного дома во Франции; разновидность дорогих и особо престижных французских гостиниц, расположенных в сельской местности (ТГС, 2002); *каботажная цена* (от фр. cabotage) – цена со скидкой для жителей определенной страны, путешествующих внутри этой страны (СМТТ); *красный гид Мишлен* (от фр. Michelin, Le Guide Rouge) — наиболее известный и влиятельный в мире рейтинг ресторанов, выпущенный А. Мишленом (БГТМТ, с. 53), к*абана* (от исп. *cabana*) – легкое отдельно стоящее сооружение, домик или коттедж на берегу (пляже), иногда оборудованные спальней (БГТМТ, с.145); ср. также: *локандо* (от ит.*locando)* -

небольшие придорожные и сельские гостиницы дляпутешественников (БГТМТ, с. 61); *латте* (англизированный и сокращенный вариант от ит. *caffè latte* кофе с молоком) –кофейный напиток родом из Италии(БГТМТ, с.303), *чичероне* (от ит. *cicerone*) – проводник, который при осмотре достопримечательностей дает разъяснения туристам (СИС, с.750); *моцарелла* (от ит. *Mozzarella*) — молодой сыр итальянского происхождения, родом из региона Кампания (БГТМТ, с. 311), *тирамису* (от ит. *Tiramisù* «взбодри меня») — итальянский многослойный десерт (БГТМТ, с. 323); *хамам* (араб. حمّام) — название общественных бань в Турции, Азербайджане, Иране, Афганистане, Средней Азии и других странах Востока (БГТМТ, с.387), *улун* (от кит. «тёмный дракон») - полуферментированный чай, который занимает промежуточное положение между зелёным и красным (то есть чёрным) и др.

Иноязычные неологизмы расширяют состав всех тематических групп подсистемы терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода: I. Наименования форм и видов международного туризма (напр., *экотуризм, е-туризм,интенсив-туризм, караванинг* и др.). II. Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма: 1) обозначения понятий транспортного обеспечения сферы индустрии международного туризма и их особенностей (напр., *авиатариф,шатл-сервис,интер-райл, лоукост* и др.), 2) наименования системы размещения потребителей туристических услуг и их специфика (напр., *пэт-френдли отель* (англ. *pet*-friendly hotel) – «отель., где разрешено проживание с домашними животными» (ТГС, с.2002),*капсульный отель* (от англ. capsule hotel), *апарт-отель, бутик-отель, конгресс-отель, отель-кондоминиум, бунгало, вилла, сьют, хостел, паркинг* и др.), 3) наименования явлений и понятий из сферы питания субъектов международных туров (напр., *континентальный завтрак, европейский план, дьюти-фри, мини-бар, кейтеринг, лобби-бар, снек-бар* и др.), 4) обозначения понятий информационно-экскурсионного обеспечения международного туризма (напр., *анимация, Диснейленд, океанариум, аквапарк* и др.), 5)

наименования явлений сферы документального обеспечения (напр., *ваучер, таможенная декларация, дорожный чек, виза, интер-райл* и д.). III. Обозначения организаторов и участников туристической деятельности: а) номинации субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма (напр., *басбой*, *беллмэн*, *ресепшн, менеджер-аниматор, трансфермен, флайтер* («туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям»), *нон-флайтер* и др.); б) именования потребителей туристических услуг (напр., *кемпер*, *скиппер, инфант* и др.). IV. Наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика: 1) номинации основных мероприятий и предоставляемых услуг в сфере международного туризма (напр., *конгресс-тур, пэкидж-тур, треккинг, яхтинг, дайв-сафари, трансфер, all-inclusive* и др.); 2) названия технологий, приемов и методов по формированию, продвижению и реализации туристического продукта(напр., *инкаминг* (туроперейтинг в сфере международного въездного туризма), *маркетинг, тур-менеджмент, лизинг* и др.), 3) обозначения особенностей деятельности туроператоров и турагентов (напр., *система онлайн резервирования* (от англ. online reservation system), *подтверждение бронирования* и др.). V. Наименования ресурсов международного туризма: а) наименования природно-климатических ресурсов (напр., *низкий сезон, фьорды, шхеры, национальный парк, термальные воды, бальнеологический курорт* и др.), б) наименования историко-культурных ресурсов (напр., *инвестиции, индустрия международного туризма* и др.), г) наименования информационных ресурсов (напр.,*бронирование в режиме «он-лайн», е-путешествие, прайс-лист* и др.). VI. Обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма (напр., *лицензия, сертификат, оферта* и др.).

Заимствования в исследуемой терминосистеме представлены тремя разновидностями: 1) прямые заимствования (собственно заимствования), приходящие в русский язык путем транскрипции и транслитерации, 2)

непрямые заимствования, или кальки, 3) гибридные образования, или полукальки.

Активизация лексического заимствования приводит к тому, что адаптационный механизм русского языка становится в высшей степени динамичным.

Известно, что первичной формой прямого заимствования является графическая ассимиляция – максимальное приближение фонетических, графических, грамматических и лексических характеристик лексемы к соответствующим нормам принимающего языка (Гринев-Гриневич, 2008, с. 156). Такая форма готовит переход слова из «состояния» вкрапления к функционированию в системе языка-реципиента в качестве полноправной единицы. В нормальных условиях иноязычное слово, заимствуясь другим языком, прежде всего, оформляется графическими средствами этого языка, а уж затем в течение более или менее длительного времени адаптируется к фонетической и грамматической системам заимствующего языка (Крысин, 2008).

Как показал анализ, среди новых терминологических единиц особую группу составляют заимствованные языковые знаки, вошедшие в терминосистему русского языка современной эпохи путем транскрипции.

Ср., напр.: *экотуризм* (англ. ecotourism) – природный туризм, обеспечивающий минимальное воздействие человека на окружающую природу (БГТМТ, с.16), *бизнес-тур* (англ. businesstour) (БГТМТ, с.15), *мистери-тур* (англ. mysterytour) (БГТМТ, с.47*), секс-тур* (БГТМТ, с.60), *селф-драйв тур* (БГТМТ, с.60) и др.

Известно, что фонетические системы разных языков отличаются друг от друга, и потомув русском языкевыработан набор правил практической транскрипции. Так, например, в силу сложившейся исторической традиции в заимствуемых русским языком терминах обычно сохраняются двойные графемы: *ситтинг* (англ. sitting) – организация питания на круизном судне (БГТМТ, с.257), *ски-пасс* (англ. ski-pass) –электронный пропуск на

подъемники на горнолыжных курортах (БГТМТ, с. 173) и др. Встречаются, однако, и исключения, когда двойная графема передается одинарной: *сноркелинг* (англ. *snorkelling*)– плавание с маской и трубкой в ластах (БГТМТ, с. 387), или сосуществуют орфографические варианты: *шаттл сервис / шатл сервис* (англ. shuttleservice) – регулярные челночные рейсы, специальные экспресс-автобусы или поезд, которые осуществляют трансфер от аэропорта до близлежащего крупного города (автовокзала или отеля) (БГТМТ, с.256); *бэби-ситтер / бэби-ситер* (англ. baby-sitter) – распространенная услуга в классных отелях (БГТМТ, с.141); *шопинг – тур / шоппинг-тур, фитнес-тур / фитнесс-тур* и др.

Встречаются разные способы передачи гласной [и]: *делюкс* и *делакс* – категория отеля, номера отеля, предполагающая особую роскошь (от английского *deluxe*– «дорогой, роскошный, шикарный) (БГТМТ, с. 148).

В последние годы наблюдается ускоренный переход иноязычного неологизма на кириллицу или его одновременное функционирование в двух графических вариантах (нередко в пределах одного текста) (Маринова, 2008, с. 8, Боянова, 2009). Ср., напр.: *сьют* и *suite* – номер повышенной комфортности с несколькими жилыми помещениями, либо несколько комнат, либо комната с четко определенными зонами спальной, гостиной и т. п.; *кингсайз* и *kingsize* - кровать шириной более 180 см; *студия* и *studio* – однокомнатный номер с большей, чем у стандартного, площадью и со встроенной кухней*; hostel* и *хостел* – недорогая гостиница с небольшим набором услуг (без удобств в номере); *bungalo* и *бунгало* – отдельная постройка, используемая для размещения туристов, часто предлагается в тропических и южных странах. Ср. также: *VIP-тур* и *ВИП-тур*; *VIP-сервис* и *ВИП-сервис; checkin* и *чек ин; checkout* и *чек аут*; *call-центр* и *колл-центр*; *СПА* и *SPA; deluxe и делюкс* (БГТМТ, с. 148)*; inclusive - tour и инклюзив-тур* (БГТМТ, с.36)и др.

Графическая адаптация, безусловно, тесно связана с фонетической и представляет собой замену звуков заимствуемого термина звуками языка-реципиента (Маринова, 2008).

Анализ процессов фонетического и графического освоения новых иноязычных лексем показал, что формальная адаптация иноязычной лексики подсистемы международного туризма начала XXI вв., с одной стороны, по-прежнему протекает в русле традиции, сложившейся на протяжении XIX-XX вв., с другой – имеет некоторые новые особенности (Маринова, 2011).

Основным направлением процессов адаптации заимствованных терминов подсистемы международного туризма в русском литературном языке является практическая транскрипция, то есть традиционная ориентация на фонетические особенности (особенности произношения) этимона заимствуемого слова в языке-источнике. Однако при освоении новых иноязычных слов в системе русского языка можно наблюдать «отступления» от нормы. К ним относятся:

1) отсутствие оглушения звонкого согласного на конце слова как «подражание» английскому произношению (напр.: *пэкэдж* (англ. *package*) – турпакет, включающий полный набор туристского обслуживания (БГТМТ, с.49), *сити пэкэдж* (англ. citypakage) – турпакет в крупные города, обычно продолжительностью 2-3 дня (БГТМТ, с.16), *лодж* (англ. lodge) – домик, арендуемый для временного жилья (в основном, в национальных парках для охотников, приехавших на сафари, или путешественников (БГТМТ, с.162), *джип сафари* (англ. jeepsafary) (БГТМТ, с.38);

2) появление в русском языке слов с не встречавшимися ранее конечными элементами (напр., -шн, -жн, - дж и др.);

Имена существительные на -шн, -жн– слова с нетрадиционным для русского языка конечным звуковым сочетанием. В современном русском литературном языке слов на -шн/-жн до конца XX в. не существовало (Маринова, 2008). К подобным именам существительным относится терминологическая единица *ресепшн* (англ. reception) – стойка регистрации

клиентов, гостей в отеле (БГТМТ, с.169)и др. Следует отметить, что английская лексема *reception* еще окончательно не оформилась в русском языке и имеет фонематические варианты, различающиеся наличием/отсутствием звука [э]: *ресепшн* и *ресепшен.*

Кроме того, в системе русского языка также отсутствует звук [dʒ], поэтому при заимствовании слов, которые содержат его в своем составе, он заменяется на русское сочетание дж (напр., *пэкэдж, лодж* и др.).

3) произношение с побочным ударением новых иноязычных слов, восходящих в языке - источнике к композитам или полиморфемным словам (Маринова, 2010) (напр.: *найтсервис, бэбиситер* и др.).

Произношение твёрдого согласного перед гласным переднего ряда Е в терминах - неологизмах иноязычного происхождения обусловлено тенденцией необходимости установления соответствия орфоэпическим особенностям иноязычного слова, что нередко подкрепляется написанием: *делюкс* (англ. deluxe) – класс люкс (БГТМТ, с.148); *беллмэн* (англ. bellman) — служащий отеля, подносящий багаж и выполняющий поручения гостей (БГТМТ, с. 143); *чартер* (англ. charter) и др.

К разряду фонетических вариантов, характеризующихся варьированием звукового облика терминов рассматриваемой сферы, относятся, например, следующие варианты: *трансфЕр* и *трАнсфер* – сопровождение туриста до места отдыха и обратно представителем турфирмы (первый вариант соответствует исходному французскому слову *transfert*< лат. t*ransfero*– переношу, перемещаю, имеющему ударение на последнем слоге, а второй – английскому *transfer*, возникшему на основе французской лексемы с переносом ударения на первый слог) (БГТМТ); *тАймшер* и *таймшЕр* – совместное владение недвижимостью (обычно домом, коттеджем на курорте), при котором владелец имеет право пользоваться ей лишь в конкретные дни или недели календарного года, обозначенные в договоре, пропорционально денежному взносу (от английского timeshare<*time* «время» + *share*«делить» (БГТМТ, с.175).

Ср. также произношение словесных знаков с твердым и мягким согласным перед [э]: *кэш/ кеш* (от англ. *cach)* – средство платежа в виде наличных денег (БГТМТ, с.262), *снэк-бар / снек-бар* (от англ. snack-bar) – небольшой ресторанчик или бар в отеле, где круглосуточно можно получить минимальный набор блюд питания и напитков (БГТМТ, с.147); *стоп-сейл / стоп-сэйл* (англ. stop-sale) – прекращение приема гостей в отель в связи сего полной загрузкой (БГТМТ, с.173); *даунгрейд / даунгрэйд* (англ. downgrade) – предоставление меньшего класса номера или обслуживания в отеле против заказанного или оплаченного (БГТМТ, с.149); *рэк рейт* и *рек рейт* (англ. *rackrate*)– полная стоимость номера без скидок (СТМТ).

Грамматические и словообразовательные варианты номинаций рассматриваемой терминосферы различаются наличием или отсутствием тех или иных грамматических морфем, в первую очередь – суффиксальных, а также флективных. Ср., например: *шоп-тур* и *шопинг-тур* – тур за покупками; *дайвинг-оператор* и *дайв-оператор* – туристическая компания или индивидуальный предприниматель, осуществляющие формирование, продвижение и реализацию туристического продукта в сфере подводного плавания, чаще всего с аквалангом; *ресепшн* и *рецепция* – стойка оператора (от английского *reception*); *грин кард* и *грин карта* (от английского *greencard*).

Графическая адаптация подразумевает транслитерацию – графический принцип, для реализации которого в письменном облике иноязычного слова используются буквы заимствующего языка (Тимофеева, 1995, с. 19; Нечаева, 2012).

Известно, что в настоящее время заимствование многих терминов международного туризма осуществляется письменным путем. По мнению исследователей, транслитерация предпочтительнее транскрипции в целях обеспечения подобия письменного облика термина в разных языках (Гринев-Гриневич, 2008, с. 161).

Как показало исследование, транслитерированные термины международного туризма, однако, в чистом виде встречаются нечасто [напр.: *хостел* (англ. hostel) – дешевая молодежная гостиница типа общежития (БГТМТ, с.154), *аниматор* (англ. animator) (БГТМТ, с.13)]. Как правило, чаще всего транслитерация применяется при передаче определённой структурной части слова [например, при передаче английского сочетания – ing; ср.: *караванинг* (БГТМТ, с. 203), *парашютинг (*БГТМТ, с.244), *руминг* – сопровождение до номера (БГТМТ, с. 170), *паркинг, яхтинг, дайвинг, кемпинг, кейтеринг, таймшеринг, дайвинг, трэкинг-тур, инкаминг* и др.], а также при передаче иностранных аббревиатур (напр., *ВИП* и др.). Известно, что словесные знаки с исходом -инг < -ing, номинирующие понятия тематической сферы международного туризма, были заимствованы русским языком в кириллическом варианте написания, минуя стадию «вкрапления», что, безусловно, свидетельствует о достаточной освоенности данных терминов системой русского языка.

Лавинообразный характер поступления в лексическую систему русского языка не только иноязычных лексем, но и словообразовательных формантов, приобретших некую степень регулярности при создании неологизмов, отмечают многие современные исследователи (Сологуб, 2002; Маринова, 2008). Подобные процессы «морфемизации» (термин О.П. Сологуб), то есть становления иноязычных структурных элементов как самостоятельных морфем в русском языке, характерны не только для форманта –инг, но и для формантов –ер (напр., *ретейлер* (БГТМТ, с.58), *картхолдер* (БГТМТ, с.101), *хотельер* (БГТМТ, с.157).

В качестве источника вариантности при передаче формы иноязычных терминов может выступать также заимствование из различных языков – языка-источника (фр. *franchise* – *франшиза*) и языка-посредника (англ. *franchise* – *франчиза*), но в современном русском языке в целом, а также и в исследуемой терминологии такие случаи немногочисленны (подробнее об этом см.: Маринова, 2008).

Особую группу прямых заимствований образуют термины-экзотизмы, среди которых в составе исследуемой терминосистемы выделяются:

1) термины, обозначающие особенности природно-климатических условий туристического региона [напр., *гарматан* - сухой и знойный ветер, дующий на Гвинейском берегу Африки и приносящий красную пыль из Сахары (БГТМТ, с.32), *гармсиль* – южный или восточный сухой и знойный ветер в Средней Азии (БГТМТ, с.34), *мистраль* - сильный и холодный северный или северо-западный ветер, дующий с гор в Южной Франции (БГТМТ, с.46), *хамсин* - сухой и знойный ветер в Египте, дующий из пустыни (БГТМТ, с.84), *трамонтана* - холодный северный и северо-восточный ветер в Италии и Северной Испании (БГТМТ, с. 77); ср. также: *самум* (БГТМТ, с.61), *саванна* (БГТМТ, с.60), *сирокко* (БГТМТ, с.61), *сезон дождей* (БГТМТ, с.55) и др.];

2) термины, характеризующие достопримечательности и национальные культурные традиции туристического региона [напр.: *Диснейленд* (БГТМТ, с.425-426), *дольмен* (БГТМТ, с.428), *каньон* (БГТМТ, с.42), *амфитеатр* (БГТМТ, с.416), *родео* (БГТМТ, с.59) и др.];

3) термины - обозначения особенностей гастрономических предпочтений туристического региона [напр., *веджимайт (*англ. vegemite) — густая паста тёмного цвета (БГТМТ, с. 184), *кальвадос* (фр. calvados) — «яблочный или грушевый бренди, получаемый путём перегонки сидра(БГТМТ, с.286), *чатни* – индийская приправа, которую готовят из фруктов или овощей с добавлением уксуса и специй (БГТМТ, с.294), ср. также: *хот-дог* (БГТМТ, с.311), *джамбобургер, джонатан, корн-дог, мак-чикен, плум-пудинг, скотч, трайфл, хашбраун, чикен пай, шортбред* и др.].

В группе прямых заимствований терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода можно отметить иноязычные вкрапления, среди которых встречаются полные вкрапления (напр.: *All Inclusive, Ultra All Inclusive, VIP room, week-end ticket, booking, deluxe, back-to-back, tax free, duty free* и др.) и контаминированные, или русско-иноязычные

вкрапления, соответствующие составным наименованиям [напр.: *meet-компания* (зарубежный инкаминговый туроператор, специализирующийся на приеме туристов из страны аутгоинг-оператора), *room-сервис, wellness-комплекс* и др.).

Особую группу иноязычных вкраплений представляют так называемые номенклатурные обозначения, или номены, как правило, являющиеся номинациями международных организаций по проблемам туризма (напр.: *World Travel & Tourism Council* - Всемирный совет по туризму и путешествиям,*European travel commission* – Европейская комиссия по туризму, *British Travel Association* - Британская туристическая ассоциация и др.), международных систем бронирования (напр.: *Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus* и др.) или международных авиакомпаний (напр.: *American Airlines, Lufthansa, Germanwings, SkyWest Airlines,Continental Airlines* и др.).

Исследование показало, что весьма значительную группу прямых заимствований образуют иноязычные сложносокращенные термины, которые являются способом усечения многокомпонентных терминологических сочетаний с целью ускорения процесса коммуникации и обмена необходимой информацией в сети Интернет (Даниленко, 2011, с. 30). В составе терминов –сокращений также встречаются иноязычные вкрапления.

Заимствованные термины-сокращения международного туризма представлены разными типами языковых единиц, среди которых выделяются:

1) инициальные аббревиатуры [напр.: *BB* (англ.bed and breakfast) - режим питания, предполагающий завтраки в отеле проживания; *AO* (англ. accommodationonly) - размещение без питания (БГТМТ, с.90), *RO (англ.* room only) - тариф, согласно которому туристу предоставляется только проживание без питания (БГТМТ, с.110), *HB* (англ. half - board) – полупансион; AP (англ. AmericanPlan) (БГТМТ, с.140), DP (англ. Demi-Pension) - полупансион (БГТМТ, с.148), FIT (англ. foreignindependenttour) – зарубежные индивидуальные туры, разрабатываемые специально по

желанию клиента (БГТМТ, с.28), IT (англ. inclusivetour) (БГТМТ, с. 37), CP (англ. ContinentalPlan) – континентальный план (БГТМТ, с. 148), UAI (англ. Ultra all inclusive) — завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин/ шведский стол) (БГТМТ, с. 294), SSV (англ. SupplementaryServicesVoucher) – комбинированный ваучер, по которому турист платит сразу за пакет услуг (БГТМТ, с.258), ASTA (англ. American Society of Travel and Tourism) - Американское общество туристских агентств, FAM (англ. familiarization tourism) - ознакомительный туризм и др.];

2) аббревиатуры, состоящие из сочетания начальной части слова (слов) с целым словом [напр.: *апартотель (apart hotel/ apartment hotel - гостиница категории «3 звезды», номера состоят из апартаментов, в каждом номере есть кухня)* (БГТМТ, с. 140), *кондоотель (condotel - отель в системе кондоминимума*) (БГТМТ, с. 148), *all-in (all-inclusive тур с включенными в стоимость туристскими услугами)* (БГТМТ, с.12); *ботель (boathotel)* (БГТМТ, с. 14), *мотель (англ. motel, от motor hotel) — гостиница (обычно небольшая; расположена возле автострад), ориентированная на постояльцев, путешествующих на собственном автотранспорте, вход в номера которой осуществляется с улицы (с места парковки автомобиля)* и др.].

В исследуемой терминосистеме представлены также заимствованные сокращения-усечения, в которых произошло усечение конца слова или словосочетания [напр.: *кондо (condo/ condominium - кондоминиум: кооперативный жилой дом, используется в период отпусков), чек-ин (check-in/ check-in-time - 1. регистрация (билетов и багажа в аэропорту), 2. въезд в гостиницу, «въездной» расчетный час); Canx (Cancellation – аннуляция, отмена бронирования)(БГТМТ, с. 146)*и др.] или усечение начала слова или словосочетания [напр.: *A (Category A - номер с двумя комнатами класса «люкс»), B (Category B - номер с двумя комнатами класса «стандарт»), C (Category C - малый номер с двумя комнатами), D (Category D - номер с одной комнатой), E (Category E — семейный номер, рассчитанный на трех*

человек), делюкс (*De Luxe/ Category De Luxe — гостиница класса люкс)* и др.].

Кроме этого, в русской терминологии международного туризма были зафиксированы примеры заимствования сокращенных форм, образованных в языке-источнике путем сохранения целого ряда согласных букв термина, создавая т.н. консонантивную аббревиатуру и телескопию (об этом см.: Арнольд, 1986) [напр.: BG (*bungalow - бунгало*), *BDRM (bedroom - спальня), ADL (adult – взрослый, турист старше 18 лет), APR (apartment - апартамент: роскошный номер квартирного типа, состоящий из нескольких комнат*),*TRPL — трехместный номер, DBL — двухместный номер* и др.], и сокращений смешанного типа [напр.: *PX6M (PEX/ purchaseexcursionfare – льготный тариф ПЕКС на 6 месяцев)* (БГТМТ, с.259), *I BDRM (one bedroom — апартаменты с одной спальней), M 1 (M-1 — автострада № l: автомобильная дорога, соединяющая Лондон и Йоркшир), TRPL+1CHD* и др.] (БГТМТ).

Заимствованные аббревиатуры-вкрапления, функционирующие в русской терминологии международного туризма, как правило, обозначают:

1) типы размещения в отеле [напр.: *SNGL (англ. single)* – одноместный номер; *DBL (англ. double)* – двухместный номер с одной большой двуспальной кроватью либо с двумя отдельными кроватями (англ. *double twin*); *TRPL (от англ. triple)* – трехместный номер (обычно две кровати и дополнительное место). *QDPL (англ. quadriple)* – четырехместный номер; *BO (англ. bed only)* – размещение без питания и др.];

2) типы корпусов [напр.: *MB (англ. mainbuilding)* – основное здание; *NB (англ. new building)* – новый корпус; *BG и BGLW (bungalo)* — бунгало и др.];

3) типы номеров [напр.: *STD (англ. Standard)*– стандартный; *STE (англ. Suite)* –состоящий из двух комнат – спальни и гостиной и др.];

4) типы питания [напр.: *FB (англ. full board)* – полный пансион; *FB+, EXTFB (англ. full board + extendedhal fboard*) – расширенный полный пансион и др.];

5) типы вида из номера [напр.: *BV (англ. Beachview)* – вид на пляж; *CV (англ. Cityview)* – вид на город; *DV (англ. Duneview)* – вид на песчаные дюны; *GV (англ. Gardenview)* – вид на сад; *MV (англ. Mountainview)* – вид на горы; *SF, FV (англ. SeaFront, FrontView)* – прямой вид на море; *SSV(англ. SeaSideview)* – боковой вид на море и др.];

6) типы кроватей [напр.: *EXB (англ. extrabed)* – дополнительная кровать; *DBL*- двухместный номер с одной большой двуспальной кроватью и др.];

7) разновидности транспортных услуг (напр.: *TRF* - трансфер, *BUS* - доставка автобусом, *MBUS* - доставка микроавтобусом, *TXT* – такси и др.);

8) возрастные ограничения [напр.: *ADL (англ. adult)* –взрослый; *INF (англ. Infant)* – ребенок в возрасте до 2 лет; *CHD (англ. child*) – ребенок (как правило, с 2 до 12 лет, но в ряде отелей до 15–18 лет) и др.].

Приведенные выше примеры показывают, что заимствованные аббревиатуры сферы международного туризма выступают «информативно-кумулятивными единицами языка» (Костина, 2013, с. 142). Действительно, многие из них не только информируют, но и являются своего рода правилами. Основными признаками аббревиатур исследуемой подсистемы можно считать тематическое структурирование, специфическое лексико-семантическое и стилистическое оформление.

При <u>непрямом (скрытом) заимствовании</u>, или <u>калькировании</u>, заимствуется структура или лексическое значение терминологической единицы (Гринев-Гриневич, 2008, с. 155).

Исследование показало, что кальки в исследуемой терминологической подсистеме представляют собой весьма многочисленную группу языковых единиц и представлены двумя разновидностями:

1) семантическими кальками, образованными путем заимствования переносного значения слова [напр.: *гостиничная цепь* (англ. hotel chains) — определённое количество гостиниц, пользующихся одним и тем же названием и фирменным знаком, имеющих определенные общие

потребительские особенности и проводящих совместную маркетинговую деятельность (БГТМТ, с. 257), *ресторанная цепь* (БГТМТ, с. 257)*; красный период* (англ. RedTime) – сезон, *белый период* (англ. White Time) – межсезонье, *синий период* (англ. Blue Time) – несезон (БГТМТ, с. 51); ср. также: *высокий сезон, низкий сезон* и др.]. По утверждению исследователей, в этих кальках сохранилась исходная метафора, поэтому их можно назвать еще калькируемыми метафорами (Китайгородская, 2000).

2) синтаксическими кальками [напр.: *индустрия гостеприимства* (англ. hospitalityindustry) (БГТМТ, с.34); *поощрительный туризм* (англ. insentivetravel) (БГТМТ, с.35), *романтический тур* (англ. romantictour) (БГТМТ, с.60), *социальный туризм* (англ. socialtourism) (БГТМТ, с.61); *открытый билет* (англ. openticket) (БГТМТ, с.242), *ресторан самообслуживания* (англ. self-servicerestaurant) (БГТМТ, с. 327), *познавательный тур* (англ. connousseurtour) (БГТМТ, с.20), *приключенческий тур* (англ. adventuretour) (БГТМТ, с.12); ср. также: *американский завтрак, караванный туризм* и др.].

Среди калькированных номинаций особую группу образуют метафорические образования, созданные в языке-источнике: «*зеленый коридор»/ «красный коридор»;* «*открытая челюсть*» (англ. open jaw) — «незамкнутый круговой маршрут»; «пассажир с побелевшими «костяшками» пальцев рук» (англ. white knuckle passenger) — «пассажир без опыта перелета» (категория пассажиров особого внимания); «красный глаз» (англ. red eye) — «очень поздний или очень ранний рейс», «ось и спицы» (англ. hub and spoke)— «система/схема стыковки всех видов рейсов в узловых аэропортах» и др. (БГТМТ, 2002).

Отдельные калькированные единицы используются в терминологии международного туризма в качестве эвфемизмов для выражения вежливости и уважительности (напр.: «*туристы третьего возраста»* (англ. third-age tourists) вместо «туристы-пенсионеры», «*туристы четвертого возраста*» (англ. fourth-age tourists» вместо «туристы-инвалиды», «*пассажиры с*

ограниченными возможностями» (англ. disabled passengers или handicapped passengers) вместо «глухие, слепые, немые, с физическими увечьями и психическим отклонениями», «*санитарная остановка*» (англ. reliefstop) – «остановка для посещения туалета во время экскурсии» (подробнее об этом см.: Мошняга, 2010, с. 146-148; 2009).

Некоторые кальки функционируют в русском языке параллельно со своими оригинальными транскрибированными, транслитерированными и даже трансплантированными эквивалентами: «*ночной сервис*» – «*найт-сервис*» - «*nightservise*» («обслуживание посетителей в ночное время» - БГТМТ, с.165).

Как показало настоящее исследование, в исследуемой подсистеме встречаются также гибридные образования, или полукальки[напр.: *лаунж-зона* (от англ. lounge – «гостиная, комната для отдыха»), *веллнес-центр* (от англ. (от англ. wellness — хорошее самочувствие), *отель-гарни* (небольшой отель, расположенный в городах Европы и имеющий ограниченный набор услуг - ТГС, 2002), *апартамент-отель, премиум-класс, кемпинг-стоянка, грум-сервис, ланч-пакет, бутик-отель, казино-отель, реалити-туризм, букинг-лист, инкаминг-туризм* и др.].

На разных этапах исторического развития преобладают различные типы калькированных языковых единиц: для середины прошлого века смысловые кальки были явлением сравнительно редким и почти совсем неизученным (Будагов, 2003, с. 395; Маринова, 2008), в современном русском языке преобладают семантические и синтаксические (сочетаемостные) кальки.

Следует отметить, что заимствованная лексика и терминология международного туризма может использоваться туроператорами и турагентами при создании профессионализмов и профессиональных жаргонизмов (напр.: *пеня* (от англ. аббревиатуры PNR) – персональный номер бронирования; *дутик* (от англ. duty-free);*прайсы* (англ. prices); ср.: *дабл на биби* (англ. doubleroomandbedandbreakfast), в*отеле овербукинг* (англ.

hotel is overbooking), *апгрейдить до олинклюзива* (англ.upgraded up to all-inclusive) – повысить класс услуг и др.).

Как утверждают современные лингвисты, с морфологической точки зрения структура заимствованных терминов сферы международного туризма выглядит следующим образом: 56% - имена существительные, 33% - словосочетания, 6% - субстантивные составные наименования, 2% - имена прилагательные, по 1% - глаголы и глагольные конструкции, аббревиатуры и сложносокращенные слова, наречия (Hanušová, 2008, с.52; Виноградова, 2011, с.6).

В процессе адаптации заимствованная единица, как правило, получает грамматические категории рода, числа, падежа и др., характерные морфологической системе заимствующего языка: начинает изменяться по числам и падежам. Степень грамматической адаптации зависит от внешнего соответствия заимствуемого слова морфологическим типам принимающего языка (Маринова, 2012; Попова, 2005).

Род одушевленных существительных определяется в зависимости от их семантики (*ретейлер* (БГТМТ, с.58), *картхолдер* (БГТМТ, с.101), *хотельер* (БГТМТ, с.157), *валидатор* (БГТМТ, с.266), *беллмэн* (БГТМТ, с. 142) и др. – м.р.), а род неодушевленных склоняемых существительных определяется как мужской, если в окончании слова согласный (*терминал, чартер, транзит, дисконт, лодж, шаттл* и др. – м.р.) или как женский, если в окончании гласный (*кабана* (БГТМТ, с.145), *рецепция* (БГТМТ, с.169) и др. – ж.р.). Процесс грамматической ассимиляции заимствований сопровождается их вхождением в морфологическую систему русского языка – включением в регулярные парадигмы склонения и образованием форм множественного числа (Маринова, 2012).

Для оформления несклоняемых неодушевленных существительных с точки зрения родовой отнесенности значимым становится парадигматический фактор, а отклонения от грамматических норм могут

быть обусловлены семантическими или формальными ограничениями (Маринова, 2012, с.403).

Морфологически неизменяемыми существительными в терминологии международного туризма являются, например, *шале, бунгало, карго, канапе, фондю* и др. Отсутствие падежных окончаний компенсируется синтаксически – формами согласуемых слов: *изысканное шале, заказанное бунгало, морское карго, вкусное канапе, сырное фондю* и т. д. Таким образом, данные термины, хотя и являются неизменяемыми, оказываются частично ассимилированными морфологической системой русского языка: обладая грамматической полифункциональностью, некоторые из них могут выступать в составе терминологических словосочетаний в роли несклоняемого зависимого компонента (например, *ресторан шале,отель бунгало* и др.).

Для настоящего периода ассимиляции многих новых слов характерно параллельное функционирование формальных вариантов заимствованных иноязычных терминов, что является одним из показателей их новизны. Так, в терминологии международного туризма обнаружены термины с варьирующимся родом [напр., *джакузи* —ср.р. и ж. р. (ср. ванна); *дьюти-фри* —ср.р. и м. р. (ср. магазин); *васаби* — ср.р. и м. р. (ср. хрен); *тофу* — ср.р. и м. р. (ср. сыр) и др.].

Исследование показало, что у многозначных терминов-заимствований оформление категории рода имеет свои особенности: каждый лексико-семантический вариант значения слова может получить разные родовые значения [напр., *барбекю* как *название блюда* относится к существительным ср. р., а в значении *пикник* — к м. р., в значении *решетка* — к ж. р.; *фрисби* в значении *пластмассовая тарелочка для игры* употребляется чаще в ж. р.; в значении *вид спорта*— в м. р.] (об этом см.: Маринова, 2012, с. 323).

Отсутствие строгих правил передачи заимствованных сложных слов и словосочетаний часто приводит к появлению орфографических вариантов.

Орфографические варианты терминологических номинаций сферы международного туризма в современном русском языке чаще всего различаются:

а) слитным, дефисным или раздельным написанием при раздельном, как правило, написании в языке-источнике» (ср., напр.: *чек-ин* и *чекин* – процедура регистрации при приезде в отель (от английского*checkin)*; *чек-аут*, *чек аут* и *чекаут* – процедура выписки из отеля при отъезде (от английского *checkout*); *а ля фуршет и аляфуршет* (от фр. alafourchette); *инклюзив-тур и инклюзив тур*, *пэкэдж-тур и пэкэдж тур, апарт-отель и апартотель*, *свамп-сафари* и *свамп сафари* (БГТМТ, с.62);

б) написанием удвоенных или одинарных согласных при удвоенных буквах в языке-источнике (ср., напр.: *фитнесс-центр* и *фитнес-центр* (от англ. *fitness* – годность, соответствие); *бэби-ситтер и бэби-ситер и др.*;

в) использованием прописных или строчных букв (ср., напр.: *СПА* и *спа* – оздоровительный комплекс процедур, использующий минеральную, морскую, и пресную воду, морские водоросли и соли, лечебные грязи, минералы, целебные травы, эфирные масла, различные виды массажей, занятия йогой и медитацией и пр. (БГТМТ, с. 327).

Особенностью формального варьирования терминологических номинаций сферы «Международный туризм» в русском языке новейшего периода является возможность выражения тех или иных специальных понятий целым рядом формальных вариантов разных типов, включая фонематические и орфографические; фонематические и графические; фонематические, грамматические и графические. Ср., например, полные ряды формальных вариантов: *рек-рейт - рэк-рейт - рекрейт - / рэкрейт - рек рейт - рэк рейт* (от англ.*rackrate)*; *reception – ресепшн - ресепшен - рисепшн – рецепция (*от англ. *reception*); *пэкэдж-тур –пэкедж тур – пэкидж –тур – пэкидж тур; SPA – Spa – spa - СПА – Спа – спа; FAM-тур - fam-тур- ФАМ-тур - фам-тур* и др.

Исследование показало, что формальные варианты в терминологии международного туризма встречаются даже среди терминов-аббревиатур, напр.: *BG и BGLW (bungalo).*

Наличие множества разных по типу формальных вариантов говорит о том, что в настоящее время термины международного туризма находятся на этапе освоения.

Процесс ассимиляции, проходящий в настоящее время особенно активно, имеет не только формальные, но и функциональные признаки, к которым можно отнести лексические и семантические изменения и особенности употребления заимствований в речи (об этом см.: Гринев-Гриневич, 2008, с. 157). Как полагает Е. Маринова, иноязычный неологизм за относительно короткий срок (5–10 лет) стремится стать полноценной единицей лексической системы (Маринова, 2008, с. 26). Выход иноязычного слова за рамки специальной сферы и преодоление различных ситуативных, социальных ограничений является одной из характерных черт процесса освоения заимствованной лексики (Крысин,, 2008, с. 78).

Кроме колебаний формы, на современном этапе освоения многие заимствования отличаются неопределенностью значения. Как отмечает Е. В. Маринова, на формирование лексического значения заимствованного слова оказывает влияние способ семантического заимствования: копирование или трансформация значения слова-этимона (при заимствовании эквивалентных лексем), которая может проявляться в виде сужения или расширения лексического значения слова-этимона (Маринова, 2008, с. 28).

В терминологии международного туризма значение некоторых терминов было копировано (напр., *мейкап* – подготовка номера в отеле для приема клиента (БГТМТ, с.162), *дуплекс* – гостиничный номер или апартаменты на двух уровнях, помещения соединены лестницей (БГТМТ, с.149); ср.: *караванинг, парашютинг, аквапарк* и др.).

При заимствовании других терминов произошло сужение по сравнению со значением этимона. Так, например, в английском языке термин

single многозначен: 1) бронирование гостиничных услуг для одной персоны; 2) одноместный номер в отеле; 3) одноместная кровать (БГТМТ, с. 172). Русским языком заимствовано только второе значение: *Single room* — небольшой номер, рассчитанный на одного человека (СТ). Ср. также: *апартотель* – отель, в котором номерной фонд состоит преимущественно из апартаментов с небольшой кухней (БГТМТ, с.140); *кабана* – легкое отдельно стоящее сооружение, домик или коттедж на берегу (пляже), иногда оборудованные спальней (БГТМТ, с. 145).

Отдельные заимствования вступают в деривационные процессы, результатом которых является формирование новых словообразовательных гнезд (напр., *кэш – кэшировать, яхтинг - яхтинговый* и др.).

Как показало исследование, далеко не всегда деривационные процессы определяют появление всех членов новообразованных словообразовательных гнезд. Действительно, некоторые из них представляют собой параллельные заимствования из того же языка-источника: *пэкэдж–пэкэджер* (организатор турпакета), *бэкпак - бэкпакер* (БГТМТ, с.49).

Как уже отмечалось, расширение терминологического состава исследуемой терминосистемы на рубеже XX–XXI вв. весьма часто происходит также за счет заимствований внутреннего характера, из терминологии иных, не связанных с международным туризмом тематических сфер.

Существенный пласт терминологических единиц, заимствованных русским языком в новейший период, составляют американизмы английского происхождения, называющие явления и понятия сферы экономики. Активизация употребления иноязычных слов из экономической сферы свидетельствует о расширении границ ее использования (об этом см.: Крысин, 2004, с. 184; Касьянова, 2009).

Проведенные исследования показывают, что состав современной терминосистемы международного туризма в новейший период развития русского языка значительно расширился за счет привлеченных терминов,

заимствованных из английского языка и обслуживавших в нем экономическую сферу общественной деятельности. Ср.: *маркетинг (англ.marketing*) – организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товаре (БТС, с. 521); *менеджмент* (*англ.management)* – совокупность способов, методов, приёмов и средств управления производством и персоналом (БТС, с. 611); *брокер (англ. broker)* – биржевой агент, который выступает в качестве официального посредника пи заключении сделок купли-продажи (БТС, с.70-71).

На современном этапе развития русского языка терминологический состав подсистемы международного туризма расширяется также за счет привлеченных терминов, относящихся к сфере информационных технологий. Ср.: *клоакинг (англ. to cloak)* – метод достижения высоких позиций в поисковых системах, заключающийся в «показе» разных страниц специальной компьютерной программе – поисковому роботу и посетителю (КСТТ, с.45),*сайт* (*англ. site*) — группа веб-страниц, связанных гиперссылками и объединенных единой темой, автором, фирмой и т. п. (НСИС, с.834), *сервер (англ. server < to serve служить, обслуживать)* – в системах автоматической обработки: обслуживающее устройство, управляющее распределением ресурсов (принтерами, памятью) (СОШ, с.612); ср. также: *Интернет, интерфейс, он-лайн,контент, трафик, файл, скрин-шот, веб-сайт, провайдер* и др.

Таким образом, необходимо отметить, что в настоящее время базовая терминосистема международного туризма является англоязычной и заимствование – одно из основных средств пополнения терминологии международного туризма. Активные процессы заимствования терминов обусловлены потребностью общества и языка в номинации новых туристических понятий, тенденцией к языковой экономии и стремлением к универсализации терминологии международного туризма. При этом существование и функционирование множества вариантов терминов-

заимствований, несомненно, является доказательством динамики развития терминологии международного туризма.

§ 2. Термины международного туризма, образованные за счет собственных ресурсов русского языка

Как показало проведенное исследование, состав терминологии международного туризма пополняется также за счет неологизмов, созданных на базе собственных ресурсов русского языка в результате морфологического, синтаксического и лексико-семантического способов словообразования.

Морфологический способ образования терминов международного туризма в современную эпоху представлен, прежде всего, такими словообразовательными процессами, как аффиксация и словосложение.

Следует отметить, что активные словообразовательные процессы, происходящие в современной терминологии международного туризма, соответствуют общим тенденциям развития русского языка в новейший период его истории и еще раз подтверждают известные положения о том, что словообразование в высшей степени подвижно, в его системе заложены большие потенции, реализация которых практически не ограничена [Валгина, 2001, с.131]. Образование новых терминов в исследуемой подсистеме при этом носит характер «терминологического взрыва».

Проведенное исследование позволяет утверждать, что в терминологии международного туризма в начале XXI вв. отмечается активное образование словообразовательных терминов-неологизмов, представленных, в первую очередь, именами существительными.

Аффиксация в исследуемой терминологической подсистеме представлена суффиксальным и префиксальным способами образования терминов. Среди аффиксальных неодериватов в количественном отношении выделяются *суффиксальные* производные, являющиеся:

1) терминами - наименованиями процессуального характера, характерными для сферы международного туризма.

Как показало исследование, особенно востребованными оказываются модели, по образцу которых создаются термины международного туризма с помощью суффиксов -ость [напр.: *комфортность, комплексность (турпродукта), комплектность (тура), доходность, заполняемость (отеля), сезонность* и др.], -ациij-/ -изациj- (напр.: *маршрутизация, сервисизация (экономики)* и др.), -ниj- (напр.: *фрахтование, резервирование, комплексирование (рекреационной деятельности)* и др.).

В терминологии международного туризма наблюдается словообразовательная деривация на основе корневых морфем в сочетании с одним из самых продуктивных в терминологической лексике вообще суффиксом - ость, посредством которого передается семантика отвлеченного качества или свойства (Боянова, 2009). Значительная часть подобных новообразований формирует профессиональную и терминологическую лексику (Виноградова, 2009, с.28).

2) терминами с агентивным значением (напр.: *круизер, ресторатор, стоппер, рафтингист, фрахтователь* и др.).

Достаточнопродуктивной в настоящее время является модель с суффиксом - ист, которая используется, в основном, при образовании терминов - названий лиц по предпочитаемому виду спортивного или экстремального туризма (ср.: *скутерист, рафтингист, вейкбордист, рафтингист, кёрлерист, сноубордист, кайтбордерист, кайтсёрфингист, дайверист, сёрфингист, скелетонист, стритболист, бордист* и др.) и др.

Думается, что термины с суффиксом – ист - в современном русском языке нередко становятся синонимами к заимствованиям с суффиксом –er- и носят стилистически нейтральный характер (ср.*: кёрлингист и кёрлер; вейкбордист и вейкер; сноубордист и сноубордер; скейтбордист и скейтер; кайтбордист и кайтбордер; рафтингист и рафтер* и др.); ср.: *автостопер,*

стопер и автостопщик, стопщик (разг.); ср. также: *авиаперевозчик; фрахтователь и фрахтовщик (разг.)* и др.

Как отмечает М.Н. Володина, суффиксы *-чик-* и *-щик-*, как правило, образуют слова - разговорные эквиваленты профессиональной речи (Володина, 1993, с.45).

Суффиксальным способом в исследуемой терминосистеме создаются также профессионализмы и профессиональные жаргонизмы (напр.:«*бэшка*» - «тур с кодировкой B», «*эрка*» - «тур с кодировкой R, включающий передвижение на поезде и автобусу»; «*комбинашка»* - «тур, в котором совмещается экскурсионная программа, отдых или лечение»; «*отказник*» - «турист, получивший отказ в выдаче визы», «*подтверждалка»* - «подтверждение бронирования»; «*отстойник»* - «специальное помещение для пассажиров в аэропорту, а также вид чартерного рейса»; «*подборка»* - «пакет с информацией для турагентств» и др.).

Префиксация как способ образования новых терминов (напр., *сверхбронирование, предрегистрация* (процедура, которую производят до приезда гостей для уменьшения переполненности в службе приема – ТГС, 2002), *псевдоонлайн-бронирование* (бронирование по запросу) и др.)] в количественном отношении несколько уступает суффиксации, однако, на наш взгляд, важно отметить активизацию иноязычных (как правило, интернациональных) элементов, которые стали в русском языке исполнять роль префиксов (напр., *мегакомплекс, мега-яхта, мегасайт (туринформации)* и др.).

Несколько реже в настоящее время в рассматриваемой сфере используются препозитивные элементы *авиа-, аэро-, мини-, мульти-*, участвующие в реализации модели «иноязычный префикс + слово» (напр., *авиарейс, аэротакси, аэрогостиница, мини-круиз, мини-отель, мультиклуб* и др.). Среди новых терминологических единиц международного туризма, в первую очередь профессионализмов и профессиональных жаргонизмов, встречаются примеры, образованные на базе усечения (напр.: *шенген* –

шенгенская виза, *спецы* - специальные предложения, *конфидэ* – конфиденциальный тариф, *стопы* (от англ. stop booking) - прекращение бронирования и др.).

При образовании терминологических единиц, номинирующих явления и понятия сферы международного туризма, в новейший период развития русского языка проявляет весьма высокую активность способ сложения, который представлен двумя основными разновидностями: как основосложение и как словосложение. Основное различие между аффиксацией и словосложением заключается в том, что при аффиксации лишь один компонент имеет самостоятельное смысловое значение, другой же или другие компоненты играют служебную роль, а сложные слова образуются путем объединения в одну лексическую единицу двух или более основ знаменательных слов (Потиха, 1970, с.161).

За счет основосложения формируются сложные слитные слова, которые в исследуемой подсистеме представлены сложносокращенными единицами, образованными путем: а) соединения начальной части первого слова и целого второго слова (ср.: *инфотур, инкамтур – инкаминговый тур, инкамтуроператор, астротуризм, психотуризм* и др.), б) соединения целых слов посредством интерфикса, чаще всего находящиеся в подчинительных отношениях (ср.: *франчайзополучатель, франчайзодатель, франшизодатель* и др.).

Образование терминов-неологизмов, относящихся к международному туризму, весьма часто осуществляется в русском языке новейшего периода при помощи начальной части *тур-* слова *туристический* (напр., *туркомпания, туриндустрия, турофис, турсайт, турпоездка, турпоток, туркомпания, туроператор, турлидер, туркластер, туррегион, турпродукт, туррынок, туриздержки* и мн.др.).

Кроме того, сложные слова могут содержать в своем составе элементы интернационального характера (напр., элемент -терапия): *талассотерапия, бальнеотерапия, дельфинотерапия, океанотерапия, ландшафтотерапия.*

Термины -сложные слова, образованным путем словосложения, как правило, образуются по модели «существительное + существительное» с дефисным написанием: *водитель-гид, особняк-отель, консьерж-служба (консьерж-компания, консьерж-агентство), бизнес-самолет* (ср. также трехкомпонентные номинации.: *отель - кафе – ресторан).*

В составе подобных терминов-неологизмов весьма часто встречаются новые аффиксоиды интернационального характера типа топ-, вип-, спа-, онлайн - (ср.: *топ-клиент, вип-отель, спа-процедура, онлайн-регистрация* и др.).

Между компонентами сложных составных терминов международного туризма могут устанавливаться сочинительные и подчинительные связи.

Компоненты с сочинительными отношениями в составе сложных терминов являются синтаксически равноправными и в некоторых случаях могут допускать варьирование их последовательности: *бутик-отель и отель-бутик; ресторан-бар и бар-ресторан.* Сложные составные термины с сочинительными отношениями в современной подсистеме международного туризма представлены единичными случаями.

Композиты с подчинительными отношениями образуются по модели «определяющее слово + определяемое» (*Интернет-гид, гурман-тур, шуб-тур* и др.) или «определяемое + определяющее» (*отель-здравница, бассейн-лагуна)* исоставляют основную массу сложных терминов с раздельно оформленными частями. При этом чаще всего используется модель «определяющее слово + определяемое» (ср.: *спа-курорт, сафари-путешествие, гала-ужин, виски-тур* и др.).

Исследования свидетельствуют о том, что при образовании сложных составных терминов международного туризма могут использоваться как давно существующие в русском языке лексемы (напр.: *инструктор-проводник, гид-переводчик* и др.), так и словесные единицы, представляющие собой, как правило, иноязычные инновации.

Среди иноязычных инноваций, используемых в качестве компонентов для образования сложного составного термина, отмечаются:

1) неологизмы-заимствования, уже достаточно освоенные русским языком (напр.: *бутик-отель, гала-ужин, реалити-программа, бизнес-отдых, казино-тур, шатер-кафе, отель-дворец* и др.),

2) новые иноязычные слова, еще не вошедшие в систему русского языка [напр.: *отель-шале, гольф-поездка, релиз-дата* и др.] (об этом см. также: Глава II § 2. 2.1),

3) иноязычные вкрапления, или варваризмы (напр.: *room-сервис, VFT - путешественник* («путешественник, посещающий друзей и родственников») (ТГС, 2002) и др.).

Как отмечают исследователи, «в терминологии легче, чем в общелитературном языке, создаются многоосновные образования» (Даниленко, 1977).

Среди основных способов создания терминологических единиц в исследуемой подсистеме можно отметить также аббревиацию.Аббревиатуры участвуют в номинировании международных, региональных и национальных организаций и ассоциаций в туризме (напр., *ВТО – Всемирная туристская организация, МТК -международный транспортный коридор,МААВТ – Международная ассоциация активных видов туризма, НТК - Национальная туристская корпорация, РАТА – Российская ассоциация туристских агентств, АТОР – Ассоциация туроператоров России,ОМС - обязательное медицинское страхование* и др.). Как показал анализ, буквенные и звуковые аббревиатуры туристической тематики нередко функционируют в тексте наряду с расшифровкой и используются как вспомогательное средство для сокращения длиннот текста (ср.: Земская, 1996, с. 50).

Как показало исследование, большая часть имен прилагательных - узкоспециальных терминов-неологизмов исследуемой подсистемы - образована от заимствованных существительных [напр.: *туроператорский, турагентский, анимационный, рекреационный, инклюзивный; трансферный,*

кувертный, франчайзный; аэровокзальный; вилловый, инкаминговый, аутгоинговый, овербукинговый, поличертерный и др.] и выступает в роли семантического конкретизатора, создавая на их основе составные термины международного туризма (напр., *туроператорская деятельность*, *анимационная программа, рекреационное предприятие, инклюзивный маршрут*, *поличартерная перевозка, безотзывное резервирование* и др.).

В новейший период развития русского языка адъективы терминологического характера могут образовываться также способом сложения. Подобные прилагательные, как правило, участвуют в формировании устойчивых словосочетаний (квазитерминов), распространенных в терминосистеме международного туризма. Как показывает анализ, сложные термины-прилагательные, образованные в настоящее время, можно объединить в несколько групп:

1) имена прилагательные с первой частью — именем числительным (напр., *двухзвёздочный* (отель), *трёхзвездочный* (отель), *трёхкоронный* (отель), *четырёхсезонный* (курорт) и др.);

2) прилагательные с первой определительной частью, которая чаще всего повторяется во многих словах (напр., *высокозвездный* (отель), *низкобюджетный* (тур) и др.);

3) сложные прилагательные, представляющие собой терминологические наименования сочинительного типа (напр., *природно-ориентированный* (туризм), *профессионально-ориентированный* (туризм), *природно-туристический* (парк), *ландшафтно-туристический* (маршрут), *ландшафтно-исторический* (парк), *отельно-ресторанный* (комплекс), *отельно-туристический* (бизнес), *туристско-рекреационный* (кластер) и др.).

В некоторых случаях порядок следования компонентов в подобных адъективах может варьироваться: *туристско-рекреационный и рекреационно-туристический, курортно-рекреационнийи рекреационно-курортный.*

Следует подчеркнуть, что имена прилагательные, формируя новые устойчивые терминосочетания утрачивают семантику качественности или семантику отношения и приобретают квалификативную семантику, нередко выражая родо-видовые отношения. При этом они могут терять характерные для общелитературного языка антонимические противопоставления (ср.: *малая гостиница – / мертвый сезон)* и обретать новые (ср. *инициативный туроператор – рецептивный туроператор, внутренний туроператор – международный туроператор*).

В области исследуемой сферы производство немногочисленных терминов - глаголов представлено с помощью суффиксов *-ова-, -ирова-(-изирова-): кэшировать, квотировать; резервировать* и др.

Исследование показало, что в новейшую эпоху развития русского языка в терминосистеме исследуемой сферы многие термины появляются в результате синтаксического способа терминообразования. Подобные синтаксические новообразования, реализующие новые возможности лексико-фразеологической сочетаемости словесных знаков, представляют собой квазитермины и обогащают состав практически всех тематических групп исследуемой терминологической подсистемы русского языка новейшего периода:

I. Наименования форм и видов международного туризма (напр., *психологический туризм, лотерейный туризм, астрологический туризм, экзотерический туризм, дачный туризм* и др.): *психологический туризм* – «кратковременный или продолжительный отдых с целью физического или психологического восстановления организма» (ТГС, с.2002); *астрологический туризм* – миграция населения земного шара в регион, где наиболее видны астрофизические явления, которые происходят с известной периодичностью либо единожды (ТГС, с.2002); *эзотерический туризм* – новое направление туризма с целью познать себя, взглянуть на проблемы в своей жизни по-другому (ТГС, с.2002) и др.).

II. Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма: 1) обозначения понятий транспортного обеспечения сферы индустрии международного туризма и их особенностей (напр., *путешествовать налегке* (БГТМТ, с.78) и др.), 2) наименования системы размещения потребителей туристических услуг и их специфика (напр., *размещение в отеле* (БГТМТ, с.136), *условия размещения* (БГТМТ, с.151) и др.), 3) наименования явлений и понятий из сферы питания субъектов международных туров (напр., *завтрак по-американски* (БГТМТ, с.156) и др.), 4) обозначения понятий информационно-экскурсионного обеспечения международного туризма (напр., *цель поездки* (БГТМТ, с.115), *портовый сбор* (БГТМТ, с.224), *открытая дата* (БГТМТ, с.243) и др.), 5) наименования явлений сферы документального обеспечения (напр., *стоимость тура* (БГТМТ, с.70), *сертификат о прививках* (БГТМТ, с.80) и др.).

III. Обозначения организаторов и участников туристической деятельности: а) номинации субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма (напр., *наземный оператор* (БГТМТ, с. 31), *воздушный перевозчик* (БГТМТ, с.184) и др.); б) именования потребителей туристических услуг (напр., *транзитный турист* (БГТМТ, с.77), *клиент отеля* (БГТМТ, с.152) и др.).

IV. Наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика: 1) номинации основных мероприятий и предоставляемых услуг в сфере международного туризма (напр., *платеж в рассрочку* (БГТМТ, с.167), *продление тура* (БГТМТ, с.176), *аннуляция тура* (БГТМТ, с.202) и др.); 2) названия технологий, приемов и методов по формированию, продвижению и реализации туристического продукта(напр., *таможенный сбор* (БГТМТ, с. 31),*гарантия резервирования* (БГТМТ, с.152), *запрос подтверждения* (БГТМТ, с.170), *прямая продажа туров* (БГТМТ, с.213) и др.), 3) обозначения особенностей деятельности

туроператоров и турагентов (напр., *прощальный ужин* (БГТМТ, с. 29), *визовая поддержка* (БГТМТ, с.83) и др.).

V. Наименования ресурсов международного туризма: а) наименования историко-культурных ресурсов (напр., *кошерная кухня* (БГТМТ, с.161), *тук-тук* (БГТМТ, с.265), *чай по-американски* (БГТМТ, с.275) и др.), б) наименования информационных ресурсов (напр., *электронное оформление билета* (БГТМТ, с.192), *показатель «пассажиро-миля»* (БГТМТ, с.193) и др.).

VI. Обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма (напр., *философия туризма, география туризма, социология туризма, культурология туризма, психология туризма, этика туризма, педагогика туризма, политология туризма, конфликтология туризма, экология туризма, технология туризма, экономика туризма, менеджмент туризма, маркетинг туризма, статистика туризма, информатизация туризма*и др.).

Многие устойчивые составные наименования, характерные для терминологической подсистемы международного туризма, сформированы на основе компонентов, повторяющихся в целом ряде рассматриваемых номинаций. При этом весьма часто в качестве таких компонентов выступает прилагательное «*туристический*» (напр., *туристская агломерация, туристский рекреационный комплекс, туристское районирование, туристское природопользование*, *туристский ваучер, туристский кластер, туристический ребрэндинг, туристический бизнес, туристическая компания, туристическая индустрия, туристический продукт, туристическая услуга* и др.) или существительные «*туризм»* (напр., *экстремальный туризм, винный туризм, фермерский туризм, туризм игрушек, темный туризм и мн. др*.) и «*тур»* (напр., *мягкий тур, гастрономический тур, тур выходного дня, экономичный тур, виртуальный тур* и др.), которые включаются в состав различных атрибутивных словосочетаний.

Как видно, термины, образованные синтаксическим способом, - это составные термины: 1) с именем прилагательным или причастием в функции препозитивного определения (*зелёный туризм, фермерский туризм, военный туризм, принимающая сторона*), 2) с именем существительным в функции постпозитивного определения (*гарантия резервирования, запрос подтверждения, философия туризма*), 3) представленные предложно-падежными конструкциями (*платеж в рассрочку, размещение в отеле*).

Ср. также новые устойчивые сочетания - профессионализмы и профессиональные жаргонизмы: *жесткий блок* - вид бронирования; *выписать випы* – оформить пропуск в VIP-зал; *держать очередь* – находиться в очереди на сдачу документов в консульство; *ехать с поворотом* – ехать в два и более туров без перерыва (об автобусах и сопровождающих); *забивать анкеты* – заносить информацию с анкет в базу данных; *подвигать тур* – переносить дату выезда; *поехать на ризограф* – отдать на размножение документы; *разбросать туристов* – перенести туристов на другие туры; *сделать туриста* – распечатать недостающую фотографию туриста для сдачи в консульство; *сидеть на билетах* – держать под туристов места на рейсе до получения официального подтверждения из отеля; *разогнать группу* – отменить тур и др.

Как уже отмечалось ранее, в пределах терминосистемы сферы международного туризма присутствует немало многокомпонентных словосочетаний, состоящих из трех и более элементов [напр.: *коэффициент загрузки отеля* (БГТМТ, с.152), *отель в прибрежной полосе* (БГТМТ, с.166),*путешествие в один конец* (БГТМТ, с.49), *цена номерного фонда* (БГТМТ, с.139), *лист загрузки отеля* (БГТМТ, с.161), *турпакет минимального содержания* (БГТМТ, с.23), *сделать заказ тура* (БГТМТ, с.162), *пониженная цена на тур* (БГТМТ, с.192), *билет выходного дня* (БГТМТ, с.269) и др.] появление которых связано, в первую очередь, с необходимостью точности выражения понятий в исследуемой сфере, устранения многозначности.

В современной терминологической системе международного туризма распространен лексико-семантический способ словообразования, связанный с возникновением в семантической структуре терминологических номинаций или общеупотребительных слов новых значений (семантических неологизмов).

Как показывает анализ, в настоящее время наблюдается расширение семантической структуры терминологических единиц исследуемой тематической сферы. Названный процесс характерен, например, для лексем, входящих в состав ТГ «Наименования форм и видов международного туризма» и «Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма».

Появление новых терминологических значений у общеупотребительных слов происходит, как правило, в результате метафорического и метонимического переноса.

Метафора рассматривается как средство создания и модификации образов на типовых ассоциативных связях по сходству. Взаимная языковая мотивированность обусловлена опосредующим семантическим компонентом, который в современной лингвистике именуется символом метафоризации (Скляревская, 1993, с. 47).

К метафоре как средству номинации прибегают в тех случаях, когда вместе с поиском имени происходит и формирование самого понятия. Метафора участвует в формировании концепта в научной деятельности, при исследовании процессов или описании свойств абстрактных сущностей (Опарина, 1990, с.12).

Примерами терминов, возникших в результате метафорического переноса на основе одного из признаков обиходного значения общенародного слова, являются, например, терминологические единицы*цепь гостиниц, сеть гостиниц, крылья сезона, плавающая неделя, вилка колебаний цены, мягкий блок мест, транспортный коридор* и др.

Действительно, существительное «*сезон*», которое в самостоятельном употреблении не является термином, активно участвует в создании производных составных терминов в качестве стержневого (напр.: *активный/ пассивный сезон*) или зависимого (напр.: *пик сезона, крылья сезона*) компонента.

Слово «с*афари*» в настоящее время расширило свою семантическую структуру за счет нового ЛСВ «путешествие по экзотическим странам», что привело к появлению новых терминосочетаний (напр., *сафари на снегомобилях, рыболовное сафари, небесное сафари, горное сафари, водное сафари* и др.).

Ср. «*сеть»* в новом значении «совокупность учреждений, организаций, расположенных в разных местах и связанных единой системой»*: сеть ресторанов, гастрономическая сеть, гостиничная сеть, сеть предприятий ресторанного обслуживания* и др.

Весьма продуктивным семантическим механизмом образования новых языковых знаков в терминосистеме международного туризма является *метонимизация.*

Анализ фактического материала показал, что наиболее продуктивной среди терминов - семантических неологизмов, образованных по типу метонимического переноса, является модель «*Содержащее – содержимое*», представленная несколькими разновидностями: 1) объект – часть объекта; ср. появление нового значения, образованного на основе метонимического переноса указанной модели, в словесном знаке «*чартер»*: «арендованное судно или самолет» (ТСРЯ, с. 1064); план содержания названной лексической единицы был представлен ЛСВ «Спец. Договор о рейсовой перевозке грузов или пассажиров на самолете или судне» (СОШ, с. 877); 2) объект – сущность объекта (ср.: *спина к спине*- выгодная система заполнения отеля, при которой последовательность убытия и прибытия групп туристов организована туроператором таким образом, чтобы выделенные владельцем гостиницы

номера не пустовали (интервал между заселениями только на уборку); ср. также: з*вездность* (отеля), *количество звезд* (у отеля) и др.).

Семантические механизмы неологизации используются также при образовании профессионализмов и профессиональных жаргонизмов исследуемой сферы: *бегун* – человек, использовавший турпоездку для нелегальной эмиграции; *турик*– турист*; ПЦ/ пациенты* – неадекватные туристы; *дом* – аэропорт Домодедово, *внучка* – аэропорт Внуково,*эмики* – Эмираты,*закольцевать* – организовать отправку и возвращение экскурсионного тура из одного города; *однобедренный/ двубедренный* – типы гостиничных номеров;*под скрепкой* – вложенный в электронную почту файл; *халява*- система all inclusive и др.

Родо-видовые трансформации являются еще одним механизмом создания новых терминов исследуемой подсистемы и связаны с расширением или сужением исходного значения производящего слова, а также с семантическим сдвигом.

Расширение исходного значения производящего слова связано с процессом образования нового лексико-семантического варианта с расширенной семантикой и обусловливает явление перехода от вида к роду.

Ср. примеры перехода общеупотребительных слов в терминоединицы за счет процесса расширения их значений:

курорт – местность с природными лечебными средствами и с санаториями для лечения (СОШ, с.523); *курорт* – гостиничная концепция, предлагающая особых условий для восстановления здоровья и спортивного развития проживающих клиентов и гостей (Зорин, 1999);

перевозчик – человек, занимающийся перевозом через реку на лодке, пароме (СОШ, с.342); *перевозчик* – организация или индивидуальный предприниматель, предоставляющие услуги по перевозке туристов различными видами транспорта (СТ);

гостеприимство - любезный прием гостей, радушие по отношению к гостям (БСРЯ, с.207); *гостеприимство* - комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов (СТ).

Ср. также примеры расширения значения терминологических единиц:

табльдот – меню с единой комплексной ценой; табльдот – туристское предприятие с полным пансионом, в котором основная услуга – питание с комплексным меню (СА);

активный туризм – вид туризма, совершаемый для развития физических сил человека с использованием активных способов передвижения; *активный туризм* – приезд иностранных туристов, обеспечивающий поступление валюты в бюджет принимающей страны и тем самым активизирующий ее платежный баланс (СТМТ).

Переход общеупотребительного слова в терминоединицу может происходить также за счет сужения обиходного значения:

размещение – порядок, система расположения чего-либо (СОШ, с.634); *размещение* – туристская услуга, связанная с предоставлением туристу места для ночевки (Зорин, 1999);

гостиница – дом с меблированными комнатами для приезжающих (СОШ, с.128); *гостиница* – коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров (Сенин, 2000);

путевка – удостоверение, выдаваемое лицу, направляемому куда-нибудь (СОШ, с.521); *путевка* – документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта (ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»);

экскурсия – коллективное посещение достопримечательностей под руководством экскурсовода (БТС, с.926); *экскурсия* – тематический маршрут посещения достопримечательностей (СТ).

В этих случаях слово функционирует в общем языке в своем ближайшем значении и одновременно в разных специальных сферах общения – в своих дальнейших значениях (Степанов, 1975)

Процесс сужения значения в настоящее время нередко затрагивает терминологические лексемы.

Так, слово «*индустрия*» имело значение «сфера разработки, производства и реализации товаров и услуг (обычно в массовом масштабе)»: тяжелая индустрия, легкая индустрия и др. (СОШ, с. 615; БТС, с. 403). В настоящее время названный терминологический знак, сохраняя архисему «сфера производства и реализации товаров и услуг», закрепил в своем составе дифференциальные семы «связанный с созданием условий для путешествий». Ср. современное определение слова «индустрия» в современных толковых словарях: «индустрия – многоотраслевой производственный комплекс, занимающийся воспроизводством условий для путешествий и отдыха» (СОШ, с.524). Контекстные употребления данного словесного знака подтверждают особенности его функционирования в составе устойчивых словосочетаний: *индустрия туризма, индустрия гостеприимства, туристская индустрия* и др.

Ср.: *предложение в туризме* – 1) наличие на туристском рынке продуктов и услуг в определенных объемах; 2) готовность и возможность производства и поставки на рынок туристских продуктов и услуг;

спрос туристский – 1) потребность в туристских услугах со стороны населения; 2) готовность к оплате туристских услуг при данных ценах;

рента туристская – 1) часть дохода от туристского обслуживания; 2) фиксированная величина от реализации туристского продукта, направляемая на инвестирование.

Сужение или расширение значения слова при его переходе в терминологию международного туризма сопровождается изменением его собственно языковых, в том числе синтагматических и парадигматических, характеристик.

Так, слово *гостиница* в специальной сфере общения закрепилось в устойчивых словосочетаниях «*курортная гостиница», «конгрессная гостиница», «гостиница делового назначения», «цепь гостиниц*», также ставших терминами, таким образом термин начинает свой, самостоятельный ряд производных образований (Даниленко, 1981).

Парадигматические отношения при переходе обиходного слова в термин также подвергается изменениям. Так, в общелитературном употреблении *гостиница и отель* являются синонимами; в рамках русской туристской терминологии термин *отель* рассматривается как вид гостиниц и относится к термину *гостиница* как гипоним к гипероним (подробнее об этом см.: Боянова, 2009, с.210).

Изменения в семантике терминологических единиц сферы международного туризма нередко затрагивают структуру отдельного значения и являются нередко обусловленными процессами снятия так называемых идеологических наслоений в плане содержания (подробнее см.: Заварзина, 1998; Купина, 2000; Китайгородская, 2000; Загоровская, 2001, 2003; Ермакова, 2000; Валгина, 2001; Вепрева, 2005; Стернин, 1996; 2004 и др.).

В настоящее время терминоединица «бизнес» расширила возможности лексической сочетаемости, что было обусловлено языковыми факторами (разрушением в плане ее содержания денотативных сем, несущих информацию о принадлежности понятия капиталистическому обществу), а также экстралингвистическими факторами (появлением новых направлений в бизнес-деятельности) (напр., *гостиничный бизнес, туристический бизнес, отельный бизнес* и др.).

Проведенные исследования позволяют утверждать, что весьма многочисленную группу языковых знаков в исследуемой терминологической подсистеме русского языка образуют так называемые «тематически переориентированные семантические неологизмы» (в соответствии с концепцией проф. О.В. Загоровской), представленные терминологическими

единицами, пришедшими из не связанных с международным туризмом сфер, в первую очередь, из сферы экономики (ср.: *менеджер, менеджмент, маркетинг, рынок* и др.), компьютерной сферы (ср.: *виртуальный, он-лайн* и др.), сферы спорта (ср.: *серфинг, каякинг, дайвинг, пул* и др.); сферы строительства и архитектуры (ср.: *апартаменты, вилла, особняк, замок, отель, коттедж* и др.). Ср. примеры нового контекстного окружения отмеченных терминов: *туристический менеджмент, отельный менеджмент, гостиничный менеджмент, маркетинг туризма, туристический рынок, виртуальный тур, е-путешествие*, *е-туризм, пул туроператоров* и др.

Очевидно, что названные терминологические единицы являются новыми только для исследуемой нами сферы международного туризма.

Процесс привлечения терминов из других научных и профессиональных областей с целью формирования собственной терминологии международного туризма имеет логическое обоснование: ведь теория и практика туризма возникли и развиваются как интегративное познание о человеке, его социальных запросах и окружающей его среде (Боянова, 2009, с. 214). В туризме как сложном социальном феномене находят отражение многообразные виды профессиональной деятельности человека, которые составляют постоянно расширяющуюся индустрию гостеприимства.

В отдельных случаях развитие новых ЛСВ может быть результатом семантического калькирования (напр., *анимация, чартер* и др.). Ср.: *анимация* - киносъемка фаз движения рисованных или объемных фигур с целью создания иллюзии их движения; *анимация* – информ.; движение объектов на экране компьютера (СИС, с.); *анимация* – спец. профессиональное развлечение публики в туристическом бизнесе (СТ).

Как показывают исследования, в рассматриваемое время для целого ряда терминологических единиц сферы международного туризма характерен процесс актуализации, который происходит за счет перехода отдельных

групп терминов, находившихся ранее в пассивном словарном запасе и имевших пометы «устаревшее», «дореволюционное», «заграничное», в разряд широкоупотребительных. Среди актуализированных терминов в русском языке новейшего периода можно назвать обозначения понятий, связанных с системой размещения потребителей туристических услуг (напр., *апартаменты, вилла* и др.).

Ср.: Апартаменты – устар.; комната, преимущественно большая (ТСУ, т.1, с.47); *апартаменты* – жилое помещение, обычно большое, отличающееся *богатым убранством* и предназначающееся для *привилегированной части* общества (ТСРЯ, с. 79);

вилла – дореволюц. и загр.; барский загородный дом, дача красивой постройки (ТСУ, т.1, с.292); вилла – комфортабельный загородный дом с парком или садом (СОШ, с.54).

Следует отметить, что новизна подобных иноязычных терминологических номинаций обусловлена повышением их частотности в новейший период развития русского языка.

С другой стороны, переход общеупотребительных единиц в состав терминологических связан с процессом терминологизации, в результате которого слово приобретает семантический компонент «спец.». Ср. новую дефиницию слова *гостеприимство* – гармоничное сочетание производства туристских услуг, комфортности среды отдыха и любезного поведения обслуживающего персонала в целях удовлетворения потребностей гостей при гарантиях их безопасности, физического и психологического комфорта (Зорин, Квартальнов, 1999).

Кроме того, как показывают наблюдения, широкоупотребительными в современном русском языке становятся некоторые терминологические единицы, входящие в состав ТГ «Наименования ресурсов международного туризма». К таким лексическим единицам относятся, прежде всего, слова-экзотизмы [напр., *пампа* (равнина на востоке Аргентины с преобладанием травянистой растительности), *пассат* (постоянно дующий ветер от

тропических поясов повышенного давления по направлению к экватору и умеренным широтам), *польдер* (осушенный участок суши, защищенный дамбой от затопления морскими водами; имеет распространение в Нидерландах); ср.: *мистраль, саванна, чатни* и др.].

Процесс пассивизации, проявляющийся в переходе некоторых групп терминов в разряд малоупотребительных и устаревших, характерен, в основном, для номинаций, обозначающих явления или понятия советской действительности. К пассивным терминологическим единицам сферы международного туризма в настоящее время относятся: 1) наименования учреждений для проведения культурно-массовых мероприятий (ср.: *Дом отдыха, здравница, профилакторий, турбюро, бюро путешествий* и др.); 2) наименования лиц, проводящих культурно-массовую работу (ср.: *затейник, групповод* и др.), 3) наименования документов, необходимых в путешествии (ср.: *турпутевка* и др.).

Проведенные исследования позволяют утверждать, что в результате процесса расширения словарного состава сферы международного туризма за счет различных морфологических, синтаксических и лексико-семантических процессов в русском языке новейшего периода образовалось большое количество межнаучных и узкоспециальных терминов-неологизмов, среди которых есть собственные термины, квазитермины, профессионализмы и профессиональные жаргонизмы, что свидетельствует о динамическом развитии русской терминологической подсистемы международного туризма на рубеже XX–XXI вв.

Выводы

Иноязычные неологизмы расширяют состав практически всех тематических групп подсистемы терминологии международного туризма в русском языке новейшего периода: 1) наименования форм и видов международного туризма; 2) обозначения понятий, именующих особенности

организации инфраструктуры международного туризма: а) обозначения понятий транспортного обеспечения сферы индустрии международного туризма и их особенностей, б) наименования системы размещения потребителей туристических услуг и их специфика, в) наименования явлений и понятий из сферы питания субъектов международных туров, г) обозначения понятий информационно-экскурсионного обеспечения международного туризма, д) наименования явлений сферы документального обеспечения; 3) бозначения организаторов и участников туристической деятельности: а) номинации субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма; б) именования потребителей туристических услуг; 4) наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика: а) номинации основных мероприятий и предоставляемых услуг в сфере международного туризма, б) названия технологий, приемов и методов по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, в) обозначения особенностей деятельности туроператоров и турагентов; 5) наименования ресурсов международного туризма; 6) обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма.

В составе исследуемой терминосистемы обнаружено большое количество новых номинаций, которые представлены, в первую очередь, внешними иноязычными заимствованиями, которые приходят в русский язык путем транскрипции, транслитерации и калькирования, а также привлеченными терминами из других сфер деятельности. Кроме того, заимствуются также регулярные словообразовательные форманты (напр.. – инг и -ер).

Иноязычные вкрапления представляют номенклатурные обозначения, или номены, являющиеся номинациями международных организаций по проблемам туризма, международных систем бронирования или международных авиакомпаний.

Заимствованные термины-сокращения международного туризма представлены инициальными аббревиатурами, а также аббревиатурами, состоящими из сочетания начальной части слова (слов) с целым словом.

Среди терминов - прямых заимствований особую группу образуют экзотизмы, обозначающие особенности природно-климатических условий, национально-культурных традиций и гастрономических предпочтений туристического региона.

Термины-кальки в исследуемой терминологической подсистеме представляют собой весьма многочисленную группу языковых единиц и представлены семантическими и сиснтаксическими разновидностями. Особую группу среди калькированных терминологических единиц составляют метафорические и метонимические образования. Следует отметить, что кальки нередко функционируют в русском языке параллельно со своими оригинальными транскрибированными, транслитерированными и даже трансплантированными эквивалентами.

Профессионализмы и профессиональные жаргонизмы в исследуемой терминосистеме также могут образовываться на основе заимствованных словесных знаков.

Отсутствие строгих правил передачи заимствованных сложных слов и словосочетаний часто приводит к появлению формальных и семантических вариантов.

Как показало проведенное исследование, состав терминологии международного туризма пополняется также за счет неологизмов, созданных на базе собственных ресурсов русского языка в результате морфологического, синтаксического и лексико-семантического способов словообразования.

Среди основных способов создания терминологических единиц в исследуемой подсистеме можно отметить аффиксацию, сложение и аббревиацию. Большая часть узкоспециальных терминов-неологизмов исследуемой подсистемы образована от заимствованных основ или слов.

Весьма многочисленную группу языковых знаков в исследуемой терминологической подсистеме русского языка образуют так называемые «тематически переориентированные семантические неологизмы».

С точки зрения особенностей семантической структуры термины международного туризма могут быть одно- и многозначными мотивированными и немотивированными. Преобладающими являются однозначные термины, однако количество полисемичных номинаций, созданных на основе семантических переносов, также оказывается довольно значительным.

По степени освоенности в русском языке выделяют собственно термины и предтермины международного туризма, а также освоенные и неосвоенные терминообозначения.

Неосвоенные термины, не адаптированные к русской языковой системе с точки зрения произношения, написания, грамматических характеристик и даже семантики, создают повышенную вариантность в новейший период развития русского языка. Отмеченное явление во многом определяется незавершенностью процесса формирования ее терминосистемы.

ГЛАВА IV
СВОЕОБРАЗИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА

§1. Специфика системных отношения в русской терминологии международного туризма

После проведенных исследований стало вполне очевидно, что между терминологическими единицами подсистемы международного туризма устанавливаются достаточно прочные парадигматические, синтагматические и деривационные связи и отношения.

Парадигматические связи в терминологической подсистеме международного туризма представлены, прежде всего, отношениями таксономии, синонимии и антонимии.

Как показывают исследования, таксономические отношения рода и вида наиболее ярко представлены в ТГ «Наименования форм и видов международного туризма» и ТГ «Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма» и характерны для следующих терминоединиц:

тур - *мягкий тур, гастрономический тур, хобби-тур, ностальгический тур.*

Ср. дефиниции терминов в новейших туристических словарях и интернет-источниках:

мягкий тур – 1) путешествие, которое сопровождается заботой о туристических регионах (СТ, 2008); 2) путешествие, не требующее специальной физической подготовки (ТТС, 1999): В России самый быстрый рост идет в секторе *«мягкого туризма»*. Это туры для людей без специальной физической подготовки — недолгие пешие маршруты, велопрогулки, джип-туры, поездки по природным достопримечательностям, отдых в сельской местности, знакомство с культурой и обычаями различных народов, отдых на воде, в горах, сафари на природе и еще много самых различных приключений (/www.tourweek.org).

гастрономический тур - тур, основная цель которого - знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии (СТ, 2008): …гастротуры — это заграничные поездки, целю которых являются вкусовые впечатления. Посещение ресторанов в таких путешествиях — самая суть поездки. Конечно, без достопримечательностей не обходится, но зрительные впечатления обычно идут в дополнение к вкусовым (https://tonkosti.ru).

хобби-тур - тур, связанный с занятием любимым делом в среде единомышленников (БГТМТ, 2006): *Хобби-туры*, как правило, организуются в межсезонье или при возникновении того или иного интереса (http://svastour.ru).

ностальгический тур – путешествие в места своего рождения, исторического проживания, посещение родственников или изучение

определенной этнической группы населения (их жизнь, особенности культуры, быт) (БГТМТ, 2006): Ностальгический тур – это путешествие к месту своего рождения или любого памятного события и даже простое посещение родственников, Если вы приехали в какое-нибудь местечко с единственной целью — вспомнить прошлое — знайте, вы занимаетесь ностальгическим туризмом (http://www.restbee.ru).

Ср. также*: тур выходного дня, комбинированный тур, индивидуальный тур, пляжный тур, горящий тур, автобусный тур, оздоровительный тур* и др.: *Комбинированные туры* – это отличное предложение для туристов, которые любят совмещать активный отдых с постоянным передвижением и путешествием по разным странам. Комбинированные туры формата «экскурсии & отдых» начинаются с познавательного путешествия по одной или нескольким странам. Выбрать такой тур не сложно, если определиться с направлением путешествия и предпочтениями в передвижении. (www.pegast-agent.ru); *Индивидуальный тур* – это возможность путешествовать так, как вам хочется, и при этом иметь все гарантии качественного и безопасного отдыха (https://www.tui.ru); *Горящие туры* и путевки – отличное решение для недорогого отдыха! Приятный бонус: горящие путевки в любую точку мира!» (olviatur.ru/hot-tour.html); Здоровье все еще остается главной жизненной ценностью, а *оздоровительные туры* приобретают в последнее время все большую популярность. И это не случайно, ведь учеными доказано, что после прохождения курса оздоровительных программ качество нашей жизни улучшается, болезни отступают и уменьшается количество дней, когда нам нездоровится (http://www.quinta.ru/).

Отношения рода и вида характерны также для словесных знаков следующего ряда: *туризм* - *экстремальный туризм, автомобильный туризм, медицинский туризм, фермерский туризм, мрачный туризм* и др.

Ср. дефиниции терминов в новейших туристических словарях:

экстремальный туризм — это разновидность туристического отдыха, связанного с риском (БГТМТ, 2006): Если хотите уйти от повседневных

будней, забыть обо всех проблемах…как насчет *экстремального туризма*? Вы посмотрите на привычный мир другими глазами (https://www.tour52.ru);

автомобильный туризм — путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль (СМТТ, 2005): А*втомобильный туризм* дает туристам большую возможность познакомиться со страной. Это самый популярный вид самостоятельной организации отдыха в развитых странах и в России (http://autotravelschool.ru);

медицинский туризм – путешествие с целью лечения или оздоровления (СТ, 2008): «*Медицинский туризм* – это новый тренд в сфере туризма. Лидирующие позиции в списке стран, популярных среди российских туристов, отправляющихся на обследование или лечение, занимают Израиль и Германия (http://www.aerotour.ru/).

фермерский туризм – специализированный вид туризма, включающий в себя элементы организованного и неорганизованного отдыха путешественников на сельской территории с целью их приобщения к местной природе, образу жизни населения и ознакомления с местными этнокультурными комплексами и их ценностями (БГТМТ, 2006): «*Фермерский туризм* — один из наиболее быстро растущих сегментов индустрии путешествий, который включает в себя посещение рабочих ферм, ранчо, винные погреба и сельское хозяйство. Самостоятельный сбор персиков или яблок в прекрасном саду, кормление теленка или кур — лишь немногие из удовольствий, которые ждут здесь» (kvedomosti.ru);

мрачный туризм - разновидность туризма, связанная с посещением мест и достопримечательностей, исторически связанных со смертью и трагедией (БГТМТ, 2006): Самые популярные объекты *мрачного туризма* - памятный мемориал на месте Всемирного торгового центра в Нью-Йорке или места радиационных аварий в пределах АЭС (puteshestvenik.ru).

Ср. также таксономические отношения между следующими языковыми единицами:

мрачный туризм – *туризм катастроф, индустриальный туризм, смертельный туризм, кладбищенский туризм, мистический туризм* и др.

туризм катастроф – вид мрачного туризма; посещение мест, пострадавших от стихийных природных или техногенных бедствий (БГТМТ, 2006): Туризм катастроф имеет свои причины. Когда начинается процесс реконструкции разрушенных объектов, туристы и средства массовой информации теряют к ним интерес (http://ecowars.tv/).

индустриальный туризм – вид мрачного туризма; исследование территорий, зданий и инженерных сооружений производственного или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения психического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса (БГТМТ, 2006): Цель *индустриального туризма* заключается в изучении зданий, территорий и разных построек, имеющих производственное или специальное назначение. Индустриальными туристами исследуются любые сооружения, которые не функционируют много лет. (http://mpr-nn.ru).

смертельный туризм - вид мрачного туризма, направленный на посещение мест с трагической историей: концентрационные лагеря смерти, музеи пыток, тюрьмы со строгим режимом, места исторических сражений и казней, районы, где совершали преступления серийные убийцы (БГТМТ, 2006): *Смертельные туры*…желающих совершить путешествие на настоящую войну достаточно, и среди клиентов довольно много бизнесменов (https://www.youtube.com).

мистический туризм - вид мрачного туризма, связанный с путешествием по местам с паранормальной активностью (БГТМТ, 2006): *Мистический туризм* подразумевает таинственное путешествие по местам аномалий, призраков и исторических загадок. Даже если вы не увидите

знаменитых приведений, в памяти неминуемо останется память о вновь возрожденном чувстве иррациональности этого мира (http://turstat.com).

<u>экстремальный туризм</u> – автомобильный туризм, горный туризм, лыжный туризм, космический туризм, дайвинг, джипинг, офф-роуд, спелеотуризм, каякинг, роупджампинг, рафтинг, виндсёрфинг, сноубординг, треккинг, бекпекинг и др.:

космический туризм - вид экстремального туризма с выводом клиентов на орбиту Земли и в космос (СТ, 2008): Один или несколько путешественников летят на околоземную орбиту, межконтинентальную космическую станцию или в принципе в космос. Главное - *космический туризм* гарантирует неповторимый опыт: презрев гравитацию, можно парить в межпланетном пространстве и в шаттле, и без него (34travel.me).

джипинг - разновидность экстремального туризма, представляющая собой прохождение туристического маршрута по бездорожью на автомобилях (БГТМТ, 2006): *Джипинг* – достаточно интересное и экстремальное спортивное мероприятие. Суть его состоит в том, что молодые люди, желающие таким образом испробовать свои силы преодолевают на автомобилях большие расстояния по бездорожью, сталкиваясь при этом с природными препятствиями (http://otdyhmaster.ru).

офф-роуд — вид активного отдыха и спорта, подразумевающий преодоление бездорожья на полноприводном автомобиле, именуемом также внедорожник (БГТМТ, 2006);

спелеотуризм - разновидность экстремального туризма, связанная с обследованием пещер, подземных ходов (БГТМТ, 2006): «Для любителей экстремального отдыха и приключений особо интересен такой вид отдыха как *спелеотуризм*. Спелеотуры - это возможность для многих туристов на протяжении всего года посетить общедоступные и необорудованные пещеры. Для многих туристов это дает возможность прикоснуться к загадкам подземного мира и почувствовать всю его уникальную красоту» (http://tourlib.net).

роунджампинг - разновидность экстремального туризма; направление экстремальной активности, заключающееся в прыжке и дальнейшем свободном падении (полете вниз) с высокого объекта (БГТМТ, 2006);

рафтинг – разновидность экстремального туризма; сплав по бурным рекам на лодках, катамаранах или плотах (чаще всего надувных), не оборудованных моторными средствами (БГТМТ, 2006): «*Рафтинг* – развлечение не для слабонервных, но ваша смелость будет вознаграждена таким приливом адреналина, который можно получить только от близкого контакта с природой. Следует помнить, однако, что даже самые дерзкие искатели приключений должны следовать правилам безопасности» (ttps://www.visitnorway.ru).

виндсёрфинг - разновидность экстремального туризма; плавание на специальной доске (сёрфе) с парусом (БГТМТ, 2006): Научиться виндсерфингу довольно просто. При грамотном обучении уже после первого часа занятий вы сможете самостоятельно управлять учебной доской (https://aqualeto.ru).

сноубординг - разновидность экстремального туризма; вид спорта и активного отдыха, который предполагает спуск по снегу с горных склонов на специально оборудованной доске (БГТМТ, 2006): Сноубординг становится любимым занятием зимой. Это адреналин и море положительных эмоций для активных людей (www.surfline.ru).

бекпекинг - разновидность экстремального туризма; путешествие налегке и с минимумом денег в кармане (БГТМТ, 2006): Нередко *бэкпекингом* называют свободное путешествие с рюкзаком за спиной. Бэкпекер может ночевать не только на природе, но и в отелях, а также передвигаться на различных видах транспорта (https://www.marshrut-club.com/).

Отношения рода и вида характерны также для словесных знаков следующего ряда:

отель - *капсульный отель, апартаменты, бутик-отель, отель Bed and Breakfast, конгресс-отель, бизнес-отель, спа-отель, эко-отель, отель-кондоминиум, бунгало, сьют, хостел, шале, гестхаус, лодж, кемпинг, флотель, мотель, ботель, флайтель* и др.:

капсульный отель – тип бюджетных отелей; номер в отеле представляет собой небольшую спальную ячейку площадью около 2 квадратных метров (СМТТ, 2005);

апартаменты - квартиры (реже — небольшие домики, виллы, полдома с отдельным входом), которые сдаются в аренду туристам из разных стран на длительный и не очень срок (СТ,2008);

бутик-отель – тип комфортабельной гостиницы с небольшим количеством номеров (БГТМТ, 2006);

отель Bed and Breakfast (или отель B&B) - маленький семейный отель, предлагающий клиентам домашний уют и комфорт, а также блюда домашней кухни (БГТМТ, 2006);

лодж – отель, расположенный непосредственно на территории национальных парков или близко к ним (БГТМТ, 2006);

кемпинг - импровизированный лагерь для туристов, путешествующих на транспорте: авто, велосипеде, мотоцикле (БГТМТ, 2006);

флотель — это отель на воде, работающий сезонно (БГТМТ, 2006);

ботель — водная гостиница на оборудованном судне (БГТМТ, 2006);

флайтель — аэроотель; дорогой тип размещения, оборудованный посадочной площадкой и расположенный вдали от цивилизованных мест, добраться до которых можно только по воздуху (БГТМТ, 2006);

кондоминиум - дом на побережье, пользование которым регулируется договором между участниками общей собственности (БГТМТ, 2006);

таймшер — совместное владение недвижимостью с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени, которая пропорциональна денежному взносу (БГТМТ, 2006);

гестхаус – бюджетный отель для туриста, представляющий собой двух-трехэтажное здание с 20-30 номерами, домашней атмосферой и малым количеством персонала (СТ, 2008).

Ср. также*: класс – первый класс, бизнес класс, эконом класс; рейс – международный рейс, чартерный рейс, внутренний рейс; виза – въездная виза, выездная виза, многократная виза, транзитная виза*; *яхта* - г*оночная яхта, прогулочная яхта, яхта с каютой, яхта прибрежного плавания* и др.

Таксономические отношения части и целого свойственны в новейший период развития русского языка терминоединицам, называющим мероприятия и предоставляемые услуги в сфере международного туризма: *бронирование тура – продление тура, аннуляция тура, запрос подтверждения тура, оформление тура* и др., а также разновидности понятий из сферы питания субъектов международных туров: *завтрак – континентальный завтрак, завтрак по-американски, английский завтрак, полупансион, пансион* и др.

Достаточно разнообразными в исследуемой терминологической подсистеме являются отношения синонимии, которые характерны для слов и словосочетаний практически всех тематических групп. Как отмечают исследователи, терминология международного туризма в современном русском языке находится на этапе своего становления, что в соответствии с общими законами языкового развития обеспечивает повышенную синонимию составляющих данную терминологическую сферу языковых знаков (Загоровская 2016, с.166). Термины-синонимы называют одно понятие специальной профессиональной лексики и наиболее характерны для начальных этапов построения терминосистемы, когда еще не произошел естественный (и искусственный) отбор лучшего термина и сосуществуют многие предложенные варианты терминологического наименования (Белан, 2009, с.16). Отмеченные особенности названной терминосистемы в русском языке новейшего периода поддерживаются также и тем обстоятельством, что ее формирование происходит под значительным влиянием английской

терминологии туризма, которая представляет собой ведущую терминосистему в современном мире, переживающем активные процессы глобализации.

Массовый переход специальных языковых знаков английского языка, относящихся к терминологии туризма, в русский язык (как, впрочем, и переход отдельных терминологических номинаций анализируемой сферы из других языков: французского, немецкого, итальянского и др.), закономерно сопровождается колебаниями в их произношении, написании, осмыслении объема содержания языковым сознанием носителей русского языка, а также осмыслении системных парадигматических, прежде всего – синонимических - связей и отношений, с уже существующими знаками в русской языковой системе.

Именно в результате названных процессов, а также в результате ускорения развития русского языка на рубеже XIX- XX веков, ведущего к повышенной вариантности языковых знаков, в русском терминологическом поле международного туризма как системе взаимосвязанных языковых единиц, именующих специальные понятия туристической сферы на современном этапе языкового развития возникает значительное количество синонимических рядов разных типов (Загоровская, 2011, с.68).

Достаточно многочисленную группу синонимов составляют терминологические номинации, одна из которых относится к разряду исконно русских или иноязычных, но давно освоенных русским языком, а вторая представляет собой новую «сильную инновацию» (о понятии сильных и слабых инноваций см.: Загоровская, 2013, с.66-68), как правило, новое заимствование, обозначающее тождественную или схожую реалию.

Ср., например, *стоянка – паркинг* (от англ. *parking*– «стоянка для автомобилей, обычно многоэтажная»*; курорт – резорт* (от англ. *resort* – «курорт»); *рыбалка – фишинг* (от англ. *fishing*- «рыбная ловля»); *поход – трекинг* (от англ. *tracking* - «пешая прогулка, пеший поход по пересеченной

местности, не требующая специальной подготовки участников»)*; турбаза – кэмпинг* (от англ. *camping* - «лагерь, база для автотуристов»).

Ср. также: *сопровождение - трансфер, сопровождающий - трансферман, комната на одного - сингл, магазин беспошлинной торговли - дьюти фри*; *туристическое бюро (турбюро) и бюро путешествий - туристическое агентство (турагентство*), *туристическая путевка – туристический ваучер; достопримечательность – аттракция, привлекательность - аттрактивность* и др.

Во вторую группу синонимических рядов могут быть объединены термины, один из которых также является исконно русским или иноязычным, но давно освоенным русским языком, а второй относится к разряду слабых инноваций и представлен актуализированным языковым знаком иноязычного происхождения, известным русскому языку и в предшествующий период его развития, но не входившим ранее в состав лексики активного запаса (Загоровская, 2011).

Ярким примером подобных синонимических рядов может быть синонимический ряд *гостиница – отель*, в котором термин *отель*, отмеченный во многих толковых словарях советского времени в значении «гостиница, обычно в зарубежных странах», в новейший исторический период подвергся не только актуализации, но и процессу переориентации номинации с зарубежной действительности на российскую. Названная номинация определяется в настоящее время как «гостиница» (ТСК, с. 745); «комфортабельная гостиница» (СИС, с.552); «благоустроенная гостиница» (НСИС, с.583).

Судьба терминов *отель, виза, трансфер* доказывает, что не все иноязычные словесные знаки, активно функционирующие в современном узусе и внешне похожие на новые заимствования, действительно являются таковыми, а не относятся к числу актуализированных (об этом см.: Загоровская 2013; Алькудах 2016, с.181). Вместе с тем, следует заметить, что актуализация иноязычных терминов и повышение частотности их

употребления в современной речи может быть связана и с приобретением некоторыми из них выраженных эмотивных, то есть эмоционально-оценочных, сем.

Третью яркую группу синонимических рядов в современном русской терминологической подсистеме международного туризма составляют лексические заимствования (в латинской или русской графике) и кальки.

Ср., например, *allinclusive - все включено*; *ресепшн/ ресепшен/ рецепция/ reception – стойка администратора;* ср. также: *check-out – чек – аут/ чек аут - выездной час – время освобождения номера; check-in- чек-ин/ чек ин - въездной час – время заселения в номер – время предоставления номера – въездной расчетный час; resort-отель - курорт-отель; event-туризм - событийный туризм и др.*

Ср. также синонимический ряд калькированных терминологических единиц: *экологический туризм - зелёный туризм - природный туризм - мягкий туризм*; *тёмный туризм - мрачный туризм - чёрный туризм - скорбный туризм*; *парк развлечений - парк аттракционов - тематический парк* и др.

Достаточно представительной в рассматриваемой терминологии является группа синонимов, представленная, с одной стороны, номинациями-словосочетаниями, а с другой - образованными на их основе сложными словами, в том числе композитами (напр., *гастрономический тур – гастротур, гастрономический отель – гастроотель, информационный тур – инфотур, экологический туризм - экотуризм* и др.).

Среди подобных номинаций присутствуют и новые языковые знаки, и знаки, не относящиеся к разряду инноваций. Ср., например, *туристическая фирма – турфирма; туристическая индустрия – туриндустрия; туристический агент – турагент; экономический тур – экономтур; этнографическая анимация – этноанимация; спелеологический туризм – спелеотуризм; чартерный рейс – чартер, инклюзивный тур – инклюзив;*

двухместный номер – номер с двуспальной кроватью – дабл - DBL; автомобильный туризм – автотуризм - караванинг.

К случаям синонимической дублетности в терминологии международного туризма следует отнести примеры параллельного существования полной формы наименования и его аббревиатурного варианта (*стандартная международная классификация видов деятельности в туризме – СИКТА; национальная туристская администрация – НТА* и др.), а также структурные варианты терминов (*туристская индустрия – индустрия туризма, гостиничная цепь – цепь гостиниц* и др.). При этом в субстантивныхс ловосочетаниях выделяется значение принадлежности, происхождения, назначения; аналогичные им атрибутивные словосочетания подчеркивают качественную характеристику, указывают на устойчивый признак предмета.

В функции заместителя иноязычного термина в русской терминологии довольно часто привлекаются и аналитические структуры, представляющие собой описательный перевод заимствованного термина. Ср: *треккинг – пешие походы в горы; рафтинг – сплавы по горным речкам; рецепция - служба приема и размещения; приемная стойка; рум-сервис – доставка еды и напитков в гостиничный номер; караванинг – автомобильный туризм, гестхаус – гостевой дом* и др.; ср. также: *check-in – регистрация гостя в отеле; check-out – расчеты клиента в отеле перед отбытием; block booking – учет числа посетителей в определенный период работы отеля; fixed cost – цены, которые не меняются; mystery tour – путешествие в неизвестное место назначения; guided tour – тур для осмотра достопримечательностей с предоставлением гида* и др.

Привлечение иноязычных терминов в терминологию международного туризма русского языка обусловлено, на наш взгляд, необходимостью в разграничении содержательно близких понятий или их специализации (*восстановление – рекреация, гостиница – отель*), тенденцией к соответствию нерасчлененности, цельности обозначаемого понятия с

нерасчлененностью обозначаемого (*треккинг – пешие походы в горы; рафтинг – сплавы по горным рекам*), не имеющие терминологического эквивалента в русском языке. В этом случае происходит как бы заполнение пустой ячейки, которой соответствует определенный смысл, но вместо отдельного слова для обозначения этого смысла употребляется описательный оборот (Крысин, 2008). Престижность иноязычного слова по сравнению с исконным или ранее заимствованным также является фактором, по мнению Л.П. Крысина, способствующим активизации употребления таких слов, как *эксклюзивный* в составных терминах «*эксклюзивный тур», «ваучер*» вместо «контрольный талон»; *фаст-фуд* для обозначения предприятий быстрого питания и др.

Особую группу в анализируемом терминологическом поле составляют «контаминированные» синонимические ряды, в которых представлены самые разные по происхождению, темпоральным характеристикам, графическому оформлению и смысловым различиям термины». Ср., например: *туристическое бюро – турбюро - бюро путешествий – туристическое агентство – турагентство; гостиница – отель – хостел; водные процедуры – СПА - СПА-процедуры.*

По признаку совпадения или различия количества структурных компонентов терминов, входящих в один синонимический ряд, в терминосистеме международного туризма можно выделить симметричные и асимметричные синонимические ряды.

Термины, идентичные по количеству компонентов, выстраиваются в симметричные синонимические ряды, которые образуются по следующим моделям: 1) монолексемный термин - монолексемный термин: *трансфер – перевозка;* 2) двулексемный термин – двулексемный термин: *шоп тур – тур за покупками; шуб тур – тур за шубой; тревел кард – карта для путешествий – карта туриста; туристический чек – дорожный чек; рум сервис – обслуживание в номере; all inclusive – все включено.*

Синонимы, имеющие разное количество компонентов, выстраиваются в асимметричные ряды и могут быть образованы по следующим моделям: 1) монолексемный термин - полилексемный термин: *кейтеринг – выездное ресторанное обслуживание; лог-бук – книжка регистрации погружений дайвера; фронтдеск – стойка администратора; отельер (хотельер) – управляющий гостиницей, дабл – двухместный номер;* 2) двулексемный термин - трёхлексемный термин: *въездной час – время заселения в номер – время предоставления номера; рецептивные туроператоры – туроператоры на приеме* и др.

Синонимия терминов свидетельствует о начальном этапе формирования русскоязычной терминосистемы, неокончательно сформировавшемся терминологическом аппарате. В процессе стандартизации и лингвистической обработки терминов, как правило, эти лексико-семантические отношения между терминами сознательно устраняются.

Известно, что в терминологии явление антонимии представлено едва ли не шире, чем в общелитературном языке, так как для этого явления есть внеязыковые, экстралингвистические предпосылки, находящие выход в языке средствами антонимии, противоположные понятия реально существуют или вводятся как некая необходимость и реализуются лексическими или словообразовательными средствами (Даниленко, 1977)

Как показало настоящее исследование, антонимические связи в современной терминосистеме международного туризма могут быть представлены отношениями между терминами, называющими виды туризма, типы туров, разновидности туроператорской деятельности: *мировой туризм – национальный туризм, международный туризм – внутренний туризм, активный туризм – пассивный туризм, организованный туризм – неорганизованный туризм; индивидуальный тур – групповой тур, заказной тур – инклюзивный тур* («тур, при продаже которого формирование программы и комплектование состава услуг производятся по желанию и при

непосредственном участии туриста» – БГТМТ, с. 123), *эксклюзивный тур – инклюзивный тур; жесткий туризм — мягкий туризм; специализированный туроператор – универсальный туроператор, инициативный туроператор – рецептивный туроператор; отправляющая сторона – принимающая сторона, высокий сезон – низкий сезон* и др.

Ср.: *возвратное квотирование* – «передача средством размещения туроператору права на реализацию в течение определенного периода (периода квотирования) квоты для размещения туристов - клиентов туроператора» (ТГС, с.2002);

безвозвратное квотирование – обязательства туроператора и средства размещения, согласно которым средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на период действия договора (ТГС, с.2002);

организованный туризм – поездка, организуемая туристскими фирмами по стандартному или разработанному самим туристом маршруту (ТГС, с.2002);

неорганизованный туризм – самодеятельные поездки туристов, как правило, организуемые самими туристами без помощи туристского сбытового аппарата (ТГС, с.2002);

принимающая сторона – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, принимающие туристов, прибывших в страну временного пребывания (ТГС, 2002);

отправляющая сторона – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, организующий поездку в страну временного пребывания и направляющий туда своих клиентов по договору с контрагентом (ТГС, 2002);

группа туристов - группа лиц, путешествующих вместе, прибывающих и убывающих в одно и то же время, на одинаковых условиях (ТГС, 2002);

индивидуальный турист – турист, путешествующий по индивидуально организованной программе пребывания (ТГС, 2002);

инициативный туроператор – туроператор, отправляющий туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими

(рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями (ТТС, 1999);

рецептивный туроператор – туроператор на приеме, который комплектует туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями) (ТТС, 1999).

Приведенные примеры дают основание для утверждения о том, что в терминологии международного туризма преобладают лексические антонимы.

При этом особым «антонимическим» потенциалом обладают те понятийные поля, в рамках которых отношения между гипонимами строятся на признаковой противопоставленности явлений (Боянова, 2013). Так, при гипероним «туристский сезон» возможны следующие антонимические пары терминов, выражающих градуальную противоположность: дефиниции терминов симметричны и различаются лишь одним членом, обозначающим противоположные точки шкалы (об этом см.: Боянова, 2013): *пик сезона (+)– крылья сезона (-), пиковый сезон (+) – мертвый сезон (-), активный сезон (+) – пассивный сезон (-)*; при гипероним «туристский оператор» по признаку «направление деятельности» вычленяется следующие антонимические пары: *туроператор инициативный, туроперотор выездной, туроператор по отправке, внешний туроператор – туроператор рецептивный, туропертор въездной, туроператор на приеме, внутренний туроператор.*

Коррелятами в рамках гипонимического понятия «туристский продукт» являются термины *сезонный туристский продукт – круглогодичный туристский продукт*; в рамках понятия «туристская анимация» – *анимация в пиковой сезон – анимация в крыльях сезона*.

В коррелятивных отношениях находятся также термины, называющие виды содержания и питания туристов *пансион – полупансион*, и термины-агентивные существительные, называющие стороны по договору или сделке: *франчайзер – франчайзиат* («стороны по контракту франчайзинга»);

страховщик – страхователь («стороны по договору туристского страхования»); *лицензирующий орган – лицензиат* («стороны по лицензированию видов туристской деятельности»).

Помимо парадигматических отношений терминология международного туризма начинает формировать синтагматические связи, выражающиеся в развитии устойчивой сочетаемости исследуемых номинаций и обнаруживающиеся в составе различных ТГ.

Многие квазитермины, характерные для ТГ «Наименования форм и видов международного туризма», сформировались при участии наиболее значимых в смысловом отношении терминоэлементов:

тур (мягкий тур, тур выходного дня, паломнический тур, экологический тур, индивидуальный тур, групповой тур, эксклюзивный тур, тур конца недели, тур в сопровождении гида, ознакомительный тур для турагентов, организованный тур, удешевлённый тур, стандартный тур, фольклорный тур, бронирование тура, изменение тура, продление тура, участник тура и др.),

туризм (зелёный туризм, мрачный туризм, экологический туризм, образовательный туризм, религиозный туризм, устойчивый туризм, гастрономический туризм, виртуальный туризм, трансграничный туризм, поощрительный туризм, сезонный туризм, туризм с целью отдыха, менеджмент туризма, индустрия туризма и др.);

туристический (*туристический продукт, туристическая услуга, туристический рынок, туристический бизнес, туристическая индустрия, туристическая этика* и др.),

путешествие (*индивидуальное путешествие, групповое путешествие, путешествие в кредит, круговое путешествие, кругосветное путешествие, трансатлантическое путешесвие, путешествие в автокараване* и др.).

Ср. также:

ТГ «Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма (напр., *чартерный рейс,*

посадочный талон, позднее прибытие, европейский план, гостиничная анимация, туристский ваучер, карта прибытия, зарегистрированный багаж, комбинированный билет и д.):

Ваучер - квитанция или путёвка, выдаваемые тур. фирмой туристу в подтверждение оплаты им определенного тура или набора услуг, которые должны быть предоставлены ему по предъявлении (БГТМТ, 2006): *туристический ваучер, международный туристский ваучер, служебный ваучер, именной ваучер, ваучер в отеле, электронный ваучер, ваучер на заселение, ваучер на проезд, ваучер на комплексное обслуживание*.

Виза - официальная отметка, сделанная в паспорте (штамп учреждения или консульства), дающая владельцу заграничного паспорта право въезда в данное государство и выезда из него (ТГС, 2002): *въездная виза, выездная виза, многократная виза, транзитная виза, шенгенская виза*, *рабочая виза, туристическая виза, гостевая виза.*

Багаж – груз (вещи, иные материальные ценности), упакованный для отправления транспортом и перевозимый отдельно от пассажира (ТТС, 1999): *беспошлинный багаж, зарегистрированный багаж, сопровождаемый багаж, досмотр багажа, доставка багажа, норма багажа и др.*

Билет – бесплатный билет для турагента, групповой билет, входной билет, комбинированный билет, билет на конец недели, полный билет, покилометровый билет, сезонный билет, билет самолет-судно, семейный билет, прямой билет, билет с открытой датой, билет с 50% скидкой, билет туда и обратно и др.

Тариф - система ставок, по которым взимается плата за услуги (ТТС, 1999): *таможенный тариф, льготный групповой тариф, конфиденциальный тариф, несезонный тариф, сниженный тариф, тариф АПЕКС* и др.

ТГ «Обозначения организаторов и участников туристической деятельности» (напр., *менеджер туризма, круизный пассажир* и др.):

служба – служба досуга, служба горничных, служба портье, служба маркетинга и др.;

менеджер – *менеджер туризма, менеджер гостеприимства, линейный менеджер, экскурсионный менеджер, отельный менеджер, персональный менеджер* и др.;

пассажир – *круизный пассажир, ежедневный пасажир, чартерный пассажир, транзитный пассажир* и др.;

агент – *агент по встречам и проводам, туристский агент, рекламный агент, морской агент* и др.

ТГ «Наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика» (напр., *туристский маркетинг, менеджмент туризма, менеджмент гостеприимства, чартерный рейс, подтверждение бронирования, бронирование в режиме «он-лайн», туристический маршрут* и др.):

Бронирование - предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах (СТ, 2008): *бронирование гостиничных услуг, бронирование отеля, раннее бронирование, позднее бронирование, бронирование в пиковый сезон, безотзывное бронирование, бронирование в режиме «он-лайн», подтверждение бронирования, отмена бронирования, система бронирования и др*.

Рейс - путь, совершаемый транспортным средством от места отправления до места назначения (СТ, 2008): *международный рейс, чартерный рейс, внутренний рейс, беспосадочный рейс, регулярный рейс, дополнительный рейс, ночной рейс, коммерческий рейс, стыковочный рейс и др*.

Маршрут – заранее намеченный путь следования туристов или транспортных средств (ТТС, 1999): *туристский маршрут, маршрут экскурсии, маршрут путешествия*, *кольцевой маршрут, радиальный маршрут, водный туристский маршрут* и др.

ТГ «Наименования ресурсов международного туризма» (напр., *национальный парк, музейная программа, рекреационная зона* и др.):

Программа – *музейная, анимационная, экскурсионная, туристическая* и др.

Зона - обширная часть территории, в пределах которой наблюдается однозначность показателей по их интенсивности (ТТС, 1999): *комфортная зона, зона детского отдыха, рекреационная зона, зона кратковременного отдыха, зона обслуживания посетителей, зона познавательного туризма, транзитная зона* и др.

Парк - участок земли для прогулок, отдыха, игр с естественной или посаженной растительностью, аллеями, водоемами и т. д. (ТТС, 1999): *национальный парк, природный парк, парк развлечений, тематический парк, рекреационный парк* и др.

ТГ «Обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма» (напр., *сертификация туристских услуги, договор комиссии* и др.): *договор* – *агентский договор, договор аренды, договор перевозки пассажира, договор купли-продажи туристского продукта, договр франшизы, договор фрахтования, договор страхования* и др.

Как уже отмечалось, в терминосистеме международного туризма представлены также деривационные связи и отношения, развивающиеся под влиянием различных словообразовательных процессов. В качестве производящих для образования дериватов в настоящее время выступают собственно русские и иноязычные непроизводные и производные лексические единицы. Так, например, встречаются словообразовательные парадигмы, представленные лексическими единицами, сформированными на основе иноязычных слов: *турист – туристический - туристика*; *туризм – туризмология - туризмоведение – туризмонаправленнй – туризмоориентированный*; *фрахт* (плата владельцу транспортного средства за перевозку) – *фрахтование – фрахтователь – фрахтовать – зафрахтовать – зафрахтованный; круиз – круизный - круизер* и др.

Очевидно, что тщательное и многоаспектное изучение системных связей в терминологической подсистеме в современном русском языке имеет существенное значение не только для углубления научных знаний о соответствующей языковой подсистеме и процессах ее развития, но и для практической работы по созданию словарей русского языка, в том числе словарей нормативных, включающих сведения о вариантах норм русского литературного словоупотребления и их типах, а также общих и учебных терминологических словарей для изучающих русский язык как родной и как иностранный.

§2. Национально-культурное своеобразие русской терминологии международного туризма и его отражение в семантике терминологических номинаций

Проблема национально-культурного своеобразия слова в современной науке рассматривается в двух аспектах: лингвометодическом (так называемая лингвострановедческая теория слова, разрабатываемая в трудах Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова и их учеников) и собственно лигвистическом, в плане контрастивной семасиологии, с использованием структурных методов анализа семантики слова. Оба эти аспекта имеют изучают лексическую единицу и исследуют национально-культурные особенности употребления слова в том или ином языке, однако первый подход описывает лексический фон языкового знака (сведения, связанные со словом, но не входящие в его семантику), а второй подход выявляет национально-культурные семантические компоненты значения, которые имеют статус сем и входят в структуру значения соответствующих языковых единиц как автономные семантичские сущности и как таковые могут быть зафиксированы в словарях обычного типа, хотя, как правило, не фиксируются, так как не входят в ядро значения (Семантическая специфика…., 1985, с.64).

Как показывает анализ новейшей научной лингвокультуроведческой литературы, национально-культурная специфика характерна не только для лексики, но и для терминологического пласта того или иного языка. Говоря о картине мира специального подъязыка, целесообразно принять ее, как и картины мира большинства других подъязыков, за *расширитель* общеязыковой картины мира, позволяющий его носителю более эффективно осваивать и воспринимать специфическую действительность, с которой он сталкивается. Научная картина мира получает в каждом языке национальную форму выражения и адаптирует универсальное знание к нуждам конкретного языкового сообщества (Никитина, 2014, с. 13).

По справедливому утверждению современных исследователей, в терминосистемах разных языков можно выделить две противоположные особенности: их универсальность (международность) и национальную специфичность. При этом ученые отмечают четкую обусловленность яркой представленности той или иной особенности терминологической системы спецификой выражаемой картины мира и длительностью пути ее исторического развития.

Иследователи утверждаеют, что национально-культурная специфика термина представляет собой феномен, выходящий за рамки только семантики слова, и может получать отражение на уровне семантики слова и на уровне его лексического фона (Загоровская, 2011). При этом национально-культурные различия терминологических единиц могут обнаруживаться на уровне практически всех компонентов значения (денотативном, собственно языковом, эмпирическом) и затрагивать не только ядерные, но и периферийные, вероятностные семы (см. об этом: Загоровская, 2011). Национально-культурная специфика семантики терминов может проявляется в наличии разноэквивалентных и безэквивалентных терминов.

Терминологическая картина мира, с одной стороны, безусловно, интернациональна, это показывает изучение процесса общения специалистов в одной отрасли научного знания, говорящих на разных национальных

языках, с другой стороны, во многих современных работах говорится о национальности языка науки. Используя терминологическое обозначение «национальная научная картина мира», ученые имеют в виду инвариант научного знания о мире, отраженный в языковой оболочке конкретного национального языка (Корнилов, 2003).

Проведенные нами исследования показали, что туристическая терминология в русском языке в целом, в том числе включая ту ее часть, которая относится и к сфере международного туризма, отличается безусловным национально-культурным своеобразием. Однако степень указанного своеобразия может быть неодинаковой.

Так, в безэквивалентных словах русского языка типа *щи, уха, баранки, квас, кисель, сбитень, рассольник, брага, блины* сема национальной принадлежности «используемый русскими», «распространенный в России» является струкурным элементом денотативного компонента значения, то есть в той части семантической структуры термина, которая обтражает в обобщенной форме предметы или явления действительности

щи - древнейшее *русское* жидкое блюдо, приготовленное из капусты (свежей или квашеной) или зелени (крапивы, щавеля и т. д.). В крестьянских семьях щи ели не только в обед, но и на завтрак и ужин. Щи стали одним из традиционных блюд *русской* кухни. Существует множество разновидностей этого блюда: щи из свежей капусты, из квашеной («*суточные щи»*), «*толстые щи*» (с перловой крупой), «*богатые щи»* (с мясным набором), *рыбные щи, зеленые щи* (с крапивой и щавелем) и др. К щам подают сметану, зелень, гречневую кашу, пироги (РГС, 2002); ср. русские пословицы: *Кипите, щи, чтоб гости шли; Гостю щей не жалей, а погуще налей*; *Щи да каша - пища наша*;

квас – до к. 19 в. *в России был* самым распространенным напитком, получаемым сквашиванием сусла (отвара от настоя сухарей, фруктов, специальных квасных хлебцев). В представлении *русского* народа напиток, приготовленный на хлебе, наделял человека здоровьем, весельем, оберегал от

злых духов (РГС, 2002): *Ешь щи с мясом, а нет, – так хлеб с квасом. Как хлеб да квас, так и все у нас. Порой с водой, часом с квасом. Пью квас и квас хлебаю;*

сбитень – старинный *русский* национальный напиток, приготовляемый кипячением растворов меда и патоки (а позднее и сахара) с хмелем и различными пряностями: гвоздикой, корицей, имбирем, мускатным орехом, перцем, лавровым листом. Сбитни готовили безалкогольные и хмельные (с добавлением вина) и пили их горячими. Приготовлением и торговлей сбитня занимались особые ремесленники - сбитенщики. До появления чая (17 в.) сбитень был основным горячим напитком в быту русских людей (РГС, 2002);

рассольник – *русский* суп с почками, солеными огурцами, луком, белыми кореньями, как правило, с крупой и картофелем (РГС, 2002);

брага – слабоалкогольный старинный *русский* напиток, непрозрачный, коричневого цвета, по вкусу напоминает пиво; готовят брагу из смеси ржаного и ячменного солода или сухого кваса, хмеля и сахара. Брага - обязательный напиток на крестьянских праздниках (РГС, с.2002); ср. русская пословица: *Хоть овин огнем гори, а брагу вари*.

уха – суп с легким сладковато-сливочным привкусом рыбы, который был *на Руси* в особом почете (РГС, 2002);

блины - традиционное лакомство *русского* народа, одно из самых любимых и почитаемых блюд, как во времена древней Руси, так и сейчас (РГС, 2002).

В большинстве случаев применительно к терминам международного туризма она проявляется не на уровне денотативного компонента значения языкового знака, а на уровне собственно-языкового компонента (включающего, в первую очередь, парадигматические и синтагматические семы), а также на уровне лексического фона термина.

Как показывают наши исследования, в составе собственно-языкового компонента семантики терминологической номинации национально специфическими чаще всего оказываются парадигматические семы,

отражающие парадигматические связи данного термина в системе русского языка (с учетом не только активного, но и пассивного запасов) и формирующие особый лексический фон данного языкового знака.

Ср., например, парадигматические и ассоциативные связи терминов: *турист, индивидуальный турист*, *круизный пассажир, кемпер*, *skipper*, *FIT-турист* и др. - с национально-культурно окрашенными в русском языке номинациями *калика перехожий, скиталец, странник, странник-богомолец, странник-паломник.*

Устойчивое словосочетание «калика перехожий» в русском языковом сознании ассоциируется с лексическими единицами *паломник, странник* (БТС, с.536); ср.: *путник – скиталец* (СС, с.745); нищий, слепой, собирающий милостыню пением духовных стихов (нар.- поэт., этногр.) (ТСУ, т.3, с. 213). Известно, что на Руси было принято помогать каликам и кормить их ради Христа, так как они шли поклоняться Гробу Господню. Ср.: *Вынимали калики поспешливо/ Для коров сбереженные крохи. И кричали пастушки насмешливо: Девки, в пляску! Идут скоморохи!* (С.Есенин); ср. также: *очарованный странник* (Н.Лесков).

Сам термин *туризм* в традиционном русском языковом сознании имеет ассоциативные связи с понятием *странничество*, имеющим отношение к особенностям национального русского характера. Названное понятие определяется в русском языке как странствование пешком по святым местам (БТС, с.762); один из вечных признаков *русской* жизни (СРК, 1997). Ср. также: «Россия — страна бесконечной свободы и духовных далей, страна странников, скитальцев и искателей...» (Бердяев, 2004, с.29).

Интересно отметить, что в исторических словарях русского языка отмечается более 50-ти словесных знаков, словообразовательно связанных с понятием странствования: *странствие – страннопримство, скитальчество – странничанье – странство*; *странникъ, странница, странствовати, страннолюбие, страннопримець, странноводница, странношествие* (СРЯ XI–XVII, т. 28, с. 126–137; ТСЖРЯ, т.4, с.683).

Яркие примеры национально-культурного своеобразия современных русских терминов международного туризма на уровне парадигматических сем и смысловых ассоциаций (лексического фона) можно обнаружить в тематических группах, связанных с обозначением понятий транспортного обеспечения туризма; размещения туристов, их питания и экскурсионного обслуживания.

Ср., например, парадигматические связи терминов *круизный лайнер, шатл-сервис, скоростной суперэкспресс, самолет, автомобиль, поезд, автобус полутуристского класса, круизный лайнер третьего поколения* и т.п. со следующими номинациями*:*

бричка – в России до 1917 г. – легкая дорожная коляска преимущественно без рессор, обитая изнутри, с откидным кожаным верхом, запрягавшаяся парой лошадей (СИ, 2005).

Ср. использование термина *бричка* в художественных произведениях русской классической литературы: Но все случилось не так, как предполагал Чичиков. Встав, он потребовал узнать, все ли готово к отъезду и заложена ли *бричка*, но ему доложили, что ничего не готово и *бричка* не заложена … (Н.В. Гоголь. Мертвые души); Я остановился в гостинице, переоделся и отправился на ярмарку. Половой в гостинице успел мне сообщить, что у них остановился князь Н. и много других господ. Мне хотелось купить тройку лошадей для своей *брички* (И.С. Тургенев. Лебедянь).

дрожки – в России до 1917 г. – легкая четырехколесная открытая двухместная повозка на рессорах с кузовом в виде низкого ящика для поездок по городу и прогулок за город (СИ, 2005); ср.: *беговые дрожки* - дрожки – легкий открытый экипаж (МАС, т.1, с.448); 4-колесный безрессорный облегченный экипаж, изобретение к-рого связывают с именем графа А.Г. Орлова-Чесменского (http://www.horseline.ru).

Ср. использование слова *дрожки* в художественных произведениях русской классической литературы: Кирила Петрович, оставшись наедине, стал расхаживать взад и вперед, насвистывая: Гром победы раздавайся, что

всегда означало в нем необыкновенное волнение мыслей. Наконец он велел запрячь себе беговые *дрожки*, оделся потеплее (это было уже в конце сентября) и, сам правя, выехал со двора (А.С. Пушкин. Дубровский).

дилижанс – в России XVIII–XIX вв. - тяжелая четырехколесная рессорная многоместная закрытая карета, запрягавшаяся шестью лошадьми, для междугородной перевозки пассажиров и почты; дилижансы ходили по расписанию от станций дилижансов, располагавшихся при почтамтах крупных городов (СИ, 2005);

Ср. использование слова *дилижанс* в художественных произведениях русской литературы: Но теперь пусть всякий, кто бывал за границею, скажет по чистой совести, есть ли где-нибудь *дилижансы* красивее, спокойнее и удобнее тех, в которых мы ездим из Москвы в Петербург и из Петербурга в Москву? Я не говорю ничего о дешевизне… (М.Н. Загоскин. Москва и москвичи).

кибитка – в России до 1917 г. – крытая повозка с дугообразным верхом (СИ, 2005):

Бразды пушистые взрывая,

Летит *кибитка* удалая.

Ямщик сидит на облучке.

В тулупе, в красном кушаке (А.С. Пушкин. Евгений Онегин).

колымага – в Русском государстве XVI–XIX вв. – громоздкая тяжелая карета на стоячих деревянных рессорах, с деревянным, обшитым кожей кузовом с дверцами, запрягавшаяся шестью-восемью лошадьми (СИ, 2005): Сельцо Лучиновка, лишенное лицезрения своего господина, процветало, — как вдруг, в одно прекрасное утро, тяжелая *колымага* въехала в деревню и остановилась перед избой старосты (И.С. Тургенев. Три портрета).

Ср. также парадигматические связи терминов *английский завтрак, континентальный завтрак* с традиционной русской лексемой *трапеза* – в традиционной *русской* культуре акт совместной еды и питья, форма бытового и социального общения между людьми (РГС, 2002), а также словами,

называющие блюда русской национальной кухни (напр., приведенные выше слова *щи, квас, сбитень, рассольник, брага, баранки*).

В группе терминов, связанных с размещением туристов, национально-культурное своеобразие парадигматических сем современных специальных номинаций обусловлено существованием в русском языке, в том числе безэквивалентных синонимических словосочетаний *Красный угол, святой угол, светлый угол, передний угол,* обозначающих наиболее значимую часть *русского* традиционного жилища, куда сажали дорогих гостей (РГС, 2002). Ср. русскую пословицу: *Принимают, за обе руки берут да в красный угол ведут*, ср. также: *Красному гостю— красное место.*

Национально-культурная специфика в терминологии рассматриваемой сферы может обнаруживаться и на уровне синтагматических сем, включающих в себя информацию о сочетаемости данного языкового знака, в том числе фразеологической. Ср., например, национально-культурную специфику лексемы *блины*, которое в русской системе терминов индустрии гостеприимства может образовывать такие сочетания, как *русские блины, царские блины, боярские блины, красные блины, пшенные блины, блины с припекой* и др.; ср. русские пословицы: *Есть блин, так вместе съедим*; *Где блины, тут и мы; где с маслом каша, тут и место наше; Где пирог с крупой, тут и я с рукой; где блины тут и мы, а где оладьи, тут и ладно.*

Проявление национально-культурной специфики терминологии международного туризма на уровне денотативных сем лексических значений языковых знаков отмечается значительно реже. Такое явление характерно, прежде всего, для «привлеченных» («перемещенных») безэквивалентных номинаций, входящих в тематические группы «информационно-экскурсионное обеспечение международного туризма» и «историко-культурное обеспечение международного туризма».

Ср., например, входящие в соответствующее терминологическое поле безэквивалентные номинации, прежде всего,

- наименования важнейших русских историко-культурных достопримечательностей (*Красная площадь, Дворцовая площадь, Золотое кольцо, храм Спаса-на-Крови, Мраморный дворец, Зимний дворец, Петропавловская крепость, Исаакиевский собор, Храм Василия Блаженного, Эрмитаж, Петергоф, Оружейная палата, озеро Байкал, остров Кижи, Мамаев Курган, Троице-Сергиева лавра, мавзолей Ленина, Роза Хутор, Царское Село* и др.);

- названия российских национальных праздников (*Масленица*, *День Победы, День России, Старый Новый год, День защитника Отечества*, *День космонавтики, День памяти и скорби — день начала Великой Отечественной войны* и др.);

- названия русских национальных игр и развлечений:

лапта (мать, матка, матка на выкуп, перекидыши, майдан) – русская спортивная командная игра; наряду с городками считается одной из наиболее типичных игр для русской народной физической культуры (РГС, 2002);

скоморохи – древнерусские артисты; упоминаются в русских источниках с 11 века, однако в памятниках Древней Руси преобладают названия «*глумцы», «гусельники», «игрецы», «плясцы*» (РГС, 2002);

ярмарочная культура – культура ярмарочных народных гуляний, сложившаяся к середине 18 века в крупных городах России (РГС, 2002*),*

городки - старинная *русская игра*, суть которой состоит в том, чтобы бросками бит выбить из площадки (города) поочередно по две биты в очередь определенное количество различных фигур (РГС, 2002);

«*Взятие снежного городка*» - традиционная зимняя забава *русского* народа, которая являлась частью игр на Масленицу. Городок (представлял собой две стены с воротами, украшенными фигуркой петуха, бутылки и рюмки) строился из снега на открытом пространстве (в поле или на площади), обливался водой для придания ему большей неприступности. В игре участвовали две команды, обычно состоявшие из молодых крепких парней, одни находились внутри снежной крепости, другие «осаждающие»,

другие нападали с целью захватить снежный городок и разрушить его. Защитники городка оборонялись с помощью веток и метелок, лопатами засыпали атакующих снегом и закидывали их снежками. Первый, кто ворвался в ворота снежной крепости, считался победителем (РГС, 2002) и др.

Во всех приведенных выше примерах национально-культурная специфика словесных знаков представлена архисемами. Однако названная специфика может быть представленной и дифференциальными (дополнительными, производными, вероятностными) семами денотативного компонента значения. Отмеченное явление характерно, например, для термина *гостеприимство* в терминосистеме туризма в современном русском языке:

гостеприимство – гармоничное сочетание производства туристских услуг, комфортности среды отдыха и любезного поведения обслуживающего персонала в целях удовлетворения потребностей гостей при гарантиях их безопасности, физического и психологического комфорта (ТТС, 1999);

гостеприимство – радушие, склонность с радостью принимать и угощать гостей, охотно предоставлять кров путникам (ЭСР, 2003).

Ср. также образованные на его основе составные термины *маркетинг гостеприимства, индустрия гостеприимства, технологии гостеприимства, служба гостеприимства:*

индустрия гостеприимства –область предпринимательства, состоящая из предприятий сферы обслуживания, которые принимают за основу принцип щедрости и радушия к клиентам; синонимы: *гостиничное хозяйство, гостинично-ресторанное хозяйство* (ТГС, 2002);

менеджмент гостеприимства – 1) система управления гостиничным комплексом, направленная на обеспечение успешного его функционирования, гармонизации решения экономических проблем и позволяющая устойчиво и эффективно удовлетворять потребности туристов; 2) вид профессиональной деятельности, направленный на управление процессами гостеприимства и достижение оптимальных результатов

функционирования хозяйствующего субъекта сферы гостеприимства в условиях туристического рынка (ТГС, 2002);

технология гостеприимства – процесс или совокупность процессов, операций обслуживания туристов (гостей) в некоторой замкнутой системе (гостинице, гостиничном комплексе), направленных на удовлетворение их потребностей (ТГС, 2002).

Ср. также возможности сочетаемости: гостеприимство *русское, южное, сердечное, щедрое, искреннее, теплое, настоящее, радушное, королевское* (с положит. оценкой), *хвалёное* (с отрицат. оценкой); *государственное, или официальное, гостеприимство VIP-персон* (книж.), *политико-национальное гостеприимство, корпоративное гостеприимство, деловое гостеприимство*.

Очевидно, что слово *гостеприимство* не относится к разряду безэквивалентной лексики, но при этом именует один из базовых концептов русской концептосферы, тесно связанный с особенностями русского характера. Ср.: *гостеприимство, гостинец, гостинька, гостьба, гостьюшка, гостья, гощенье, гащивать, гостевать, гостевой, гостейничать* (ходить много по гостям, разъезжать для гощенья), *гостеприимно, гостеприимный, гостить, догоститься, загостевать, загоститься, нагоститься, погостить.*

С точки зрения национального русского сознания (в своей основе православного), *гостеприимство* должно не только проявляться в действии, но, прежде всего, быть духовным качеством человека (Православная энциклопедия, 2002); «Принять гостя по-русски - значит принять его всем добром» (С. Максимов); Отдаст последний кусок хлеба (о добром человеке). Слово *гостеприимство* в русском языковом сознании связано со словами *радушие* (сердечное, ласковое отношение к людям, приветливость, гостеприимство – БТС, с. 765) и *хлебосольство* (радушие при угощении, гостеприимство. *Русское хлебосольство.* – СОШ, с. 976), или *хлебосольность: «*Русским характером называют совокупность черт, которые

отличают русского человека — гостеприимность, *хлебосольность»* (ТСРЯ, 2003).

В русской народной культуре хлеб-соль - это «символ гостеприимства, благополучия, достатка, жизни; соль и хлеб рассматривали как единое, неразрывное и обязательное» (РГС, 2002).

Отмеченные особенности осмысления гостеприимства и его символического обозначения в выражении *хлеб-соль* получают отражение в многочисленных пословицах и поговорках русского народа: *Без соли, без хлеба худая беседа; Хлеб-соль в воротах - так не своротишь; Русский человек хлеб-соль водит; Сколько ни думай, а лучше хлеба-соли не придумаешь; Хлеб- соль и во сне хорошо; Хлеб-соль со стола не сходит; От хлеба и соли не отказываются; У нас на Руси прежде гостю поднеси; Хоть не богат, а гостям рад.*

При этом в русских паремиях подчеркивается умение встречать гостей (*Не будь в людях приметлив, будь дома приветлив, Жалеть вина – не употчевать гостя, Умей у людей погостить и к себе запросить, до ворот проводить и опять воротить, Что другу нальешь, то и сам выпьешь*) и быть предельно внимательным к гостям (*Гостю почет – хозяину честь, Гость немного гостит, да много видит, Напои, накорми, а после вестей поспроси, Не спрашивают: чей, да кто и откуда, а садись обедать, Напоил, накормил и спать уложил (и в баню сводил), Не гостям хозяина, а хозяину гостей благодарить*).

Ср.: *Кто в гости не ездит, к себе не зовет, тот недобрым слывет. Добро пожаловать, дорогие гости, милости просим! Гость на гость – хозяину в радость. У нас на Руси прежде гостю поднеси. В гости ходить - и к себе надо водить. Худ Матвей, не умеет потчевать гостей. Зовут Фомою, а живет собою: в гости не ездит и к себе не зовет.*

На уровне эмпирического компонента значения национально-культурная специфика слова связана с особенностями чувственно-наглядных

асоциаций, конкретно-чувственными образами обозначаемых словесными единицами предметов.

Ср., например, образные ассоциации с лексемой *хлеб,* представляющей один из ключевых концептов русской лингвокультуры, в котором отражаются особенности национального менталитета. Будучи концептуальной доминантой, понятие «хлеб» занимает центральное место в языковой картине мира, обусловленное его основной ролью в питании русского народа, вынужденного время от времени бороться за выживание. Родной дом существует пока тепел очаг, — это тепло равносильно душевному — Божница в углу над семейным столом, на котором всегда лежали обыденные хлеб-соль — становится духовным средоточием крестьянской избы (Национальный корпус русского языка, 2016).

Хлеб в русской языковой картине мира является символом гостеприимства, дружбы и духовности.

В значении «хлебный злак» это слово употребляется с разными эпитетами: *бескрайний, богатый, высокий, густой, добрый, желтый, зеленый, зернистый, золотистый, золотой, зыбкий, колосистый, колосовитый, молодой, наливной, намолотистый, небывалый, низкий, обильный, полновесный, рослый, созревший, сочный, спелый, тучноколосый, тучный, цветущий, чистый* (СЭРЛЯ, 1979). Как видно из примеров, имена прилагательные выражают положительную эмоционально-экспрессивную оценку, обусловленную тем, что с глубокой древности хлеб любим и почитаем русским народом. Будучи главным средством существования, он вызывает образные ассоциации с батюшкой, кормильцем: *Худ обед, коли хлеба нет*.

Лексема *хлеб* часто функционирует в русском сознании с лексемой соль: хлебом (круглым караваем) и солью встречают дорогих и желанных гостей:

Хлеб-соль и радушие старых помещиков были заветом их предков. Петербургский гость, не скрывая впечатлений от простоты провинциальных

нравов и теплоты привета, — неохотно возвращался к натянутой жизни холодной северной столицы (А. Шомпулев. Быль из прошлого).

За каждой переменой кушанья она обхаживала и гостей упрашивала, - не обессудили бы *хлеб-соль хозяйскую*, не бесчестили б усердного угощенья (П.И. Мельников-Печерский. На горах).

Многочисленные пословицы ярко и образно передаю народную мудрость и отношение к хлебу: *Без соли, без хлеба — половина обеда. Без хлеба куска везде тоска. Хлеб — всему голова. Без хлеба не обедают. На чужой каравай рот не разевай. Заработанный ломоть лучше краденого каравая*.

Ср. также содержание эмпирического компонента значения, связанного с визуальными образами-представлениями, в семантике лексем *завтрак, храм*:

- завтрак (в России - каша, бутерброд, яичница, чай/ кофе, йогурт/ творог, сосиски, фрукты; иногда даже борщ);
- храм (в России – православный храм - золотой купол, во время богослужения верующие стоят, свечи покупают в любом количестве, принято делать поклоны и целовать руку священнику, для входа в храм обязательны платок и юбка).

Представляется очевидным, что при изучении современной русской терминологии международного туризма чрезвычайно важно учитывать национально-культурное своеобразие составляющих ее языковых знаков, ярче всего представленное, как было отмечено выше, на уровне парадигматических и синтагматических компонентов плана содержания

Выводы

Исследование показало, что в терминологической системе международного туризма между составляющими ее элементами устанавливаются особые парадигматические, синтагматические и деривационные отношения.

В исследуемой современной терминосистеме возникает значительное количество синонимических рядов разных типов: 1) исконно русский языковой знак – новое заимствование, 2) давно освоенный русским языком иноязычный термин - новое заимствование, 3) исконно русский термин – актуализированный термин иноязычного происхождения, 4) термин-прямое заимствование – термин-калька. С точки зрения структуры членами синонимических рядов в терминологической системе международного туризма новейшего периода могут быть номинации-словосочетания и термины - сложные слова (в том числе композиты) или аббревиатуры.

Особую группу в терминосистеме международного туризма составляют смешанные синонимические ряды, в которых представлены самые разные по происхождению, темпоральным характеристикам, графическому оформлению и смысловым различиям термины.

Повышенная синонимия составляющих данную терминологическую систему языковых знаков свидетельствует о становлении терминологии международного туризма в современном русском языке, когда еще не произошел естественный или искусственный отбор лучшего термина.

Парадигматические отношения рода и вида наиболее ярко представлены в тематических группах «Наименования форм и видов международного туризма» и «Обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма».

Антонимические связи в современной терминосистеме международного туризма устанавливаются, прежде всего, между терминами, называющими виды туризма, типы туров и разновидности туроператорской деятельности.

Деривационные отношения между единицами исследуемой терминосистемы развиваются под влиянием различных словообразовательных процессов. В качестве производящих для образования дериватов в настоящее время выступают собственно русские и иноязычные непроизводные и производные лексические единицы.

Терминология международного туризма в русском языке отличается безусловным национально-культурным своеобразием, которое проявляется, прежде всего, на уровне парадигматических и синтагматических сем, а также на уровне лексического фона термина. Представляется, что национально-культурное своеобразие исследуемых терминологических единиц в русском языке должно фиксироваться в словарных статьях словарей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резюмируем изложенное в тексте диссертационного сочинения.

Исследование показало, что в русском языке новейшего периода, отличающегося гибкостью, устойчивостью и открытостью для внешних контактов, наблюдается интенсификация различных процессов, связанных с действием экстралингвистических факторов и законов внутриязыкового развития.

В начале XXI века в связи с активными изменениями в общественно-социальной и культурной жизни российского общества происходят существенные изменения в разных подсистемах русского языка, в том числе в подсистеме туристического дискурса, а также в сфере туристической лексики и терминологии.

Анализ показал, что в русской и зарубежной лингвистической литературе для обозначения терминологии туризма используются разные

обозначения: «терминология туристики», «туристская терминология», «терминология турбизнеса», «терминология индустрии гостеприимства», «терминология туризма и сервиса», «терминология социально-культурного сервиса и туризма» «терминология курортологии и туризма», «терминология туризма и гостиничного бизнеса» и некоторые другие. Однако наибольшее распространение среди российских ученых получило обозначение «терминология туризма», которое используется в настоящем исследовании. К терминам туристической подсистемы мы относим словесные знаки, номинирующие явления и понятия из сферы туристической индустрии и содержащие в плане содержания постоянные семантические компоненты «туризм», «туристический», «связанный с туризмом», «относящийся к туристу». При этом при включении в состав терминологии туризма слов-терминов из области экономики, культуры и т.п. следует иметь в виду лишь терминологические единицы, характеризующие связь исследуемой сферы со смежными областями.

Исследуя туристическую лексику и терминологию, русские и зарубежные лингвисты выделяют в ее составе лексико-семантический разряд словесных знаков, связанных с обозначением понятий международного туризма, который представляет собой динамично развивающуюся сферу деятельности, которая предполагает осуществление международного сотрудничества на основе уважения национальной культуры и истории каждого народа и интересов государства и направлена на развития туристских отношений между народами разных стран и ознакомление с достижениями других стран в различных областях и правовые предпосылки создания которого в России были заложены в 1996 году в связи с принятием Федерального Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Обобщение существующих в специальной научной литературе представлений об объеме понятия «международный туризм» позволяет нам предложить описание терминологической подсистемы туризма в русском

языке новейшего периода как совокупности целого ряда тематических группировок, объединенных общностью семантики и функционального назначения и различающихся по наполнению и степени значимости, по характеру составляющих их терминологических единиц: 1) наименования форм и видов международного туризма, 2) обозначения понятий, именующих особенности организации инфраструктуры международного туризма: а) обозначения понятий транспортного обеспечения сферы индустрии международного туризма и их особенностей, б) наименования системы размещения потребителей туристических услуг и их специфика, в) наименования явлений и понятий из сферы питания субъектов международных туров, г) обозначения понятий информационно-экскурсионного обеспечения международного туризма, д) наименования явлений сферы документального обеспечения; 3) обозначения организаторов и участников туристической деятельности: а) номинации субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма; б) именования потребителей туристических услуг; 4) наименования направлений деятельности участников туристической индустрии и их специфика: а) номинации основных мероприятий и предоставляемых услуг в сфере международного туризма, б) названия технологий, приемов и методов по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, в) обозначения особенностей деятельности туроператоров и турагентов; 5) наименования ресурсов международного туризма: а) наименования природно-климатических ресурсов, б) наименования историко-культурных ресурсов, в) наименования социально-экономических ресурсов, г) наименования информационных ресурсов; 6) обозначения форм, методов и принципов государственного регулирования деятельности в сфере международного туризма.

Как показал анализ фактического материала, термины-слова анализируемой сферы, функционирующие в современном русском языке, с точки зрения структурного оформления представлены непроизводными, производными и сложными (двух-, трех- и многокомпонентными)

номинациями (в том числе аббревиатурами). При этом именные термины в терминологии международного туризма преобладают над глагольными и наречными наименованиями, что обусловлено их наиболее отчетливыми систематизирующими свойствами. Самой активной моделью образования двухкомпонентных составных терминов в русской терминологии международного туризма является сочетание собственного термина с именем прилагательным нетерминологического генезиса. Значительное количество терминов является полилексемными наименованиями, что свидетельствует о незавершенности процесса формирования терминосистемы международного туризма в русском языке новейшего периода.

Терминологические номинации международного туризма в современном русском языке могут быть представлены общенаучными, межнаучными и специальными терминоединицами. Типологический разряд специальных (узкоспециальных) терминов, нередко имеющих нетождественные толкования в современных словарях, различающиеся количеством представленных в них ЛСВ, составляет наиболее обширную группу терминообозначений исследуемой сферы и представлен во всех тематических группах терминологии международного туризма.

Термины туризма в современном русском языке с точки зрения организации семантической структуры представлены однозначными и многозначными специальными наименованиями, а также мотивированными и немотивированными терминами.

С точки зрения адаптированности к системе русского языка термины международного туризма представлены собственно терминами и предтерминами, выраженными многословными описательными оборотами, сочинительными конструкциями, конструкциями с придаточной определительной частью; а также освоенными словесными знаками, заимствованными из других языков, и не освоенными в русской языковой системе терминообозначениями. Одним из ярких свидетельств неосвоенности терминов в языковой системе является высокий уровень

графической и орфографической вариантности исследуемых номинаций, обусловленной, прежде всего, динамизмом развития индустрии туризма в современной России.

С точки зрения отнесенности к активному или пассивному лексическому запасу термины сферы туризма представлены в исследуемой терминосистеме современными, устаревшими и новыми номинациями.

Неологизмы в исследуемой терминосистеме современного русского языка в своем большинстве образованы путем заимствования: из английского языка, который в новейший период становится ведущим языком международного общения, а также из других языков через английский язык, выступающий языком-посредником. Заимствования в исследуемой терминосистеме представлены тремя разновидностями: 1) прямые заимствования (собственно заимствования), приходящие в русский язык путем транскрипции и транслитерации, в том числе иноязычные вкрапления; 2) непрямые заимствования, или кальки, представленные двумя разновидностями: синтаксическими и семантическими кальками, образованными путем заимствования переносного значения слова; 3) гибридные образования, или полукальки.

Расширение терминологического состава исследуемой подсистемы в русском языке новейшего периода в настоящее время происходит также за счет внутренних заимствований из других терминосистем русского языка.

Процесс адаптации заимствованных лексем к системе русского языка проходит не всегда легко: для настоящего периода ассимиляции многих новых слов характерно параллельное функционирование их формальных (напр., *инклюзив-тур* / *inclusive-тур* / *IT-тур*; *chekout* / *чек аут / чекаут / чек-аут*) и семантических (напр., *трансфер* – перевозка пассажира из аэропорта, вокзала или другого места в отель, гостиницу или другое заранее согласованное место; встреча и сопровождение туриста до определенного пункта, а также любая перевозка туриста в пределах туристического центра)

вариантов. Активизация лексического заимствования приводит к тому, что адаптационный механизм русского языка становится более динамичным.

Как показало проведенное исследование, состав терминологии международного туризма в современном русском языке пополняется также за счет неологизмов, созданных на базе собственных ресурсов русского языка в результате морфологического, синтаксического и лексико-семантического (за счет метафоризации, метонимизации и родо-видовых переносов) способов словообразования и являющихся межнаучными и узкоспециальными терминами-неологизмами, среди которых есть собственные термины, квазитермины и предтермины. Весьма многочисленную группу языковых знаков в исследуемой терминологической подсистеме русского языка образуют так называемые «тематически переориентированные семантические неологизмы» (в соответствии с концепцией проф. О.В. Загоровской), представленные терминологическими единицами, пришедшими из не связанных с международным туризмом сфер, в первую очередь, из сферы экономики, спорта, строительства, и компьютерной сферы. Причем многие из лексических и фразеологических единиц являются новыми только для исследуемой нами сферы. Например, *рынок, вилла, апартаменты* и др.

Для целого ряда терминологических единиц сферы международного туризма в русском языке новейшего периода характерен процесс актуализации, который происходит за счет перехода отдельных групп терминов в разряд широкоупотребительных. Среди актуализированных терминов в русском языке новейшего периода можно назвать обозначения понятий, связанных с системой размещения потребителей туристических услуг. Следует отметить, что новизна некоторых иноязычных номинаций, заимствованных русским языком на прежних этапах своего развития, обусловлена повышением их частотности в новейший период развития русского языка.

Противоположным по направленности процессом является процесс пассивизации, проявляющийся в переходе некоторых групп терминов в разряд малоупотребительных и устаревших. Названный процесс характерен, в основном, для слов, обозначающих явления или понятия советской действительности: наименований учреждений для проведения культурно-массовых мероприятий; лиц, проводящих культурно-массовую работу, документов, необходимых в путешествии.

Названные выше динамические изменения в исследуемой лексической подсистеме со всей определенностью свидетельствуют о том, что терминология международного туризма в русском языке новейшего периода представляет собой динамически развивающуюся открытую систему специальных номинаций, находящуюся в процессе активного формирования.

Между терминологическими единицами подсистемы международного туризма в современном русском языке устанавливаются специфические парадигматические, синтагматические и деривационные связи и отношения, тщательное и многоаспектное изучение которых имеет существенное значение не только для углубления научных знаний о соответствующей языковой подсистеме и процессах ее развития, но и для практической работы по созданию словарей русского языка, в том числе словарей нормативных, включающих сведения о вариантах норм русского литературного словоупотребления и их типах.

Исследования показали, что многие термины международного туризма в русском языке отличаются безусловным национально-культурным своеобразием, которое проявляется, прежде всего, на уровне собственно-языкового компонента значения терминологического словесного знака (в парадигматических и синтагматических семах), а также на уровне лексического фона термина, что связано с его принадлежностью к русской концептосфере и национальными особенностями в осмыслении многих общеизвестных понятий. Проявление национально-культурного своеобразия лексем или устойчивых словосочетаний, входящих в современную русскую

терминологию международного туризма, на уровне денотативных сем встречается значительно реже. Данное явление характерно для некоторых «привлеченных» в рассматриваемую сферу терминов, относящихся к разряду безэквивалентных словесных знаков (ср. приведенные в работе наименования русских средств передвижения, блюд и др.).

Перспективы настоящего исследования видятся в необходимости продолжения изучения терминосистемы международного туризма, находящейся в русском языке в состоянии формирования, а также во включении в исследование материалов, касающихся профессионализмов и профессиональных жаргонизмов сферы международного туризма с указанием на грамматические и стилистические особенности названных номинаций.

Список литературы

Словари

1. Англо-русский терминологический глоссарий по индустрии гостеприимства/ сост.: А. Ф. Дрозд, Е. В. Пильгун. – Минск: БГУ, 2016. – 54 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов/ О.С. Ахманова. - М.: Советская энциклопедия, 1966. — 607 с.
3. Баш Л.М., Боброва А.В., Вечеслова Г.Л. Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л. М. Баш, А.В. Боброва, Г.Л. Вячеслова. – М.: Цитадель-трейд, 2002. – 960 с.

4. Большой глоссарий терминов международного туризма = The Greatglossary of terms for the international tourism / под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова – СПб: Издательский Дом Герда, 2006. – 936 с.
5. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 469 с.
6. Большой юридический словарь / под ред. А. Я. Сухарева. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 858 с.
7. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т./ В.И. Даль. – М.: Русский язык, 2000.
8. Дьяков А.И. Словарь англицизмов русского языка/ А.И. Дьяков// URL: http://anglicismdictionary.dishman.ru/ (дата обращения: 12.01.2015).
9. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2 т. / Т.Ф. Ефремова. - М.: Русский язык, 2000.
10. Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. Новый словарь иностранных слов/ Е.Н. Захаренко, Л.Н. Комарова, И.В. Нечаева. – М.: Азбуковник, 2008. – 1037 с.
11. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь/ И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Советский спорт, 1999. - 664 с.
12. Исмаев Д.К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма/ Д.К. Исмаев. - М.: Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству, 1994. – 96 с.
13. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов/ Н.Г. Комлев. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. — 1308 с.
14. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов/ Л.П. Крысин. - М.: Эксмо, 2010. - 944 с.
15. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка/ С.А. Кузнецов. - СПб.: Норинт, 2000. — 1536 с.

16. Кусков А.С. Туристский бизнес: словарь-справочник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - М.: ФОРУМ, 2008. - 384 с.
17. Мостицкий И. Универсальный дополнительный практический толковый словарь. 2005 - 2012/ И. Мостицкий (http://slovari.bibliofond.ru/mostitsky_universal_dic/)
18. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка/ С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. - М.: ООО «А ТЕМП», 2016. — 944 с.
19. Православная Энциклопедия/ под ред. Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. – 2002// www.pravenc.ru/
20. Простаков И.В. Иностранные термины в турбизнесе: Краткий толковый словарь/ И.В. Простаков. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 128 с.
21. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь/ Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.
22. Российский гуманитарный энциклопедический словарь: в 3 т./ гл. ред. П. А. Клубков. — М.; СПб: ВЛАДОС, 2002.
23. Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов/ И.А. Рябова, Д.К. Исмаев, С.Н. Путилина. - М.: МАТГР, 2005. - 466 с.
24. Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. - М.: Альфа-М, 2008. - 432 с.
25. Сенин В.С. Туризм: мини-словарь/ В.С. Сенин. — М.: Финансы и статистика, 2004. - 64 с.
26. Скляревская Г.Н. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика. - М.: Эксмо, 2007. – 1136 с.
27. Скляревская Г.Н. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения. - СПб., 1998. — 700 с.
28. Словарь русских историзмов / Т.Г. Аркадьева, М.И. Васильева, В.П. Проничев, Т.Г. Шарри. - М.: Высшая школа, 2005. - 305 с.

29. Словарь русского языка XI-XVII вв./ гл. ред. С.Г. Бархударов. - М.: Наука, 1976. — 288 с.
30. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования/ Ю.С. Степанов. - М.: Языки русской культуры, 1997.
31. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес/ авт.- сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.-Афины: INFOGROUP, 1994. - 407с.
32. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / под. ред. Л.П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
33. Туристский терминологический словарь/ авт.- сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Советский спорт, 1999. – 351 с.
34. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации: Справочник/ В.Д. Уваров, К.Г. Борисов. - М.: Междунар. отношения, 1990. – 288 с.
35. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т./ Д.Н. Ушаков. - М.: Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1939 -1940; М.: Альта-Принт, 2005.
36. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / М.Фасмер. – М.: Астрель — АСТ, 2004.
37. Экономика и право: словарь-справочник / сост. Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – Москва: Вуз и школа, 2004. – 1072 с.
38. Энциклопедический словарь российской жизни и истории XVIII - начало XX века / Л.В. Беловинский. - М.: ОЛМА-Пресс, 2003. – 910 с.
39. Энциклопедия туризма/ под ред. проф. А.А. Федулина. – М.: Коломенская типография, 2017. – 528 с.
40. Энциклопедия туриста / Е.И. Тамм, А.Х. Абуков, Ю.Н. Александров и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. – 607 с.
41. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. - Second edition. - Oxon: CABI Publishing, 2005. - 395 p.

Научные статьи и монографии

42. Абрамова Г.А. Медицинская лексика: основные свойства и тенденции развития: монография / Г.А. Абрамова. - М.; Краснодар: Общество любителей российской словесности, 2003. - 246 с.
43. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов/ А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001.
44. Александрова А.Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе/ А.Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. –2014. –№1. – С. 28-33.
45. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Наука, 2010. – 288 с
46. Алькудах А.К.М. Типы терминологических номинаций в лексике тематической сферы «Туризм» в современном русском языке/ А.К.М.Алькудах// Известия Воронежского государственного педагогического университета. – 2016. - №2 (271). – С 178-183.
47. Амер М.А. Научно-технические термины-неологизмы в современном русском литературном языке: дис. ... канд. филол. наук / М.А. Амер. - М., 1994. – 304 с.
48. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка/ И.В. Арнольд. - М.,1986. - 295с.
49. Арутюнова Н.Д. Национальное сознание, язык, стиль/ Н.Д. Арутюнова // Лингвистика на исходе XX века. - М., 1995.
50. Бабкина Т.И. структурно-семантический анализ лингвокультурного концепта «путешествие» (на материале русских и французских текстов по туризму): автореф. дис. ... канд. филол. наук/ Т.И. Бабкина. – Ижевск, 2009. – 24 с.
51. Белан Э.Т. Особенности формирования новых терминосистем (на материале английской и русской терминологий международного туризма): автореф. дис. …канд. филол. наук/ Э.Т. Белан. – М., 2009. – 24 с.

52. Белякова А.А. Восприятие концепта «путешествие» в динамике его становления в англоязычной культуре: дис. ... канд. филол. наук / А.А. Белякова. – М., 2004. – 181 с.
53. Бердяев Н.А. Судьба России// Бердяев Н.А. Сочинения. - М.: ЭКСМО, 2004.
54. Биржаков М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. - СПб.: Герда, 2000. - 192 с.
55. Боброва Е.А. Опыт лингвистического исследования эволюции концепта «путешествие» в англоязычной культуре: дис. ... канд. филол. наук / Е.А. Боброва. – Иркутск, 2006. – 217 с.
56. Боянова Н. Русская терминология туризма на фоне болгарской/ Н.Боянова// https://docplayer.ru/37272317-Russkaya-terminologiya-turizma-na-fone-bolgarskoy-opyt-lingvisticheskogo-opisaniya.html (2009).
57. Будагов Р. Л. Введение в науку о языке/ Р.Л. Будагов. - М.: Просвещение, 1965. - 492 с.; Belovo: Belovo polygraphist, 2003. - Vol. 3. - PP. 394-397.
58. Вавилова Е.В. Основы международного туризма/ Е.В. Вавилова. - М.: Гардарики, 2005. - 160 с.
59. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие/ Н.С. Валгина. - М.: Логос, 2001. - 304 с.
60. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов/А Вежбицкая. — М.: Русские словари, 1996. — 416 с.
61. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков/ А. Вежбицкая / Пер. с англ. А. Д. Шмелева под ред. Т. В. Булыгиной. — М.: Языки русской культуры, 1999. – 288 с.
62. Величко И.В. Специфика лексического корпуса текстов тематической сферы «туризм»/ И.В. Величко // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – С. 19-20.
63. Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху/ И.Т. Вепрева. - М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. - 384 с.

64. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова/ Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. - М., 1980. – 232 с.
65. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного/ Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. - М.: Русский язык, 1976. – 248 с.
66. Виноградова Л.В. Русская терминология туризма: структурная характеристика/ Л.В. Виноградова // Вестник Новгородского государственного университета. - Сер. История. Филология. - 2009. - № 52. - С. 27-30.
67. Виноградова Л.В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах: дис ... канд. филол. наук / Л.В. Виноградова. - Великий Новгород, 2011. - 213 с.
68. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе/ С. Влахов, С. Флорин. - М. 1986.
69. Володина М.Н. Национальное и интернациональное в процессе терминологической номинации/ М.Н.Володина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. – 112 с.
70. Володина М.Н. Теория терминологической номинации/ М.Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 180 с.
71. Воскресенский В.Ю. Международный туризм/ В.Ю. Воскресенский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
72. Гак В.Г. Национально-культурная специфика меронимических фразеологизмов/ В.Г. Гак// Фразеология в контексте культуры. - М.: Языки русской культуры, 1999. - С. 261-265.
73. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология: На материале французского и русского языков / В.Г. Гак. — М.: Международные отношения, 1977. — 262 с.

74. Гарифуллина Л.А. Лексика индустрии гостеприимства в татарском языке в сопоставлении с английским языком): автореф. дис.канд. филол. наук/ Л.А. Гарифуллина. – Казань, 2008. – 28 с.
75. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах/ Б.Н. Головин, Р.Ю. Кобрин. - Горький, 1987. – 119 с.
76. Гочев Г.Н. К вопросу о неологических процессах в современной русской лексике / Г.Н. Гочев// Мир русского слова и русское слово в мире. - София, 2007. – С.59-64.
77. Грановская Л.М. Русский литературный язык в конце XIX и XX вв.: очерки / Л.М. Грановская. – М.: Элпис, 2005. – 448 с.
78. Гринев С.В. Введение в терминоведение/ С.В. Гринев. - М.: Моск. Лицей, 1993. - 309 с.
79. Гринев-Гриневич С.В. Терминоведение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.В. Гринев-Гриневич. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
80. Громова И.А. Когнитивные аспекты семантики юридического термина (на материале английской юридической терминологии)/ И.А. Громова //http://www.studfiles.ru/preview/1101510/page:7/ 01.06.2015).
81. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влияние на духовное развитие человечества / В. Гумбольдт // Избранные труды по языкознанию. - М., 1984. - С. 319-322.
82. Даниленко В.П. Лингвистические проблемы упорядочения научно-технической терминологии / В.П. Даниленко, Л.И. Скворцов // Вопросы языкознания. 1981. - № 1. - С. 7 - 16.
83. Даниленко В.П. Русская терминология (Опыт лингвистического анализа) / В.П. Даниленко. – М.: Наука, 1977. – 246 с.
84. Даниленко О.В. Становление и развитие английской туристской терминологии и их экстралингвистической обусловленности: дис ... канд. филол. наук / О.В. Даниленко. - Омск, 2011. - 261 с.

85. Данькова Т.Н., Загоровская О.В. Проблемы современной терминологии: монография/ Т.Н. Данькова, О.В. Загоровская. – Воронеж, 2018. – 219 с.
86. Добровольский О.П. Национально-культурная специфика во фразеологии/ О.П. Добровольский// Вопросы языкознания. – 1997. - №6. – С.37-48.
87. Долженко Г.П. Термины «туризм» и «турист» в русской лексике: хронологический аспект / Г.П. Долженко, Л.Б. Савенкова // Географический вестник. – 2011. – №4. – С.21-25.
88. Ельмслев Л. Можно ли считать, что значения слов образуют структуру? / Л.Ельмслев // Новое в лингвистике. Вып. II. – М., 1962.
89. Жабаева С.С. Национально-культурная специфика реализации концепта «гостеприимство»: на материале казахского, русского и английского языков: автореф. дис. ...канд. филол. наук/ С.С. Жабаева. - Челябинск: 2004. - 21 с.
90. Заварзина Г.А. Активные процессы развития лексики туризма в русском языке новейшего периода/ Г.А. Заварзина, Е.Ю. Краморенко// Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий. – Воронеж: ВГПУ, 2017. – С. 26-30.
91. Заварзина Г.А. Лексика русского языка новейшего периода: структурно-семантическое исследование (на материале лексической подсистемы государственного управления): монография/ Г.А. Заварзина. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2017а. – 163 с.
92. Заварзина Г.А. Русская лексика государственного управления: история формирования и современные процессы развития: дис. докт. филол. наук / Г.А. Заварзина. – Воронеж, 2015.
93. Загоровская О.В. Динамические процессы развития лексики тематической сферы «Туризм» в русском языке новейшего периода/ О.В.Загоровская, А.Алькудах// Известия Воронежского

государственного педагогического университета. − 2016. − № 1. – С.164-168.

94. Загоровская О.В. Лексические инновации в русском языке новейшего периода/О.В. Загоровская//Актуальные проблемы изучения и преподавания русского языка на рубеже XX-XXI веков. - Воронеж, 2001. - С.10-11.

95. Загоровская О.В. Расширение лексического состава русского языка как одно из основных направлений его развития на рубеже XX-XXI веков/ О.В. Загоровская // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в вузе и школе. – Воронеж: Научная книга, 2008. – С. 3-15.

96. Загоровская О.В. Русский язык на рубеже XX-XXI веков: исследования по социолингвистике и лингвокультурологии: монография / О.В. Загоровская. – Воронеж: Научная книга, 2013. -232 с.

97. Загоровская О.В. Еще раз о структуре значения словесного знака/О.В.Загоровская // Теоретические проблемы современного языкознания /под ред. И.А.Стернина и М.А.Стерниной. – Воронеж: Истоки, 2009. – С.24-32.

98. Загоровская О.В., Данькова Т. Н. Термин и терминология: монография / О. В. Загоровская, Т.Н. Данькова. — Воронеж, 2011.

99. Загоровская О.В., Стернин И.А. Национально-культурная специфика слова и ее проявление в художественном тексте/ О.В. Загоровская, И.А. Стернин// Русский язык для студентов-иностранцев. – М., 1984. – С. 99–110.

100. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства/ Е.А. Земская // Русский язык конца 20 столетия (1985–1995). - М.: Языки русской культуры, 1996. – 712 с.

101. Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов и др. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 288 с.

102. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности/ Е.Н. Ильина. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 256 с.
103. Калинин А.В. Лексика русского языка/ А.В. Калинин. - 3-е изд. — М.: Московский университет, 1978. — 232 с.
104. Канделаки Т.Л. Работа по упорядочению научно-технической терминологии и некоторые лингвистические проблемы, возникающие при этом/ Т.Л. Канделаки // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. - М.: Наука, 1970. — С. 40—53.
105. Караулов Ю.Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю.Н. Караулов. — М.: Наука, 1981. — 363 с.
106. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность/ Ю.Н. Караулов. - М., 1987.
107. Каребина О.П. Семантическая организация лингвистических и паралингвистических феноменов в текстах предметной области «туризм»: автореф. дис. ... канд. филол. наук/ О.П. Каребина. – М.: Краснодар, 2008. – 21 с.
108. Карпухина Н.М. Лексико-семантические процессы в русской терминологии товарно-денежного обращения: автореф. дис. ... докт. филол. наук/ Н.М. Карпухина. - М, 2007. - 34 с.
109. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивная неология: изменение вектора исследовательского поиска / Л. Ю. Касьянова // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках. – Днепропетровск: Пороги, 2009. – С. 14–17.
110. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистка, 2006. - 336 с.
111. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения: Учеб. пособие / Т. Р. Кияк - Киев: УМК ВО, 1989. - 104 с.
112. Кожевникова И.Г. Русская спортивная лексика: Структурно-семантическое описание / И.Г. Кожевникова. - Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та., 2002. - 264 с.

113. Колесник Н.В. Введение в специализацию: Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота/ Н.В. Колесник. - М.: Сов. спорт, 1999.
114. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и в языке/ Г.В. Колшанский. - М., 1990.
115. Комлев Н.Г. О культурном компоненте лексического значения/ Н.Г. Комлев // Вестник Московского универсистета. - Сер.: Филология. - 1966. - №5. - С. 43–50.
116. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов/ О.А. Корнилов. - М.: ЧеРо, 2003. - 349 с.
117. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В.Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
118. Костомаров В.Г. Активные процессы в словообразовании / В.Г. Костомаров // Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. - СПб.: Златоуст, 1999. - С. 208 - 245.
119. Костомаров В.Г. Принципы отбора лексического минимума/ В.Г. Костомаров//Русский язык в национальной школе. – 1962. - №1. – С.10-19.
120. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Ф.Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейенз. – М.: ЮНИТИ, 1998.
121. Кретов А.А. Лингвистическая теория реалии / А.А.Кретов, Н.А.Фененко // Вестник ВГУ. - Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. - №1 – С. 7-13.
122. Крысин Л.П. Лексическое заимствование и калькирование / Л. П. Крысин // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX XXI веков. - М.: Языки славянских культур, 2008. – 712 с.
123. Кузина М.А. Особенности лексико-семантической ассимиляции английских заимствований в современном немецком языке: на материале текстов по туризму: дис...канд. филол. наук/ М.А. Кузина. - Москва, 2006. - 255 с.

124. Кузина О.А. Семантические и ассоциативные поля туризма как отражение фрагментов языкового сознания и картин мира русских, немцев и американцев: дис...канд. филол. наук / О.А. Кузина. – Барнаул, 2006. – 455 с.
125. Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику/ Дж. Лайонз. - М.: Прогресс, 1978. — 540 с.
126. Лагута Т.Н., Вержанская О.Н. Изучение туристической лексики в курсе русского языка как иностранного/ Т.Н. Латута, О.Н. Вержанская// http://uapryal.com.ua (Дата обращения 13.11.2015)
127. Лейчик В.М. Интеллектуализация и демократизация – противоположные тенденции в развитии современного русского языка / В.М. Лейчик // Русистика на пороге XXI века: проблемы и перспективы. – М.: ИРЯ РАН, 2003. – С. 420–423.
128. Лейчик В.М. Проблемы отечественного терминоведения в конце XX века / В.М. Лейчик // Вопросы филологии. – 2000. – № 2. – С. 20-29.
129. Лингвистический аспект стандартизации терминологии. - М.: Наука, 1993. - 126 с.
130. Лобанова Н.Н. Формирование семантической структуры терминологических единиц (специализация общелитературной лексики) / Н.Н. Лобанова // Семантико-системные отношения в языке. – Свердловск, 1984. – С. 50-54.
131. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики / Д. С. Лотте - М.: Изд-во ЛН СССР, 1961. -160 с.
132. Лю Цзюань. Концепт «Путешествие» в китайской и русской лингвокультурах: дис...канд. филол. наук / Цзюань Лю. – Волгоград, 2004. – 193 с.
133. Маринова Е. В. Иноязычная лексика современного русского языка: учебное пособие/ Е.В. Маринова. - М.: Флинта; Наука, 2012. -288 с.

134. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX - начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования / Е. В. Маринова. - Москва: Изд-во ЭЛПИС, 2008. – 493 с.
135. Маркова Е. И. Заимствованная лексика в сфере туризма / Е. И. Маркова, И.Д. Маркова // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 682-684.
136. Маршалл Н. Лексические инновации в сфере туристической рекламы / Н. Маршалл // Язык, коммуникация и социальная среда. - Вып.2. - Воронеж: ВГТУ, 2002. - С.137-142.
137. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие / В.А. Маслова. – Минск: Тетра Системс, 2001.
138. Митрофанова О. Д. Язык научно-технической литературы/ О.Д. Митрофанова. — М., 1973. – 147 с.
139. Можаева Н.Г. Туризм: учебник для студентов системы СПО / Н.Г. Можаева, Е.В. Богинская. - М.: Гардарики, 2007. - 270 с.
140. Мошняга Е.В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации: монография / Е.В. Мошняга. – М.: Советский спорт, 2010. – 218 с.
141. Мошняга Е. В. Терминосистема международного туризма как лингвокультурное явление/ Е. В. Мошняга// Вестник Московского городского педагогического университета. - Сер. Филология. Теория языка. Языковое образование. - 2009. - № 1 (3). - С. 67–73.
142. Немченко В. Н. Научные термины с конечным элементом -логия в современном русском языке/ В.Н. Немченко// Термины в структурно-семантическом и функциональном аспектах. - Нижний Новгород: Изд-во ИНГУ, 1991. - С. 9 - 23.
143. Никитина М.Ю. Концептуализация милосердия: общеязыковой и идиостилевой аспекты (речевые реализации в синхронии и диахронии): дис...канд. филол. наук/ М.Ю. Никитина. - Саратов, 2014. - 205 с.

144. Никифорова Е.Б. Семантическая эволюция лексической системы русского языка: тенденции, векторы, механизмы: автореф. дис...д-ра филол. наук/ Е.Б. Никифорова. - Волгоград, 2008. – 48 с.
145. Новиков Л.А. Лексикология русского языка. Ее основные понятия и категории / Л.А. Новиков // Русский язык в национальной школе. - 1972. - № 6. – С. 11-24.
146. Одинокова Г.И. К вопросу о типах антонимических противоположностей в терминологии / Г.И. Одинокова // III Международные Бодуэновские чтения: И.А.Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т.2. – С.217.
147. Опарина Е.О. Концептуальная метафора и её функции в языке (на примере субстантивных метафор): автореф. дис...канд. филол. наук/ Е.О. Опарина. - М., 1990. - 26 с.
148. Осадин Б. Деловой туризм в России/ Б. Осадин// Туризм: практика, проблемы, перспективы. - 2000. - №2. - С.45.
149. Погодаева С.А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: дис… канд. филол. наук/ С.А. Погодаева. - Иркутск, 2008. – 234 с.
150. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальное сознание. Вопросы теории и методологии/ З.Д. Попова, И.А. Стернин. - Воронеж, 2002.
151. Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка/ Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава. - М., 2005. - 168 с.
152. Потиха З. А. Современное русское словообразование/ З.А. Потиха. - М., 1970. – 384 с.
153. Радкевич О.С. Сопоставительный анализ терминологии «Курортология» в английском и русском языках: дис... канд. филол. наук / О.С. Радкевич. – М., 2006. – 208 с.

154. Райхштейн А.Д. Национально-культурный аспект интеркоммуникации/ А.Д. Райхштейн // Иностранные языки в школе. – 1986. –№ 5. –С. 10-14.
155. Реформатский А.А. Мысли о терминологии/ А.А. Реформатский// Современные проблемы русской терминологии. – М.: Наука, 1986. – С. 165-198.
156. Реформатский А. А. Термин как член лексической системы языка / А. А. Реформатский // Проблемы структурной лингвистики, 1967. -М.: Наука, 1968. - С. 103 - 125.
157. Розанова Т.П. Туристский продукт: особенности категориального аппарата/ Т.П. Розанова// Туризм –драйвер развития экономики: сб. науч. статей. – М.: Кновер, 2018. - С.154-161.
158. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира/ Л.В. Сакун. - К.: МАУП, 2004. - 399 с.
159. Самойленко А.А. География туризма: учеб. пособие/ А.А. Самойленко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 368 с.
160. Сафонова О.Е. Английский лингвистический компонент в языковой ситуации современной России/ О.Е. Сафонова // Теоретическая и прикладная лингвистика. - Вып.2: Язык и социальная среда: Межвузовский сборник научных трудов. - Воронеж, 2000. - С.68-77.
161. Сенин В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 350 с.
162. Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке конца XX в.: межуровневый аспект: автореф…дис. д-ра. филол. наук. / Е.В. Сенько. – Волгоград, 2000. – 50 с.
163. Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка/ Г.Н. Скляревская. – СПб: Наука, 1993. – 152 с.
164. Соловьев Б.Л. Менеджмент гостеприимства/ Б.Л. Соловьев, Л.А. Толстова. – М., 1997. – 83 с.

165. Сологуб О. П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке/ О.П. Сологуб// Наука. Университет. 2002: материалы III науч. конф. - Новосибирск, 2002. - С. 130 — 134.
166. Степанов Ю.С. Основы общего языкознания: учебное пособие/ Ю.С. Степанов. - М.: Просвещение, 1975. - 271 с.
167. Стернин И.А. Изменения в русском языке XX века (Россия и Германия)/И.А. Стернин. - Воронеж, 1996.
168. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка: Очерк изменений в русском языке конца XX века / И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. – 93 с.
169. Стернин И.А. Основные изменения в русском языке конца XX – начала XXI века/ И.А. Стернин//Теоретические и прикладные проблемы языкознания. – Воронеж: Истоки, 2008. – С. 200-209.
170. Суперанская А.В. Общая терминология: Терминологическая деятельность/ А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: Рус. яз., 1993. – 243 с.
171. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология. Вопросы теории/ А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: УЗСС, 2003. – 248 с.
172. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты /В. Н. Телия. – М.: Языки русской культуры, 1996. –284 с.
173. Тимофеева Г.Г. Новые английские заимствования в русском языке / Г. Г. Тимофеева. — Рязань: Юна, 1995. — 108 с.
174. Тойтукова А.О. Лексические инновации в русском языке начала XXI века (2000 – 2009 гг.): автореф. дис…канд. филол. наук / А.О. Тойтукова. – Абакан, 2010. – 23 с.
175. Томахин Г.Д. Лексика с культурным компонентом значения/ Г.Д. Томахин // Иностранные языки в школе. - 1980. - № 6. - С. 47-50.

176. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: дис...канд. филол. наук / Н.А. Тюленева. - Омск, 2008. - 269 с.
177. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: Учебник / Дж.Р.Уокер. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
178. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка / А.А.Уфимцева. - М., 1968. - 287 с.
179. Федеральная целевая программа развития туризма в России. - М.: Бюро информатизации по туризму, 1996. - 80 с.
180. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»// Туристские Фирмы. Справочник. — СПб.: ОЛБИС, 1996. - Вып. 11.
181. Филатова Н. В. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония/ Н.В. Филатова// Вестник Московского государственного областного университета. - Серия Лингвистика. - 2012. - № 3. - С. 41-46.
182. Ходакова А.Г. Термины и номены/ А.Г. Ходакова// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. - № 4 (1). - С. 411–416.
183. Черевичко Т.В. Туризм как система: методология исследования/ Т.В. Черевичко // Концепт. – 2015. – № 7. – С. 6–10.
184. Черникова Н.В. Лексико-семантическая актуализация как средство отражения изменений в русской концептосфере (1985 – 2008 гг.)/ Н.В. Черникова. - М.: МГОУ; Мичуринск: МГПИ, 2008. - 395 с.
185. Шамсутдинова А. Р. Заимствования из английского языка во французский в области туризма /А.Р. Шамсутдинова // Филологические науки. Вопросы теории и практики: в 2 ч. – 2014. – № 9 (39). - Ч. I. – С. 208– 210.
186. Швейцер А.Д., Никольский Л.Б. Введение в социолингвистику/А.Д. Швейцер, Л.Б. Никольский. - М., 1976. – 216 с.

187. Шевелёва Е.Н. Процессы неологизации в лексике тематической сферы досуг в русском языке новейшего периода: автореф. дис…канд. филол. наук / Е.Н. Шевелёва. – Воронеж, 2011. – 24 с.
188. Шелов С.Д., Шуфан С. Термин как основная единица терминологии: разнообразие определений и единство понимания/ С.Д.Шелов, С.Шуфан// Вопросы языкознания. - 2017. - № 6. - С. 102-114.
189. Щеглова Н. А. К вопросу о грамматических средствах терминологизации русских глаголов и профессиональной речи XVII-XVIII веков / Н. А. Щеглова // Ученые записки МГПИ им. В.И. Ленина. - 1968. - Т.XXXVIII. – Вып. 8. - С. 8–93.
190. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность/ Л.В. Щерба. — Л.: Наука, 1974. — 427 с.
191. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д.Н. Шмелев. М.: Наука, 1973. - 274 с.
192. Шмелев А.Д. Русский язык начала XXI века: действительные и мнимые изменения / А.Д. Шмелев // Русский язык за рубежом. – 2011. – № 4. – С. 117–124.
193. Hanušová Iva Bc. Иноязычная терминология в сфере туризма в современном русском и чешском языках: Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita Filozofická fakulta Ústav slavistiky/ Iva Bc. Hanušová . - Brno: 2008. - 111 с.

Список сокращений

АРСТ - Англо-русский терминологический глоссарий по индустрии гостеприимства/ сост.: А. Ф. Дрозд, Е. В. Пильгун. – Минск, 2016.

БГТМТ - Большой глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б. Биржакова, В.И.Никифорова – СПб, 2006.

БТС - Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. - СПб, 2000.

КСТТ - Исмаев Д.К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма. - М., 1994.

НСИС - Захаренко Е. Н., Комарова Л. Н., Нечаева И. В. Новый словарь иностранных слов. – М., 2008.

РГС - Российский гуманитарный энциклопедический словарь: в 3 т./гл. ред. П. А. Клубков. — М.; СПб: ВЛАДОС, 2002.

СА - Дьяков А.И. Словарь англицизмов русского языка.

СИ - Словарь русских историзмов / Т. Г. Аркадьева, М. И. Васильева, В. П. Проничев, Т. Г. Шарри. - М., 2005.

СИС - Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. – М., 2000.

СМТТ - Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов. – М., 2005.

СОШ - Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. - М., 2016.

СРК - Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. - М., 1997.

СРЯ XI–XVII - Словарь русского языка XI-XVII вв./ гл. ред. С.Г. Бархударов. - М., 1976.

СС - Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка. — М., 2001.

СТ - Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. – М., 2008.

СЭС - Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. — М., 2007.

ТГС - Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / под. ред. Л.П. Воронковой. – М., 2002.

ТСЖРЯ - Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. – М., 2000.

ТСИС - Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. - М., 2010.

ТСРЯ -Скляревская Г.Н. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика. – М., 2007.

ТСУ - Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т. – М., 1939 -1940.

ТТС - Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. – М., 1999.

ЭТ – Энциклопедия туризма/ под ред. А.А. Федулина. – М., 2017.

Приложение

Список исследованных терминов сферы международного туризма, функционирующих в современном русском языке

авиаперевозчик

авиарейс

автобус полутуристского класса

автомобильная дорога, проходящая через местность, представляющую природный, исторический и иной интерес

агентство туристическое

аквапарк

анимация в крыльях сезона

анимация гостиничная

анимация досуговая

аннуляция заказа

аннуляция тура

апартаменты

апартамент-отель

апарт-отель

аперитив по случаю прибытия туристов

астротуризм

аэрогостиница

аэротакси

бальнеотерапия

басбой

бассейн-лагуна

беллмэн

бизнес-тур

бизнес-самолет

билет выходного дня

билет комбинированный

билет открытый

ботель

бронирование в режиме «он-лайн»

бронирование гостиничных услуг на договорных условиях

бронировать номер в гостинице

букинг-лист

бунгало

бутик-отель

бэби-ситтер

бэкпекер

бэкпекинг

ваучер туристский

ваучер туристскиймеждународный

веллнес-центр

виза

виза деловая

виза многократная

виза однократная

виза туристическая

виза шенгенская

вилка колебаний цены

вилла

винсёрфер

виндсёрфинг

вип-отель

виски-тур

владение клубным отдыхом

вместимость апартаментов

водитель-гид

воды термальные

время игр и развлечений

время освобождения номера

все включено

гала-ужин

гарантия резервирования

гастро-отель

гастро-тур

география туризма

гестхаус

гид отельный

гид-переводчик

гольф-поездка

гостеприимство

гостиница «три звезды»

грум-сервис

гурман-тур

дабл

дайвер

дайвинг

дайв-сафари

дайвинг-сафари

дата прибытия

дата снятия брони

даунгрейд

дейли-дайвинг

декларация таможенная

делать пересадку

дельфинотерапия

джамбобургер

джипинг

джонатан

диверсификация туристского продукта

дискаунтер

дисконт

Диснейленд

договор агентский

договор комиссии

договор о туристском обслуживании

дом гостевой

доплата за одноместное размещение

доставить туристов

достопримечательности

дьюти-фри

е-путешествие

е-туризм

завтрак английский

завтрак континентальный

завтрак континентальный

завтрак по-американски

загрузка номерного фонда

заказ на туристскую услугу

заключение договоров медицинского страхования

заплатить по счету

заповедник

запрос подтверждения

заявка на бронирование

заявка на получение визы

заявление о миссии гостиницы

зона отдыха и сервиса

индустрия гостеприимства

индустрия туризма

инкаминг

инкаминг-туризм

инкамтур

инкамтуроператор

инклюзив-тур

инструктор-проводник

интенсив-туризм

Интернет-гид

интер-райл

инфант

информатизация туризма

инфотур

исполнитель туристских услуг

кабана

казино-отель

казино-тур

караванинг

карта полетов

карта прибытия

карта убытия

картхолдер

категория отеля

каякинг

квитанция багажная

квотирование безвозвратное

квотирование возвратное

кейтеринг

кемпер

кемпинг

кемпинг-стоянка

кеш

класс второй

класс первый

классификация средств размещения

кластер туристско-рекреационный

климатотерапия

клуб-отель

кодекс отношений между гостиницами и туроператорами

комплекс отельно-ресторанный

конгресс-отель

конгресс-тур

кондоотель

консьерж-служба

контрагент

конфликтология туризма

коридор красный

коркидж

корн-дог

корпорация гостиничная

коэффициент загрузки транспорта

крылья сезона

куверт

культурология туризма

курортбальнеологический

курорт четырёхсезонный

курортология

лайнер круизный

лайнер круизный третьего поколения

лайнер третьего поколения

ландшафтотерапия

ланч-пакет

латте

лаунж-зона

лизингфинансовый

линия вторая

линия первая

линия расположения гостиницы

лист загрузки отеля

лист ожидания

лицензирование международной туристской деятельности

лобби-бар

лог-бук

лодж

локандо

лоукост

лоукостер

мак-чикен

маркетинг туризма

маркетинг туристский

маршрут анимационный туристский

маршрутзамкнутый круговой

маршрутинклюзивный

маршрут ландшафтно-туристический

маршрутизация

мега-яхта

межсезонье

менеджер туризма

менеджер-аниматор

менеджмент гостеприимства

менеджмент туризма

менеджмент туроперейтинга

меню «а парт»

мини-бар

мини-круиз

мини-отель

мистери-тур

мистраль

мотивация туристской деятельности

моцарелла

мощность номерного фонда

мультивиза

мультиклуб

найт-сервис

номер с двуспальной кроватью

номер семейный

нон-флайтер

обслуживание «а ля карт»

обслуживание в номере

обслуживаниевыездное ресторанное

обслуживание по формуле «евро-найт»

океанариум

океанотерапия

онлайн-регистрация

оператор наземный

оплата по факту оказания услуг

оплата проживания и питания

особняк-отель

остановка продаж тура

отель

отель - кафе – ресторан

отель в прибрежной полосе

отель высокозвёздный

отель длительного проживания

отель капсульный

отель с пониженной комфортностью

отель-резорт

отель таймшерный

отель трёхкоронный

отель-гарни

отель-дворец

отель-кондоминиум

отель-шале

оформление билета электронное

оформление загранпаспорта

офф-роуд

пакет туристических услуг

пансион

пансион полный

паркнациональный

парк тематический

паркинг

паспорт средства размещения

пассажир бизнес-класса

пассажир круизный

педагогика туризма

перевес багажа

перевозка поличартерная

период белый

период красный

период остановки продаж

период синий

пик сезона

план американский модифицированный

план европейский

платеж в рассрочку

плум-пудинг

пляж муниципальный

пляж общественный

пляж частный

повышение категории обслуживания

поддержка визовая

подтверждение бронирования

поезд для экскурсантов по сниженному тарифу

поиск новых туристских направлений

показатель «пассажиро-миля»

политология туризма

полупансион

порог вхождения в индустрию международного туризма

порядок оплаты заказа

потребитель туристской услуги

правиламеждународные гостиничные

правила предоставления гостиничных услуг

предвиза

предприятиерекреационное

предрегистрация

премиум-класс

прибытие позднее

прибытие раннее

программа авиакомпании

программа авиакомпании бонусная

программа туристского путешествия

продажа туров прямая

продажа услуг средства размещения по запросу

продвижение комплексных туристских услуг

продвижение туристского продукта

продление тура

псевдоонлайн-бронирование

психология туризма

психотуризм

путешествие в неизвестное место назначения

путешествие в один конец

путешествовать туристическим классом

пэкидж-тур

пэкэдж

пэт-френдли отель

размещение без питания

размещение с полным пансионом

разрешение на беспошлинный провоз товаров через границу

разрешение на въезд и выезд

расходы на выездной туризм

рафтинг

реалити-туризм

регистрация на рейс

регистрация пассажиров и багажа в аэропорту

резервированиебезотзывное

резервированиегарантийное

рейс регулярный

рейс чартерный

рекламник (ознакомительный тур)

релиз-дата

рента туристская

ресепшн

ресторан самообслуживания

ресторан, в котором пища приготовляется из натурпродуктов

ретейлер

ривьера

роупджампинг

саванна

сафари-путешествие

сверхбронирование

сезон мертвый

сезоннизкий

сезонность

секс-тур

селф-драйв тур

сертификация туристских услуг

сеть гостиниц

сингл

система бронирования

система владения клубным отдыхом

система владения отдыхом

система гостиничного обслуживания, в цену которого входят предоставление номера и завтраки

система низкобюджетных авиационных пассажирских перевозок

система резервирования

сити пэкэдж

ситтинг

ски-пасс

скиппер

скотч

снек-бар

сноркелинг

сноубординг

создание экономических зон

социология туризма

спа, СПА

спа-процедура

спелеотуризм

спина к спине

средства размещения в туризме

статистика туризма

стоимость тура

стойка администрации

сторона принимающая

суперэкспресс

сьют

таблица по снижению цен на поездки

таймшер

талассотерапия

талон посадочный

тариф APEX

тариф авиабилетов

тариф групповой льготный

тарифполный

тариф PEX

терминалы самообслуживания

технология туризма

топ-клиент

трайфл

трансфер

трансферман

тревел-карта

треккинг

тур в сопровождении гида

тур выходного дня

тур групповой

тур групповой инклюзивный

тур для осмотра достопримечательностей с предоставлением гида

тур индивидуальный

тур на лечение

тур на место катастрофы

тур низкобюджетный

тур ностальгический

тур паломнический

тур романтический

тур с объявленной фиксированной ценой

тур с программой по изучению или осмотру природных объектов

тур, совершаемый с оздоровительными или лечебными целями

турагент

турброкер

туриздержки

туризм

туризм автомобильный транзитный

туризм активный

туризм астрологический

туризм виртуальный

туризм выездной

туризм гастрономический

туризм деловой

туризм игрушек

туризм индивидуальный

туризм караванный

туризм катастроф

туризм кладбищенский

туризм космический

туризм международный

туризм мировой

туризм мрачный

туризм мягкий

туризм национальный

туризм неорганизованный

туризм образовательный

туризм организованный

туризм паломнический

туризм пассивный

туризм профессионально-ориентированный

туризм психологический

туризм религиозный

туризм смертельный

туризм социальный

туризм стихийных бедствий

туризм термальный

туризм трансграничный

туризм трущобный

туризм устойчивый

туризм эзотерический

туризм экологический

туризм экстремальный

туриндустрия

туринформатика

турист

турист индивидуальный

турист третьего возраста

турист четвертого возраста

туристика

туристическая фирма, самостоятельно разрабатывающая новые или индивидуальные туристические маршруты-туры

туристическое агентство, которое продает все виды туристских услуг

туркластер

туркомпания

турлидер

тур-менеджмент

туроператор

туроператор внешнего рынка

туроператор инициативный

туроператор на приеме

туроператор рецептивный

турофис

турпакет

турпакет «поезд / автомобиль»

турпакет «самолет / автомобиль»

турпакет минимального содержания

турпоездка

турпоток

турпродукт

туррегион

туррынок

турсайт

услугакомплексная туристская

фам-тур

философия туризма

фирма туристическая

фирма-турагент

фитнес-тур

флайтер

фонд номерной

фотосафари

фронтдеск

фьорды

хамам

хамон

хашбраун

хобби-тур

хостел

хотельер

цена каботажная

цена номерного фонда

цепочка чартерная

цепь отелей

чартер

часть экипажа, занятая обслуживанием пассажиров

чатни

чек дорожный

чек туристический

чек-аут

чек-дайв

чекин, чек-ин

чикен пай

чичероне

шатер-кафе

шатл-сервис

шато

шенген

шоп-тур

шортбред

шуб-тур

шхеры

экология туризма

экономика туризма

эко-отель

экскурсия

экспресс-турне по ближайшим островам на арендованном катере

этика туризма

этноанимация

яхтинг

ALL, Al (all inclusive)

all-inclusive

BB (bed & breakfast)

BDR, BDRM (bedroom)

BDRM

BGL, BG (Bungalow)

call-центр

check in

check out

Continental Breakfast

DBL (Double)

deluxe

Duplex

EXTFB (extended full board)

EXTHB (extended half board)

EXB (Extra bed)

event-тур

FB (full board)

FB+, (full board +)

GV (Garden view)

HB (half board)

HB+ (half board+)

HCAL (hign class all inclusive)

hostel

HV (Holiday Village)

inclusive - tour

Jacuzzi villa

Junior suite

Land view

MB (Main Building)

Mini all inclusive

Park view

PV (Pool View)

QDPL (Quadriple)

OB (only bad)

reception

resort –отель

RO

ROH (Run of the house)

room-сервис

room-сервис

SFV (Sea front view)

SGL (Single)

SGL + CHD

SSV (Side Sea view)

Standart Room

STD (standart)

suite

Super All inc

SV (Sea view)

TRPL (Triple)

TWIN (Double twin)

UAL, UAI (ultra all inclusive)

VFT –путешественник

VIP all inc

VIP-клиент

wellness-комплекс