

На правах рукописи



КАРНАСЬ Александра Андреевна

**КОГНИТИВНО-ДЕРИВАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРМИНОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
(на материале английского языка)**

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная
лингвистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Майкоп – 2023

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»

Научный руководитель: **Евсюкова Татьяна Всеволодовна,**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Митягина Вера Александровна,
доктор филологических наук, профессор,
кафедра теории и практики перевода и лингвистики ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», заведующий кафедрой;

Немыка Анна Анатольевна,
доктор филологических наук, доцент,
кафедра русского языка как иностранного ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», профессор

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «**Пятигорский государственный университет**» (г. Пятигорск)

Защита состоится «21» сентября 2023 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета по филологическим наукам 24.2.267.03 при ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, конференц-зал.

С текстом диссертации можно ознакомиться в научной библиотеке им. Д. А. Ашхамафа ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пионерская, 260, а также на сайте университета <https://adygnet.ru/nauka/aspirantura-doktorantura-dissertatsionnye-sovety/dissertation/5450/>

Автореферат разослан « » _____ 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент



Е.А. Богданова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная диссертационная работа посвящена проблеме изучения когнитивно-функциональных и деривационных характеристик английских туристических терминов, а именно многоаспектному анализу когнитивных, лексико-семантических и структурно-системных особенностей формирования и функционирования английских терминов туристического дискурса.

Степень разработанности проблемы. В современной отечественной науке изучению языковых особенностей туристического дискурса и терминологии сферы туризма посвящен ряд диссертационных и монографических исследований. Сравнительно-сопоставительному анализу туристических терминов в русском и английском языках посвящена научная работа Э.Т. Белан [Белан, 2009]. В диссертации Л.В. Виноградовой изучается и описывается английская и русская терминология туризма в синхронном и диахронном аспектах [Виноградова, 2011]. В диссертационном исследовании Н.В. Филатовой анализируются языковые особенности туристического дискурса [Филатова, 2014]. Докторская диссертация Э.Ю. Новиковой посвящена исследованию жанровых и аксиологических характеристик международного туристического дискурса в немецкой и русской лингвокультурах [Новикова, 2019]. Лингвоаксиологические особенности предметной сферы «культурное наследие» в туристическом дискурсе в жанре путеводителя проанализированы в работе М.А. Сычевой [Сычева, 2019]. Структурные, типологические особенности терминологии сферы международного туризма в русском языке анализируются в диссертации Алькудаха Амджада Касима Мохаммада [Алькудах, 2020]. С.Х. Липириди в своем диссертационном исследовании описала семантико-аксиологические и когнитивно-прагматические особенности сетевых неологизмов туристического дискурса на материале английского языка [Липириди, 2021]. Объектом диссертационной работы В.А. Колчевской выступает категория персуазивности в туристическом интернет-дискурсе. В работе проанализированы прагмалингвистические характеристики средств выражения категории персуазивности в туристическом интернет-дискурсе с учетом его жанровой специфики и коммуникативных стратегий [Колчевская, 2021].

Интересными представляются также научные труды зарубежных учёных, которые посвящены изучению терминологии туризма и разработке базовых понятий данной сферы [Baron, 1984], эволюции путешествий и терминологии туризма [Hunt, Layne, 1991], влияния пользовательского контента на поведение туристов при планировании путешествия [Cox, Burgess, Sellitto, Buultjens, 2009], терминологии религиозного туризма в индустрии гостеприимства [Küpelı, Koc, Hassan, 2018], видов и типов туризма, а также вопросов стандартизации терминологии туризма [Comanescu, 2018], кластерного представления терминологии туризма [Say, 2021], описанию особенностей взаимоотношения языка туризма и

социологии [Blanca, 2018], актуальной проблемы концептуализации языка туризма [Iglesias, 2016], новой лексики туризма [Wilson, 2018] и др.

Исследование английской туристической терминологии **актуально** ввиду его антропоориентированности и междисциплинарности. Индустрия туризма – это новый социально-экономический, социально-культурный и научный феномен. Влияние данного феномена на различные сферы жизни современного социума, его важность для социокультурного взаимодействия людей и разных народов, а также для развития экономики многих стран обусловили необходимость в анализе и осмыслении специальной и терминологической лексики туристического дискурса в английском языке на основе комплексного когнитивно-семантического исследования. Начиная с конца XX века и до нынешнего времени, в мире наблюдается бум туризма, появление новых видов и форм туризма и, следовательно, активного внедрения номинирующих данные явления терминов, исследование которых представляется актуальным.

Объектом диссертации является английская туристическая терминология.

Предмет исследования выступают когнитивно-функциональные и структурно-семантические характеристики английских туристических терминов.

Материал исследования послужили общенаучные, узкоспециальные и жаргонные английские туристические терминологические единицы, извлечённые методом сплошной выборки из лексикографических источников (толковых словарей, терминологических словарей-справочников, энциклопедий), мультимедийных и онлайн-источников, рекламных и информационных материалов на английском языке, связанных со сферой индустрии туризма. Материалом послужили данные словарей Collins Dictionary (<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/tourist-industry>), Merriam-Webster Dictionary (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourism>), словаря новой лексики Wordspy: The Word Lover's Guide to New Words (<https://www.wordspy.com>), а также данные сайтов <https://www.amenitiz.com/blog/what-are-the-different-types-of-tourism>, <https://tourismnotes.com/travel-tourism/>, <https://colorwhistle.com/types-of-tourism/>, <https://tourismteacher.com/types-of-tourism-glossary/>, содержащие широкий перечень терминологических единиц сферы индустрии туризма.

Общий объем картотеки составил **2100** туристических терминологических единиц на английском языке.

Гипотеза работы. На формирование и развитие английской туристической терминологии оказывают большое влияние экстралингвистические факторы, что способствует образованию терминологической лексики посредством многочисленных векторов ассоциаций. Совокупность туристических терминов репрезентирует структуры специального знания в туристическом дискурсе, которые могут

быть представлены иерархично и систематизировано в виде фреймовой модели.

Целью исследования является определение структуры, состава, типологических особенностей, а также основных закономерностей формирования английской туристической терминологии посредством когнитивно-семантического анализа исследуемых процессов.

Поставленная цель определила следующие **задачи исследования**:

1) выявить характерные признаки дискурса туризма и установить факторы, обусловившие формирование специальной и терминологической лексики туристического дискурса в английском языке;

2) на основе фреймового анализа представить логико-понятийную структуру и концептуальную организацию английской туристической терминологии;

3) выявить и проанализировать модели терминологической метафоризации в туристическом дискурсе;

4) описать лексико-семантические, структурные и синтаксические особенности терминообразования туристической терминологии;

5) установить роль жаргонной лексики в формировании терминологии туристического дискурса.

Методы и приемы исследования. В работе были применены следующие методы и приемы исследования: методы наблюдения, сравнения и обобщения; методы структурного и компонентного анализа; методы классификации и систематизации для тематической стратификации английской туристической терминологии; методика фреймового анализа для построения фреймово-слотовой модели туристической терминологии; методика метафорического моделирования для описания метафоризированных терминов туристического дискурса.

Положения, выносимые на защиту:

1. Система английской туристической терминологии образуется под влиянием экстралингвистических факторов, обусловивших ее принадлежность как к профессиональному, так и к обиходному дискурсам, следовательно, ее отличает интегративность и междисциплинарность.

2. Туристический дискурс отличается сложными жанровыми и тактико-стратегическими характеристиками, что обусловлено его полидискурсивным характером, многообразием типов коммуникантов и временно-пространственных характеристик. Терминология туристического дискурса актуализирует дискурсивные и социальные практики туризма как социального явления.

3. Систематизация английской туристической терминологии и описание его логико-понятийной структуры и концептуальной организации наиболее эффективны при построении фреймовой модели. Фреймовая модель английской терминологии туристического дискурса представляет собой многоуровневую иерархическую структуру слотов, субслотов и субфреймов. Наиболее сложная организация с большим количеством слотов

и субслотов отмечается в субфреймах «Types of tourism / Виды и типы туризма» и «Tourism Services / Услуги в сфере индустрии туризма».

4. Выявление в туристической терминологии значительного количества метафоризированных терминов свидетельствует об активном процессе слияния научной и наивной картин мира в туристическом дискурсе.

5. Деривационные особенности формирования терминов-неологизмов в туристическом дискурсе в современном английском языке находят яркое отражение в корпоративном жаргоне, занимающем значительное место в туристической терминологии.

Теоретико-методологическую базу исследования составили научные идеи и концепции, разработанные в областях, посвящённых проблемам изучения терминологии и терминодеривации (Авербух, 2005; Алимуратов, 2012; Борисова, 2008; Буянова, 2012; Володина, 1997, 2000; Головин, Кобрин, 1987; Гринев-Гриневиц, 2008; Лейчик, 2009; Лейчик, Шелов, 2004; Суперанская, Подольская, Васильева, 2012 и др.); когнитивного аспекта терминологии (Арутюнова, 1998; Голованова, 2013; Демьянков, 2015; Ивина, 2003; Мак Кормак, 1990; Манерко, 2003; Минский 1979; Новодранова, 1997, 2000; Ортега-и-Гассет, 1990; Сорокина, 2007; Lakoff, 1993; Lakoff, Johnson, 2003 и др.); туристического дискурса (Новикова, 2014; Митягина, 2009; Мошняга, 2010; Dann, 1996; Comanescu, 2018; Say, 2021 и др.).

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые представлено системное и многоаспектное описание английской туристической терминологии с позиций когнитивно-дискурсивного и деривационного подходов. Раскрыты и описаны экстралингвистические факторы формирования английской туристической терминологии; разработана категориально-понятийная и тематическая классификация английских терминов туристического дискурса; терминология туристического дискурса представлена в виде фреймово-слотовой модели; выявлены и описаны метафорические модели английских терминов данной сферы как новой формирующейся терминологии; проведен подробный анализ структурно-семантических особенностей английских туристических терминов.

Новым представляется анализ и описание значительного пласта терминологических единиц, принадлежащих корпоративному жаргону туристического дискурса

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в углублении представлений о когнитивных процессах терминодеривации. Комплексное изучение когнитивно-функциональных и структурно-семантических особенностей английских туристических терминов вносит вклад в развитие когнитивного терминоведения, теории метафоры, терминологической деривации. Изучение когнитивных процессов формирования английской терминологии туристического дискурса расширяет представления о методах фреймового и метафорического моделирования отраслевой терминологии.

Практическая ценность проведенного исследования заключается в том, что выводы и результаты работы могут быть использованы в преподавании университетских курсов лексикографии, теории номинации, теории профессиональной коммуникации, лексикологии английского языка, в разработке спецкурсов и спецсеминаров по когнитивному терминоведению, а также при написании выпускных квалификационных работ, магистерских и кандидатских диссертаций по данной проблематике.

Материалы исследования могут также использоваться в практике преподавания английского языка в рамках подготовки специалистов в сфере туризма и индустрии гостеприимства.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертации докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Ростовского государственного экономического университета, а также были представлены на научных конференциях разного уровня: Межвузовской онлайн-конференции «Научно-методическое обеспечение преподавания иностранных языков на неязыковых факультетах в свете теории и практики межкультурной коммуникации» (АГУ, Майкоп, 8 июня 2022 г.), Всероссийской форсайт-сессии «Язык, культура, образование: вызовы и перспективы» (ВГУ, Волгоград, 22 апреля 2022г.), Международной научной конференции «Scientific research of the SCO countries: synergy and integration» (Пекин, КНР, 28 сентября 2022).

По теме диссертации опубликовано **10** научных работ, в том числе **6** статей в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования России.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность избранной темы диссертационной работы; представлены степень разработанности проблемы, объект и предмет и практический материал исследования; указаны методы исследования; сформулированы цель, задачи и гипотеза исследования; определены положения, выносимые на защиту; определена теоретико-методологическая база работы; охарактеризованы научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность диссертации;

В **первой главе** диссертации «**Теоретические основы изучения терминологии туризма**» анализируются современные подходы к исследованию терминологии туризма в свете когнитивно-дискурсивного подхода; туристический дискурс рассматривается как способ актуализации туристических терминов, выделяются и описываются его конститутивные и жанровые характеристики; представляется тематическая классификация английской туристической терминологии.

Термин, являясь единицей профессионально-научного знания и эвристической единицей, представляет собой зафиксированное в языке номинирование явления или предмета: «Термин является особой когнитивно-информационной структурой, в которой аккумулируется выраженное в конкретной языковой форме профессионально-научное знание, накопленное человечеством за весь период его существования» [Володина, 2000: 25]. Термин рассматривается в качестве знакового средства, подлежащего толкованию посредством прагматических правил описания и создания условий для интерпретатора воспринимать термин именно как знак. Термин, являясь единицей профессионально-научного знания и эвристической единицей, представляет собой зафиксированное в языке номинирование явления или предмета. Когнитивная специфика термина позволяет выявить при его анализе большое количество «скрытых» экстралингвистических сведений.

Таким образом, терминология как наука влилась в когнитивно-дискурсивную парадигму, где термин рассматривается в качестве знакового средства, подлежащего толкованию посредством прагматических правил описания и создания условий для интерпретатора воспринимать термин именно как знак [Борисова, 2004].

В рамках когнитивного терминоведения Л.В. Ивина пришла к выводу, что «один из самых распространенных видов концептуализации окружающего мира — концептуальная метафора, она не только участвует в субкатегоризации понятий, но и обеспечивают аккумуляцию знаний как отдельного человека, так и социума. Главный принцип такой категоризации сводится к тому, что сложные, не наблюдаемые непосредственно ментальные пространства, соотносятся через метафору с более простыми и конкретными наблюдениями» [Ивина, 2003: 46]. Очевидно, что в рамках исследования терминологической лексики использование методов и приемов когнитивного анализа и построение когнитивных моделей позволяет эффективно рассматривать и анализировать процессы формирования и функционирования определенных терминосистем. Проведение концептуального и фреймового анализа терминов в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы позволяет выстроить эффективную концептуальную модель определенной терминологии.

Актуальность туризма как социального феномена и, следовательно, предмета рассмотрения многих наук, в том числе и лингвистики, заключается в его массовости и в охвате большого количества отраслей экономики и культуры, что обусловлено природой человека – тяга к познанию лежит в основе человеческого прогресса. Как справедливо отмечает В.А. Митягина, туризм, «удовлетворяя прежде всего потребность в отдыхе, эстетические, гедонические потребности и потребность в информированности, постоянно совершенствует свои формы» [Митягина, 2009: 88].

К XX веку туризм становится глобальной индустрией, одной из самых важных отраслей экономики в мире, инфраструктура которой достигла

огромного масштаба. По данным Всемирной организации туризма (World Tourism Organisation) в 2018 году (до пандемии 2019 года) число международных туристов достигло 1,4 миллиарда человек, значительно превысив прогнозируемое количество. Многие развивающиеся страны рассматривают туризм как панацею от всех экономических проблем.

Очевидно, что исследование терминологии такого полипарадигматического явления, охватывающего большое число сфер человеческой деятельности как туризм и связанная с ним индустрия, представляется очень актуальной. Туристический дискурс является самостоятельным типом дискурса, характеризующимся особой тематической направленностью, ориентацией на строго определённого адресата, уникальностью цели, специфичностью набора языковых средств, собственной жанровой парадигмой.

Первое фиксированное описание слова *tourism*, данное Oxford English Dictionary, относится к 1811 году. Исходя из греческого происхождения слова (круг, вращение), туризм описывается как путешествие по кругу, возвращение в исходную точку. Предполагается, что до 1500 года слова *tourist* и *tourism* не существовали. Вместо них использовались *journeying*, *travel* и их первоначальная форма *travail*, а также слово *pilgrimage*, означающее особый вид путешествия – паломничество. Многочисленные исследования свидетельствуют, что этот термин соответствовал туризму того времени.

В рамках определения понятия туристического дискурса логично и уместно согласиться с пониманием дискурса, предложенного В.И. Карасиком. Дискурс – это «речевая практика, т.е. интерактивная деятельность участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга, переплетение моментально меняющихся коммуникативных стратегий и их вербальных и невербальных воплощений в практике общения» [Карасик, 2000: 5], что совпадает с пониманием феномена туризма как интерактивной, контактоустанавливающей деятельностью, различного вида обмена информацией, взаимовоздействием, погруженными в социальные практики туристического дискурса. Дискурс индустрии туризма является частным видом туристического дискурса с присущим ему терминологическим аппаратом для вербализации особенностей производственных отношений в сфере туризма. Индустрия туризма нами рассматривается как совокупность услуг в области путешествий (круизы, поездки на железнодорожном транспорте, на самолетах, автобусах, автомобилях мотоциклах), проживания (отели, гостевые дома, мотели, апартаменты), питания (рестораны, кафе, бары), а также в сфере развлечений и досуга (игры, парки, зоны отдыха, аттракционы и пр.).

В современных лингвистических исследованиях, посвященных исследованию сферы туризма, используются как понятие «туристический дискурс», так и близкий к нему понятие «дискурс индустрии туризма». При

этом в публикациях, посвященных туристическому дискурсу, акцентируется внимание на таких области сферы туризма как реклама, отдельные жанры туристического туризма и некоторые другие [см. Михайлова, 2014; Слезко, 2013 и др.], при этом комплексное исследование терминологии индустрии туризма не проводилось.

Индустрии туризма в нашей работе рассматривается как неотъемлемая часть туристического дискурса, определяется через призму специфики его уникальной и обширной терминологии, вербализующей дискурсивные и социальные практики исследуемой сферы с упором на производственные отношения в области туризма. По этой причине в некоторых случаях далее в работе термины туристический дискурс и дискурс индустрии туризма будут рассматриваться как оперативные синонимы: при описании интегративных характеристик мы будем использовать термин «туристический дискурс», при переходе к анализу специфических характеристик исследуемой сферы будет применяться термин «дискурс индустрии туризма».

В ходе анализа выделены следующие тематические группы английской терминологии туристического дискурса: 1) виды туризма; 2) участники сферы индустрии туризма; 3) услуги в сфере индустрии туризма; 4) организации в сфере индустрии туризма; 5) средства размещения; 6) документы в сфере индустрии туризма. Основным критерием для выделения понятийно-тематических групп терминологии сферы индустрии туризма являются смысловые связи и структурный тип отношений.

К тематической группе «Types of Tourism / Виды туризма» относятся терминологические единицы, называющие виды туризма, например: *adventure tourism, business tourism, culinary tourism, cultural tourism, dental tourism, medical tourism, disaster tourism, honeymoon tourism, experience tourism, space tourism, stag party tourism* и др.

К тематической группе «Tourism Industry Employees / Участники сферы индустрии туризма» мы отнесли терминологические единицы, называющие участников сферы индустрии туризма, например: *tourist guide, visitors, tourists, tourleader, excursionists, day-trippers, same-day visitors, outdoor pursuits leader, car valet, expediter, driver-guide, No-Show Employees, Commercially Important Persons, Very Important Passenger* и др.

К тематической группе «Tourism services / Услуги в сфере индустрии туризма» мы отнесли терминологические единицы, репрезентирующие услуги по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации (перевозки, размещение, питание, экскурсии). Например: *Room service, full board, half-board, a la carte, table d'hôte, Prix Fixe, all-in packages; accommodation and transfers; road transport and haulage services* и др.

К тематической группе «Tourism organizations / Организации в сфере индустрии туризма» относятся терминологические единицы, называющие различные предприятия и организации в сфере индустрии туризма, например: *Council of Australian Tour Operators (CATO), American Society of*

Travel Agents (ASTA), Association of British Travel Agents (ABTA), Coach Tourism Association (CTA), Cruise Lines International Association, Global Sustainable Tourism Council (GSTC), European Destinations of Excellence EDEN) и др.

К тематической группе «Accommodation / Средства размещения» относятся терминологические единицы, называющие здания, сооружения, предназначенные для размещения и проживания туристов. Например: *bungalow, motel, boarding house, hotel, tourist base, guest houses, junior suite, one moon lodge, tourist class, bed-and-breakfast [often B and B], cabana, hotel garni, SGL (single), ExB (extrabed), DBL (double), Bed Occupancy, Inn, super deluxe hotel* и др.

Тематическая группа «Tourist Industry Documentation / Документы в сфере индустрии туризма» представлена терминологическими единицами, которые репрезентируют обозначения различных документов рассматриваемой сферы. Например: *Tourist visa, tourist voucher, housekeeper's report, luggage pass, guest history (card), boarding card, arrival card, corporate rate, Schengen visa, boarding pass* и др.

Установлено, что наиболее репрезентативными являются тематические группы «Виды туризма» (Forms of tourism) и «Услуги в сфере индустрии туризма» (Tourism services). Вышеперечисленные виды туризма послужили ядром для развития многочисленных новых видов туризма.

Таким образом, туризм как область социально-экономической сферы представляет собой достаточно сложную систему знаний, активно взаимодействующую со смежными отраслями человеческого знания, такими как культура, спорт, здоровье, питание, транспорт, досуг и развлечения, медицина и др.

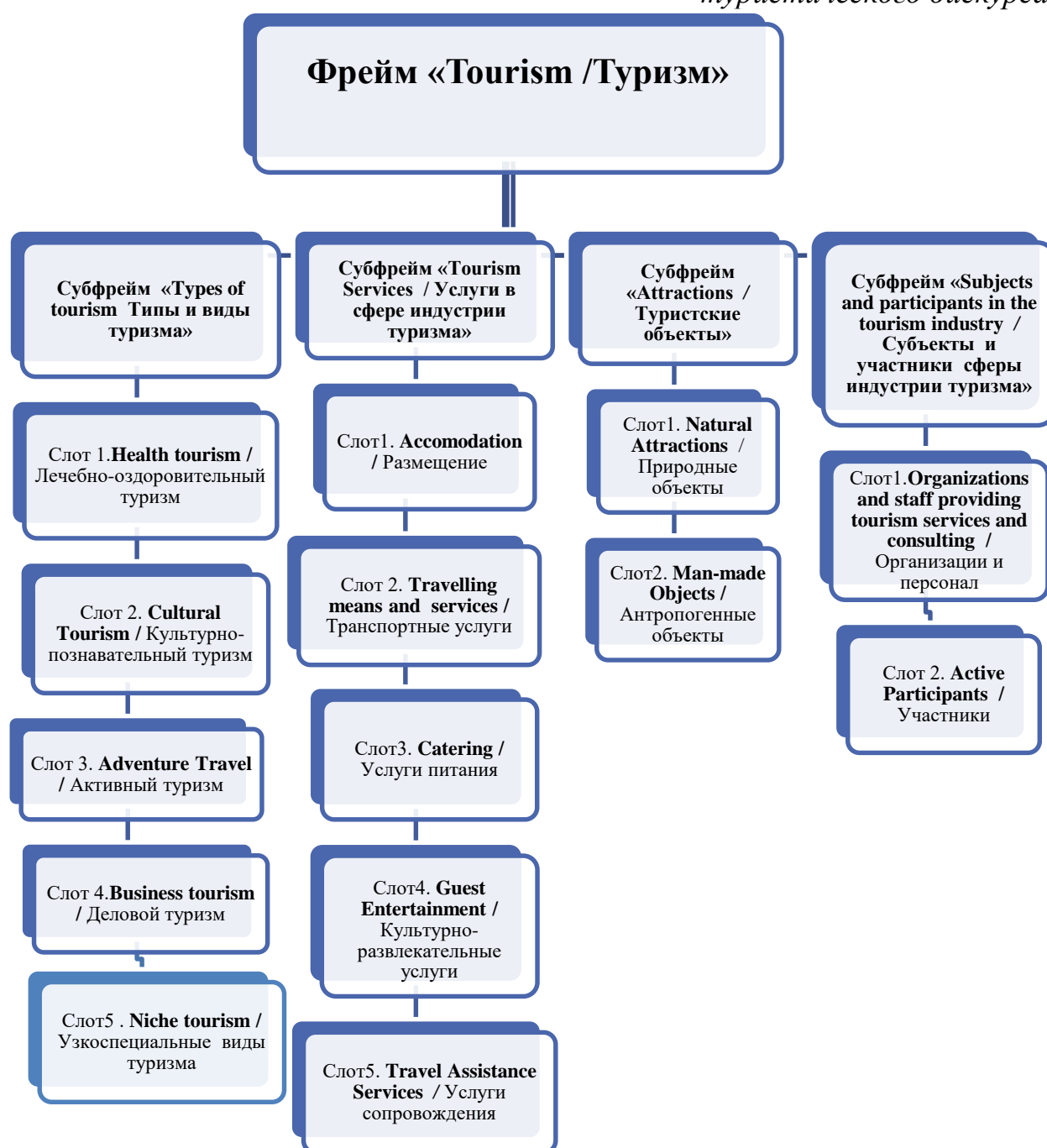
Вторая глава «Когнитивные особенности формирования английских туристических терминов: фреймовый анализ» посвящена проблеме построения фреймовой модели английской терминологии туризма, описанию взаимосвязи между структурами знаний дискурса туризма, а также изучения процесса метафоризации в терминологии туризма как способа терминодеривации.

Мы рассматриваем дискурсивное пространство английской терминологии туристического дискурса как частный случай культурного пространства английского дискурса, который включает в себя «всё многообразие знаний и представлений носителей ментально-лингвального комплекса и культурно значимые фреймы» [Красных, 2003: 69]. Для изучения английской терминологии дискурса туризма с ее разветвленной системой понятий теория фреймов предоставляет большие возможности, так как построение фреймовых схем позволяет категоризировать и стратифицировать большой объем терминов и выявить их дополнительные значения. Фрейм мы рассматриваем как форму организации этой области знания вследствие мыслительного структурирования данной терминологии.

Согласимся с А.В. Раздубевым и О.А. Алимуратовым, что «использование структуры фрейма облегчает задачу анализа языкового материала, дает систематизировать и подробнее рассмотреть отдельные единицы, составляющие тот или иной слот, входящий в структуру данной модели» [Раздубев, Алимуратов, 2011: 76].

Фрейм терминологии туристического дискурса представляет собой сложную и разветвленную структуру, состоящую из субфреймов, слотов и субслотов, которые формируются по принципу синтагматико-парадигматических отношений, где каждый слот, являясь носителем какого-либо определенного когнитивного признака (см. диаграмму 1.).

Диаграмма 1. «Фреймовая модель терминологии туристического дискурса»



В ходе анализа выделены следующие субфреймы и слоты:

Субфрейм 1: «Types of tourism / Виды и типы туризма», распадается на **слоты:**

1. Health tourism / Лечебно-оздоровительный туризм.
2. Cultural Tourism / Культурно-познавательный туризм.
3. Adventure Travel / Активный туризм.
4. Business tourism / Деловой туризм.
5. Niche tourism / Узкоспециальные виды туризма.

Субфрейм 2. «Tourism Services / Услуги в сфере туризма» состоит из следующих **слотов:**

1. Accommodation / Размещение.
2. Travelling means and services / Транспорт и сопутствующие услуги.
3. Catering / Услуги питания.
4. Guest Entertainment / Культурно-развлекательные сектор.
5. Travel Assistance Services / Услуги сопровождения.

Субфрейм 3. «Attractions / Туристские объекты» включает в себя **слоты:**

1. Natural Attractions / Природные объекты.
2. Man-made Objects / Антропогенные объекты.

Субфрейм 4. «Subjects and participants in the tourism industry / Субъекты и участники сферы туризма» включает в себя **слоты:**

1. Organizations and staff providing tourism services and consulting / Организации и персонал, осуществляющие туристические услуги и консультации.
2. Active Participants / Участники.

В данный субфрейм включены слоты, характеризующие как руководящие и определяющие политику индустрии туризма организации, так и исполнительные агентства и бюро, исполнительный персонал, а также различные типы туристов.

Проведенный анализ показал, что наибольшее количество слотов имеют субфреймы «Types of tourism / Виды и типы туризма» и «Tourism Services / Услуги в сфере туризма».

Фреймово-слотовое представление английской терминологии туристического дискурса позволило системно описать логико-понятийную структуру и концептуальную организацию терминов в рассматриваемой предметной области с учетом лингвистических и экстралингвистических аспектов

Ввиду того факта, что индустрия туризма, по своей сути, является областью динамично развивающихся процессов и явлений, метафоризация в этой сфере человеческой деятельности является плодотворным источником для расширения терминологического тезауруса и словаря туризма. Метафоризация как когнитивный процесс имеет большое значение для образования английских терминов туристического дискурса. При классификации и категоризации метафоризированных терминов, выявленных

в ходе анализа, мы исходили из механизма выделения области, из которой заимствован метафора-термин (сфера-донор) и области, в которую осуществляется перенос значения (сфера-мишень).

Как показал анализ практического материала, донорская зона может относиться к 1) явлениям предметного мира, эмоциям, интеллекту и личностным свойствам и характеристикам человека, его социальным связям; 2) культуре, идеологии и др., 3) физиологии человека и животного, физическим характеристикам явлений окружающего мира.

В ходе анализа терминологии туристического дискурса были выявлены и описаны простые метафоры, развернутые метафоры, синестетические метафоры, структурные метафоры, ориентационные метафоры, онтологические метафоры. Рассмотрим простую метафору: *Shoulder Season* – travel period between peak and off-peak seasons, usually spring and autumn. – Промежуточный сезон, межсезонье. Вектор ассоциации – плечо – место соединения частей тела. Например:

*Sure, you won't get the best weather, but booking your trip in **the low season** comes with a bevy of benefits: cheaper airfare, wallet-friendly hotel rates, and fewer crowds* [Nitransky, 2022: URL: <https://www.tourradar.com/days-to-come/off-season-travel-calendar/>]. Перевод: Конечно, погода будет не лучшей, но бронирование путешествия в «низкий» сезон имеет массу преимуществ: более дешевые перелеты, щадящие ваш кошелек цены в отеле и отсутствие толп народа. В данном примере метафора «**the low season**» рассматривается как оппозиция к «высокому» сезону, но косвенно отмечаются минусы популярного сезона.

Пример развернутой метафоры: *Birth tourism* – бэби туризм. Особый вид туризма с целью родить ребенка в Канаде, где любому ребенку, родившемуся в этой стране предоставляется гражданство, независимо от статуса гражданства родителей. Когнитивная метафора, область – донор в которой – мир человека, а область мишень – социальное и политическое устройство общества, достижение неких благ через рождение ребенка. Например:

*The main reason for **birth tourism** is citizenship purposes. People will travel to a different country to give birth there so that the child has birthright citizenship, also known as *jus soli** [What is birth tourism...: URL: <https://tourismteacher.com/birth-tourism/>]. Перевод: Главной причиной бэби-туризма является получение гражданства. Люди отправляются в другую страну на роды, чтобы у ребенка было гражданство по праву рождения, также известное как «право земли».

Пример структурной метафоры: *No-Show Employees* – персонал, который работает по распорядку, предусматривающему проведение работ строго в отсутствие гостя. Сфера-донор, из которой осуществляется перенос значения, область «Дом и хозяйство». Вектор ассоциации – ассоциация с английской поговоркой «*Children should be seen and not heard*». Языковая игра, логическое продолжение поговорки «Дети должны быть на виду, т.е.

под контролем, но их не должно быть слышно». Сфера-мишень – организация гостиничного сервиса.

Пример онтологической метафоры: *Third-age* – категория туристов пенсионного возраста. «Третий возраст» – эвфемизм неполиткорректного термина «старость». Метафора активно используется в терминологии индустрии туризма ввиду большой доли людей пожилого возраста среди путешественников. Когнитивный характер метафоры тесно связан с онтологическим переосмыслением демографической ситуации в мире. Например:

Currently, some 500,000 to 600,000 third age tourists visit Cyprus between the five-month period of November to March and the goal is to surpass the one million [Attracting third...: URL: <https://tourismforum.org/attracting-third-age-tourism-is-cyprus-goal/>]. Перевод: *В настоящее время от 500 000 до 600 000 туристов пенсионного возраста посещают Кипр за пять месяцев с ноября по март и задача стоит довести их число до одного миллиона.*

Пример ориентационной метафоры: *Back of the House* – службы сервиса, расположенные так, чтобы не быть на виду. Антоним: *Front of the House* – персонал, напрямую контактирующий с гостями. Классический пример ориентационной метафоры по локации участников: *Front – Back* оппозиции центрального, видимого, явного и теневого, скрытого.

Пример синестетической метафоры: *Greasy spoon* – забегаловка, (дословно: грязная ложка). Метафоризированная характеристика некачественной организации общественного питания; относится к терминам-жаргонизмам и применяется в «наивном» секторе туристического дискурса

В результате анализа метафоризированных терминов дискурса туризма выделено преобладающее количество структурных и онтологических метафор, что составляет 205 единиц, т.е. около 75 % от общего числа данных метафор (256 единиц). Подавляющее число метафоризированных терминов туристического дискурса возникло в донорской области «Мир человека и окружающих его предметов», что составляет 52 единицы (около 20 %). Значительное количество развернутых когнитивных метафор образованы на основе переноса значения из самых разных источников, начиная от карантинных мер до областей обиходного дискурса (вождение автомобиля, рождения детей и пр.), что свидетельствует, на наш взгляд, о динамичности исследуемого феномена. Логично, что мобильность участников индустрии туризма находит отражение в большом количестве онтологических и ориентационных метафор.

В третьей главе «Деривационные особенности английских туристических терминов» рассмотрены деривационные особенности терминообразования английских туристических терминов; проведен структурный анализ английских терминов туристического дискурса и описаны словообразовательные особенности образования терминов-неологизмов в современном английском языке; проанализирован

корпоративный жаргон и определено его место в формировании терминологии туристического дискурса.

При анализе практического материала мы опирались на традиционную классификацию деривационных моделей на семантические, морфологические, синтаксические, то есть на формально-структурный анализ терминов. Как отмечает Т.Г. Борисова, «деривационно-концептуальный анализ производного слова – это один из возможных способов исследования концептуальной организации мыслительной деятельности человека и его ментального лексикона» [Борисова, 2014: 365]. К семантическому способу терминодеривации принято относить словообразовательные процессы, основанные на метафорическом и метонимическом переносе. Сюда же некоторые исследователи причисляют заимствования из смежных терминологий. Классическими морфологическими способами терминодеривации являются аффиксация, словосложение, конверсия. Последняя характерна для английского языка как аналитического и редко используется в синтетических языках. Синтаксический способ терминодеривации, основанный на образовании терминов-словосочетаний, становится все более популярным в ходе развития терминосистем.

В ходе исследования установлено, что терминология туристического дискурса в английском языке может включать в себя компоненты различного объема и различного количества терминоэлементов, принадлежащих как к общенаучной, межотраслевой, так и узкоспециальной терминологии.

Компонентный состав терминологических единиц туристического дискурса в английском языке.

Односоставные (корневые) термины.

Таблица 1. Односоставные термины.

существительное
<i>flight</i> – рейс <i>cruise</i> – круиз <i>journey</i> – путешествие <i>steward</i> – стюард <i>rout</i> – маршрут <i>ramble</i> – продолжительный, но легкий поход <i>hike</i> – более сложный пеший поход <i>trek</i> – сложный многодневный поход <i>trip</i> – короткая поездка <i>chalet</i> – охотничий домик, шале
глагол
<i>to travel</i> – путешествовать <i>to book</i> – заказывать, бронировать <i>to hire</i> – арендовать

Двухсоставные термины.

Таблица 2. Двухсоставные термины.

существительное + существительное
<i>spa services</i> – водные оздоровительные процедуры <i>water therapy</i> – водолечение <i>car park</i> – автостоянка <i>ski resort</i> – горнолыжный курорт
Причастие (прилагательное) + существительное
<i>sightseeing tour</i> – обзорная экскурсия <i>yachting cruise</i> – круиз на яхте <i>healing complex</i> – санаторий <i>bowling green</i> – лужайка для игры в кегельбан
Префикс + прилагательное + существительное
<i>off-peak travelling</i> – путешествие в «низкий» сезон <i>overwater travel</i> – морские путешествия <i>unlimited mileage</i> – прокат автомобиля без лимита километража
Существительное+' + существительное
<i>agent's network</i> – сеть туристских агентств <i>housekeeper's report</i> – сводка о наличии свободных мест и их состоянии
Числительное + существительное
<i>one bedroom</i> - апартаменты с одной спальней комнатой
Глагол+ послелог (фразеологизация)
<i>to check out</i> – выезжать из гостиницы <i>to check-in</i> – въезжать в гостиницу час <i>to stop-over</i> – делать пересадку в транзитном пункте продолжительностью более 24 часов
Предлог + существительное
<i>per person (per head)</i> – за одного человека (условное обозначение цены туристского обслуживания в расчете за одного человека) <i>over tourism</i> – избыточный туризм <i>on-farm tourism</i> – - аграрный туризм

Трехсоставные термины.

Таблица 3. Трехсоставные термины

Существительное + прилагательное (причастие) + существительное
<i>beach - related rest</i> – пляжный отдых <i>travel economy class</i> – эконом класс <i>baby changing facility</i> – комната для ухода за младенцем
Прилагательное + прилагательное + существительное
<i>frequent independent traveler</i> – часто путешествующий турист. <i>general sightseeing tour</i> – обзорная экскурсия
Прилагательное + существительное + существительное
<i>luxury health resort</i> – санаторий класса люкс <i>incentive group travel</i> – групповая поездка со скидкой тарифа <i>full fare travel</i> – путешествие по тарифу за полное обслуживание <i>valid travel document</i> – надлежаще оформленный перевозочный документ <i>posh beach resort</i> – элитный морской курорт <i>climatic health resort</i> – климатический курорт <i>architectural tourist attraction</i> – архитектурная достопримечательность <i>select rout type</i> – кольцевой маршрут

<i>last minute booking</i> – покупка билета на самолет в последний момент, «горящие путевки»
существительное + (союз)+ существительное + существительное
<i>conference and business tourism</i> – бизнес туризм, деловой туризм <i>entertainment family allowance</i> – семейная скидка <i>bed and breakfast hotel</i> – недорогая гостиница с ограниченным набором услуг <i>air travel plan</i> – график воздушного путешествия <i>travel-study grant</i> – субсидия на научный туризм
Числительное + существительное+ существительное
<i>third-age tour</i> – категория туристов пенсионного возраста <i>Eleventh hour booking</i> – бронирование в последний момент
Существительное+ предлог+ существительное
<i>guide on route</i> – экскурсовод на маршруте; <i>holiday with pay</i> – оплачиваемый отпуск

Четырехсоставные термины.

Таблица 4. Четырехсоставные термины.

Существительное+существительное+существительное+ существительное
<i>charter flight travel time</i> – время перелета чартерным рейсом

Статистический анализ частотности по структуре терминов показал, что наиболее многочисленными являются одно- и двухсоставные термины (около 76 % от общего числа проанализированных единиц), далее следуют трехсоставные термины (18 %) и четырехсоставные термины (около 5 %).

Выявлены и проанализированы продуктивные способы образования терминов туристического дискурса: префиксальный способ, суффиксальный способ и префиксально-суффиксальный способ.

Аффиксация системе английского терминообразования, как и в основных моделях общего словообразования, является высокопродуктивным способом образования терминов-лексем. Компонентный состав терминологических единиц туристического дискурса в английском языке включает в себя односоставные (корневые) термины, двухсоставные термины, трехсоставные термины, четырехсоставные термины. Например: *steward* (стюард), *rout* (маршрут), *sightseeing tour* (обзорная экскурсия), *housekeeper's report* (сводка о наличии свободных мест и их состоянии), *beach-related rest* (пляжный отдых), *air travel plan* (график воздушного путешествия) и др.

Среди представленных префиксов в английском языке наиболее продуктивными являются префиксы **In-, Hydr-, Over-** (40 %). Например: *hydrothera*, *hydriatics*, *hydrotherapeutics*, *inclusive/all-in, incoming tourism*, *inbound tourism*, *overwater travel*, *overtourism* и др. **Non-, De-, Un-, Dis-**, в совокупности составили около 28 %. Например: *debark*, *Disabled access*, *unlimited mileage* и др.

При этом общее количество лексем-терминов, образованных способом префиксации, составляет незначительное количество – 8 % от числа терминов, выявленных нами в туристическом дискурсе дериватов.

Статистический подсчет показал, что к наиболее продуктивным суффиксам, участвующим в процессе образования терминов туристического дискурса относятся: **-able, -ible** (21 %), **-tion, -ion** (19 %), **-ism** (10 %), **-ing** (9%), **-al** (5 %). Остальные суффиксы представлены в незначительном количестве

Наиболее распространенные сочетания префиксов и суффиксов (около 55 процентов), характерные для образования английских терминов туристического дискурса, являются следующие: префиксы **ad-, dis-, in-, over-**; суффиксы **-ent, -ing -er**, что соответствует сформированным деривационным моделям современного английского языка.

Модель **N+N** является наиболее распространенной среди словообразовательных моделей словосложения. Например: *beachfront room* (номер с видом на пляж), *flashpacker* (независимый туризм), *travel-study grant* (субсидия на научный туризм), *bushwalking* (пеший туризм), *trail-hiking* (пеший туризм с палаткой), *horse-riding tourism* (конный туризм), *backpacking* (пеший туризм), *wildlife tourism* (дикий туризм), *honeymoon suite* (номер высокого класса для новобрачных).

Данная модель относится к наиболее активным словообразовательным моделям не только терминологии туристического дискурса, но и отражает общую тенденцию образования новых лексем путем словосложения. Число терминов, образованных по данной модели составляет около 37 процентов от общего числа исследованных терминов.

Аббревиация как способ словообразования занимает важное место в терминах туристического дискурса. Самой активной словообразовательной моделью формирования новых терминов индустрии туризма послужила контаминация (слово-слиток, *blending*).

Анализ примеров аббревиатур иллюстрируют структурно-функциональные особенности данных терминов, которые призваны облегчить употребление ввиду «громоздких» номинаций в развернутом варианте. Например: **CLIA** *Cruise Lines International Association* (Международная ассоциация круизов), **APEX** *Advanced Purchase Excursion* (льготный тариф экономического класса с фиксированными датами), **BB** *bed & breakfast* (только завтрак).

Конверсия активно используется при образовании терминов и предтерминов в профессиональной коммуникации работников сферы индустрии туризма. При выделении примеров терминов такого рода мы опирались на концепцию О. Есперсена относительно роли существительных в функции определения в сочетаниях типа *Stone wall*. При анализе терминов мы выделили несколько нетипичных примеров образования новых лексем путем конверсии, при которых изменение грамматической категории осуществлено при переходе глагола и причастия прошедшего времени в существительное. Приведем примеры:

Stopover (пересадка в транзитном пункте продолжительностью более 24 часов): **V – N**.

No show (неявка пассажира на рейс (или гостя в отель) без предупреждения): V – N.

Lost & Found (бюро находок): PP – N.

Фразовые глаголы являются динамичными средствами словообразования в обиходном английском языке. В терминологии туристического дискурса было выявлено незначительное количество фразовых глаголов, которые полностью соответствуют характеристикам терминов, например: *check-in* (заселение в отель), *check-out* (выезд/выписка из отеля, расчетный час), *upgrade - апгрейд* (предоставление гостю номера категорией выше, чем забронированный изначально, напр., апгрейд стандартного номера до deluxe).

Выявлено существование значительного количества новых видов туризма. Часто их названия образованы способом контаминации. Эта модель словообразования все активнее используется в современном английском языке при номинации новых объектов и явлений.

В новой терминологии туризма присутствуют лексемы, связанные с образом жизни и перемещениями путешественников. Выделенные термины конкретизируют особенности того или иного вида отдыха или путешествия и их цели. Например:

barefoot luxury. Comfort and elegance in a relaxed setting / В течении путешествия туристы живут с атмосфере комфорта и роскоши, с то же время чувствуют себя расслабленно.

begpacker. A backpacker who finances their food, lodging, or transportation expenses by asking for handouts / Турист, который обеспечивает свое питание, проживание и переезды, прося подаяния, попрошайничая.

Этимология: **beg + backpacker**

flashpacker. A backpacker who travels in style. Этимология: **flash + backpacker** (гламур + турист).

hobby hobo – Человек, который во время отпуска ведет себя как бродяжка, сезонный рабочий, путешествующий на грузовых поездах зайцем. От слова *hobo* – бездомный бродяжка.

Лексема *vacation* является активным словообразовательным элементом в составе слов-слитков. Например:

mancation. A vacation in which the participants are all men/ Сугубо мужская компания путешественников.

naucation – Отпуск, проводимый дома без поездок и сопутствующих расходов. Этимология: *nau + vacation*. Лексема *nau* означает полный отказ о чего-то. Синоним: **staycation**.

Термин, обозначающий очень короткий отпуск, образован с помощью греческой морфемы **nano- nanobreak**.

microvacation – Короткий отпуск, особенно состоящий из одной ночевки вне дома.

Категорию туристов, постоянно курсирующих между Парижем и Лондоном, номинируют термином *Par-Don. (Paris-London)*.

Не всегда туризм – это радость для местного населения. Термин *toron*, образованный путем контаминации из лексем **tourist** + **moron** (идиот), означает беспардонного туриста с вызывающим поведением.

В каждой сфере профессионального общения присутствует свой собственный язык общения, не исключением является и индустрия туризма, охватывающая множество сопряженных с ней областей деятельности человека.

В английском языке понятие жаргона не ассоциируется со сниженной лексикой. Эта функция принадлежит сленгу. В отличие от сленга жаргон разрабатывается специально для удобства какой-либо профессии или сферы общественного общения. Отличительными чертами жаргона являются его метафоричность, наличие большого количества сокращений и использование фонетического прочтения букв алфавита. В английской терминологии туристического дискурса наблюдается достаточно большое количество терминов, образованных путем метафорического переноса, который является одним из активных способов терминообразования жаргонизмов.

Отличительной чертой жаргона является его образность, метафоричность. Рассмотрим примеры единиц жаргона, образованные путем метафорического переноса, который расценивается лингвистами как один из активных способов терминообразования жаргонизмов.

Deadheading – Making a trip or a segment of a trip without passengers, such as driving an empty motor coach somewhere / *Поездка без пассажиров*, «пустой рейс». Сфера донор – физиология, сфера мишень – неудача в бизнесе. Вектор ассоциации – пустые надежды.

Circle itinerary – A travel routing design that overnights in different locations and returns to the point of departure without retracing the travel route / *Кольцевой маршрут*. Сфера донор – геометрические параметры, сфера мишень – форма маршрута. Вектор ассоциации – физическая форма, пространственная ориентация.

Bell captain – The person in charge of luggage at a hotel / *ироничное. Распорядитель по багажу в отеле*. Сфера донор – судовождение, сфера мишень – должностные обязанности в отеле. Вектор ассоциации носит ироничный характер – человек, которого вызывают по звонку при необходимости перенести багаж гостя.

Как и многие другие метафоризированные единицы, термины-жаргонизмы часто не обладают транспарентностью, отличаются высокой степенью лингвокультурной окрашенности (см., например, *Open jaw, Veam*), которая делает понимание терминов-жаргонов еще более затруднительным для посторонних. Отметим, что такие единицы жаргона отличаются эмоционально-экспрессивной окраской и неотделимы от контекста.

В заключении представлены основные итоги и выводы проведенного исследования и дальнейшие перспективы.

Анализ выполнен на материале английского языка и включает в себя рассмотрение и описание как языковых, так и внеязыковых

(экстралингвистических) факторов, влияющих на генезис терминологии туризма.

Установлено, что современная индустрия туризма, актуализируемая в туристическом дискурсе, отличается динамичностью и бурным ростом. Изменения, происходящие в этой области, отражаются в расширении тезауруса английской туристической терминологии.

Выделенные и описанные конститутивные и жанровые признаки туристического дискурса доказывают его идеологичность, актуализируемую посредством лексических и терминологических единиц туристического дискурса, ее пролиферацией во всех странах мира, многочисленными заимствованиями в другие национальные туристические дискурсы. Принадлежность туристического дискурса к институциональному типу обусловлена общностью коммуникативных целей.

Применение методики фреймового моделирования позволило представить английскую терминологию туристического дискурса в виде многоуровневой иерархической структуры слотов и субслотов, которые образуют субфреймы по тематическому принципу. Наибольшее количество слотов имеют субфреймы «Types of tourism / Виды и типы туризма» и «Tourism Services / Услуги в сфере индустрии туризма». Данные субфреймы составляют наибольшее количество вербализаторов. Данные субфреймы составляют наибольшее количество вербализаторов, что составляет более 1600 терминологических единиц из проанализированных 2100 туристических терминологических единиц на английском языке.

Описанные когнитивные процессы метафоризации образования терминов туристического дискурса позволили выделить большой пласт терминов-метафор, основанных на ассоциативном переносе по форме, свойствам и функциям, что позволяет утверждать, что вопрос классификации метафор не закрыт в современной лингвистике – область источника согласно когнитивной теории метафоры как отражение многообразия и обобщения языковой картины мира постоянно расширяется и находит новое отражение в постоянно воспроизводящихся процессах физического взаимодействия человека с действительностью.

При рассмотрении генезиса новой терминологии, связанной со сферой туризма обращает на себя внимание появление значительного количества новых видов туризма, расширение целевых назначений в индустрии туризма, таких как интеллектуальный туризм, туризм молодоженов, туризм катастроф, туризм – наблюдение за прекрасным и многое другое. Большое число новых туристических терминов образовано путем контаминации, которая становится все более активной моделью словообразования в английском языке.

Корпоративный жаргон английской терминологии туризма сопряжен с большим количеством областей деятельности человека, как то: транспорт, объекты питания, размещения, культурные и, исторические и другие объекты посещения, индустрия развлечений, административная и юридическая сфера

функционирования предприятий индустрии туризма, логистика работы с туристами. Жаргон рассматривается как термин для определения специфической лексики и словосочетаний определенной профессиональной ситуации, номинирования скрытых значений, используемых и понятных в данной отрасли, когда необходимо сообщить информацию коммуниканту, знакомому с этой терминологией.

Перспективными направлениями проведенного исследования могут быть следующие: 1) сравнительно-сопоставительный анализ английских и русских терминов туристического дискурса; 2) создание толкового англо-русского и русско-английского словаря-тезауруса терминологии туристического дискурса; 3) статистический анализ рекуррентности словообразующих единиц (морфем и лексем) в терминообразующих процессах индустрии туризма.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Научные статьи в журналах, входящих в реестр ВАК РФ:

1. Карнась, А.А. Тематическая классификация терминологии сферы индустрии туризма (на материале русского и английского языков) / А.А. Карнась // Современный ученый. – 2021, №2. – С.248-252.

2. Карнась, А.А. Фреймовая структура терминологии предметной области «индустрия туризма» (на материале русского и английского языков) / А.А. Карнась, Т.В. Евсюкова // Вестник АГУ. – № 4. – 2021. – С.36-42.

3. Карнась, А.А. Метафоризация как когнитивный процесс образования терминов индустрии туризма / А.А. Карнась // Международный научно-исследовательский журнал. – № 11-4 (113). – 2021. – С.156-160.

4. Карнась, А.А. Лингвокультурные и словообразовательные особенности образования терминов-неологизмов в индустрии туризма в современном английском языке / А.А. Карнась // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 93. – № 4. – С. 52-57.

5. Карнась, А.А. Жаргон в английской терминологии сферы индустрии туризма / А.А. Карнась // Modern Humanities Success / Успехи гуманитарных наук. – 2022, №8. – С.208-213.

6. Карнась, А.А. Основные направления исследования терминологии в свете когнитивно-дискурсивного подхода / А.А. Карнась // Вестник АГУ. – Выпуск 2 (297). – 2022. – С.51-56.

Статьи в журналах, сборниках научных трудов и материалов научных конференций:

7. Карнась, А.А. Особенности формирования терминологического поля «Индустрия туризма» / А.А. Карнась // «Актуальные вопросы современной науки» в разделе «Общественные и гуманитарные науки (Филология)». – № 1(29). – 2021. – С.9-14.

8. Карнась, А.А. Понятие туристского дискурса и его конститутивные признаки / А.А. Карнась // Материалы Всероссийской онлайн-конференции «Научно-методическое обеспечение преподавания иностранных языков на неязыковых факультетах в свете теории и практики межкультурной коммуникации». Межвузовский сборник № 18. Майкоп, 2022. – С.72-78.

9. Карнась, А.А. Structural and Semantic Characteristics of the English Terminology of the Tourism Industry / А.А. Карнась // Материалы Международной научной конференции «Scientific research of the SCO countries: synergy and integration». Пекин, КНР – September 28, 2022 Beijing, PRC. P.56-60.

10. Карнась, А.А. Когнитивно-деривационные особенности терминологии индустрии туризма / А.А. Карнась // Science Time. – 2023. – №1 (108). – С. 42-44.