

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ТЕРМИНОВ, СВЯЗАННЫХ С ТУРИЗМОМ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО, УЗБЕКСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Якубова Ноира Исхаковна

*и.о. доцента Узбекского государственного университета мировых
языков*

Аннотация: Данная работа посвящена изучению социолингвистического аспекта терминологии, связанной с туризмом, на примере английского, узбекского и русского языков. Туризм является одной из быстроразвивающихся отраслей экономики, что обуславливает необходимость глубокого изучения его языковых особенностей.

В работе проводится сравнительный анализ терминологии туристической сферы в указанных языках. Особое внимание уделяется выявлению универсальных, заимствованных и национально-специфичных терминов, а также их этимологии и семантическим особенностям. Рассматривается влияние социокультурных факторов на формирование и функционирование туристической терминологии.

Результаты исследования позволяют выявить общие тенденции и национальную специфику в области туристической терминологии, что имеет важное значение для эффективной межкультурной коммуникации и перевода в туристической сфере.

Ключевые слова: социолингвистика, терминология, туризм, английский язык, узбекский язык, русский язык, межкультурная коммуникация.

ВВЕДЕНИЕ

Туризм — это глобальная индустрия, оказывающая значительное влияние на экономику и культуру во всем мире. Когда люди путешествуют в различные направления, они сталкиваются с новыми языками и терминологией, связанной с туристическим опытом. Понимание социолингвистических аспектов туристической терминологии важно для эффективного общения между путешественниками и местными поставщиками услуг. Это исследование рассматривает лингвистические и культурные нюансы



туристической терминологии на трех языках: английском, узбекском и русском.

МЕТОДЫ

В этом исследовании был использован сравнительный анализ туристической терминологии на английском, узбекском и русском языках. Корпус из 200 туристических терминов был собран из публикаций туристической индустрии, веб-сайтов и полевых исследований, проведенных в Узбекистане. Термины были проанализированы с точки зрения лингвистических особенностей, таких как происхождение слов, семантические значения и прагматическое использование. Культурные коннотации и социолингвистический контекст также были изучены, чтобы понять, как эти термины воспринимаются и используются носителями трех языков.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Анализ выявил несколько ключевых выводов о социолингвистических аспектах туристической терминологии на английском, узбекском и русском языках:

1. Происхождение слов и семантические значения:

- Туристические термины на английском языке часто имеют корни в латинском, французском или других европейских языках, что отражает глобальный охват индустрии.

- Узбекские и русские термины, как правило, имеют тюркское или славянское происхождение [5, 100], хотя многие также включают слова из других языков из-за исторических влияний и культурного обмена.

- Семантические значения туристических терминов могут различаться в трех языках, при этом некоторые концепции имеют разные лексические представления или оттенки значений.

2. Прагматическое использование и культурные коннотации:

- Прагматическое использование туристических терминов в значительной степени зависит от культурных норм и ожиданий. Например, узбекский термин «*mehtonxona*» (отель) [4, 180] несет более сильные коннотации гостеприимства и взаимоотношений между гостем и хозяином, чем английское «*hotel*».

- Некоторые русские термины, такие как «гостиница» (отель) и «экскурсия» (экскурсия), более формальны и имеют несколько иные прагматические импликации, чем их английские и узбекские аналоги.



- Социолингвистический контекст, в котором используются туристические термины, также может различаться, при этом некоторые термины более распространены в формальных, профессиональных ситуациях, а другие - более разговорные или региональные по характеру.

3. Языковые заимствования и код-переключение:

- Из-за глобализированного характера туристической индустрии наблюдается значительное количество языковых заимствований и код-переключений между тремя языками.

- Английские термины, такие как «hotel», «tour» и «resort», широко используются в туристическом контексте в Узбекистане и России, часто с незначительными адаптациями, чтобы соответствовать фонологической и морфологической системам целевого языка.

- Наоборот, узбекские и русские термины, такие как «bazzor» (рынок) и «dacha» (летний домик), также были приняты в английский туристический дискурс, особенно в контексте культурного туризма.

ОБСУЖДЕНИЕ

Социолингвистический анализ туристической терминологии на английском, узбекском и русском языках подчеркивает сложный и многогранный характер использования языка в туристической индустрии [2, 105]. Результаты показывают, что для эффективного общения и взаимопонимания между путешественниками и местными поставщиками услуг необходимы не только языковые навыки, но и культурная осведомленность и чувствительность к нюансированным значениям и прагматическому использованию туристической терминологии.

Наблюдаемые языковые заимствования и код-переключения отражают глобальную взаимосвязанность туристической индустрии, а также непрерывный процесс лингвистического и культурного обмена [1, 48]. Эти явления могут представлять проблемы для изучающих язык и профессионалов в области перевода, поскольку им приходится ориентироваться в тонких различиях в семантических значениях и прагматических импликациях в разных языковых и культурных контекстах.

Кроме того, культурные коннотации и социолингвистический контекст [3, 159], связанные с туристической терминологией, могут иметь серьезные последствия для самого туристического опыта. Например, использование более формальных или бюрократических



звучащих терминов в русском туристическом контексте может восприниматься как менее гостеприимное или дружелюбное некоторыми международными путешественниками, которые предпочитают более разговорный или личностный язык.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Это исследование дает представление о социолингвистических аспектах туристической терминологии на английском, узбекском и русском языках. Результаты подчеркивают важность понимания лингвистических и культурных нюансов туристического языка для эффективного общения и культурного обмена в глобальной туристической индустрии. Дальнейшие исследования в этой области могли бы изучить последствия этих социолингвистических явлений для языкового образования, перевода и предоставления туристических услуг, в конечном счете, способствуя более инклюзивному и обогащающему опыту путешествий для людей из разных языковых и культурных контекстов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абдуллаева Ф. И. Английские заимствования в туристической терминологии узбекского языка / Ф. И. Абдуллаева // Проблемы современной науки и образования. - 2017. - № 10 (92). - С. 48-51.
2. Гореликова С. Н. Термины туризма: лингвокультурологический аспект / С. Н. Гореликова // Вестник Кемеровского государственного университета. - 2014. - № 4 (60). - С. 104-108.
3. Масленникова Е. М. Социокультурные аспекты туристической терминологии / Е. М. Масленникова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. - 2016. - № 1. - С. 159-165.
4. Саттарова Г. С. Особенности туристической терминологии в узбекском языке / Г. С. Саттарова // Вестник Самаркандского государственного университета. - 2015. - № 4 (87). - С. 179-182.
5. Хасанов Б. Х. Туристическая терминология в русском и узбекском языках: сопоставительный анализ / Б. Х. Хасанов // Вестник Челябинского государственного университета. - 2017. - № 4 (400). - С. 99-103.

