



Айн – Шамский университет
Факультет Аль- Альсун
Кафедра славянских языков
Отделение русского языка

Биляль Мустафа Мухаммад Мухаммад

**Лингвистические особенности лексических
единиц, употребляемых в туристической сфере**

диссертация на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Научные руководители:

Профессор русского языка: **Нахед Мухаммад Юсеф**

Профессор русского языка: **Амер Мухаммад Ахмад**

Каир–2014

Моей любимой Матери посвящается

Автор выражает глубокую признательность своим научным руководителям **проф. Нахеду Мухаммеду Юсефу** и **проф. Амеру Мухаммеду Ахмеду** за внимание и поддержку, оказанное при работе над данной диссертацией, за внимательное и доброжелательное прочтение работы, за ценные советы.

Искренне благодарю всех членов кафедры русского языка, которые обучали меня, не жалея своего времени и сил.

Оглавление

Введение	1
Предисловие	7
Глава 1: Структурные особенности лексических единиц, употребляемых в туристической сфере	17
1. Слова	19
1.1. Немотивированные слова	21
1.2. Мотивированные слова	22
1.2.1.Сложение	23
1.2.2.Суффиксация	39
1.2.3.Аббревиация	46
1.2.4.Безаффиксный способ	47
1.2.5.Префиксация	48
1.2.6.Субстантивация	49
1.3.Заимствование	50
1.3.1.Заимствованные слова	51
1.3.2.Заимствованные аббревиатуры	64
1.3.3.Заимствованные суффиксы	67
2. Словосочетания	69
2.1.Теоретический аспект словосочетаний	69
2.2.Типы словосочетаний	75
2.3.Простые словосочетания	77
2.4.Сложные словосочетания	83
Глава 2: Семантические особенности лексических единиц, употребляемых в туристической сфере	98
2.1.Системность языка	98
2.2.Системный анализ лексики	102
2.3.Тематические группы и ЛСГ	104
2.4.Тематические группы, относящиеся к туризму и гостиничному хозяйству	109
2.4.1. Турист	111
2.4.2. Виды туризма	114
2.4.3. Туристические компании и организации	118
2.4.4. Гостиницы	120
2.4.5. Туристический персонал	135

2.4.6. Транспорт	138
2.5. Лексико-семантические отношения, существующие между лексическими единицами туризма и гостиничного хозяйства	140
Глава 3: Стилистические особенности лексических единиц, употребляемых в туристической сфере	158
3.1. О предмете стилистики. Понятие «стиль»	158
3.2. Классификация лексического состава по сфере употребления	163
3.3. Стилистическая дифференциация слов. Функционально-стилистическая окраска. Эмоционально-экспрессивная окраска	170
3.4. Функционирование лексических единиц других сфер в туристической	188
Заключение	192
Библиография	204

Схемы

Схема №		
1	Структурные характеристики лексических единиц, употребляемых в туристской сфере	96
2	Словосочетания	97
3	Тематическая классификация туризма	150
4	Турист	151
5	Виды туризма	152
6	Туристические компании и организации	153
7	Гостиницы и гостиничные учреждения	154
8	Туристический персонал	155
9	Транспорт	156
10	Карта туристической индустрии	157

Введение

Актуальность темы

Туризм, как любая человеческая деятельность поддаётся постоянному и непрерывному развитию. Это происходит в связи с последними радикальными переменами в политической и социально-экономической сфере. Российское общество стало куда более открытым на внешний мир, в результате чего сильно актуализировался российский туризм. Это делает эту сферу всегда актуальной, перспективной и разветвленной. Кроме того, сфера оказания туристских услуг пересекается с другими сферами, такими как транспорт, авиаперевозка, гостиничное дело и др. Исходя из этого, с большой легкостью можно заметить разнообразие лексических единиц туристической сферы, которые входят в различные пласты лексики (*бизнес-туры, авиатариф, снорклинг, персонал ресторана, шведский стол, массажист, полупансион, мини-бар, чартерные программы*). Таким образом, можно выделить, с нашей точки зрения, следующие основные аспекты туристической деятельности: *турист, виды и объекты туризма, туркомпании и турпрограммы, гостиницы и услуги, транспорт*.

Туризм как экономический феномен сегодня является одной из наиболее ведущих, влиятельных прибыльных отраслей мирового хозяйства и бизнеса во всем мире. Туризм является одной из самых развивающихся сфер человеческой деятельности. Работников международного туризма

насчитывается более 100 миллионов человек и ожидается, что все больше и больше растёт это количество. Туризм по доходности занимает третье место в мировой экономике и превосходит такие традиционные сферы большого бизнеса, как газодобыча, автомобилестроение и нефтедобыча.

Итак, с экстралингвистической точки зрения выбор именно данной темы - лексические единицы туризма - как объект исследования обусловлен, в первую очередь, быстрой непрерывной актуализацией этой сферы в последнее время на мировом уровне, а также ее активным проникновением в различные пласты лексики.

Туризм значит уничтожение границ и помех. Он имеет международный характер. Это, в свою очередь, привело к частотному распространению заимствованных слов и словосочетаний, связанных с международным туризмом, что проявилось как в актуализации уже существующих в языке, так и в появлении новых лексических единиц. При этом лексические единицы туристической сферы все еще не получила надлежащего изучения, прежде всего, лингвистического. Разве что обнаруживаются немногочисленные издания, в том числе электронные, толкового характера. В связи с этим весьма важным представляется исследование особенностей формирования и функционирования лексических единиц туристической сферы. Итак, актуальность настоящей работы определяется и

малоизученностью лексических единиц туристической сферы и необходимостью их упорядочения и систематизации.

Первым, что бросается в глаза при наблюдении за современным языкознанием в последнее время считается лингвистический анализ специальной лексики отдельных областей знаний как общественно-политической лексики, спортивной лексики, компьютерной лексики, экономической лексики, финансовой лексики и др. (см. Белан Э. Тахировна. Особенности формирования новых терминосистем: на материале английской и русской терминологий международного туризма, www.dissercat.com/content/osobennosti-formirovaniya-novykh-terminosistem-na-materiale-angliiskoi-i-russkoi-terminologii). Изучение и проверка туристической лексики, как область специальной лексики, становится всё более насущной и важной одновременно для развития языка и составления отраслевых терминологических словарей, и, следовательно, важным шагом на пути к развитию самой науки о туризме. Из всего выше сказанного **актуальность** темы настоящей диссертации становится очевидной.

Цель и задачи работы

Основная цель работы заключается в выявлении лингвистических особенностей лексических единиц, употребляемых в туристической сфере в современном русском языке. В соответствии с этой целью в диссертации планируется решить следующие задачи:

- Изучить структурные особенности лексических единиц (слов и словосочетаний), употребляемых в туристической сфере;
- Рассмотреть семантические особенности лексических единиц (слов и словосочетаний), употребляемых в туристической сфере;
- Проанализировать стилистическую характеристику исследуемых единиц (слов и словосочетаний).

Научна новизна работы

Вопрос о туристической лексике мало изучен. Кроме того, отсутствуют труды, посвященные проблемам, связанным с данной темой. В настоящей работе планируется изучить и проанализировать лингвистические особенности этого важного в нынешних мировых условиях пласта русской лексики.

Рабочий материал

Анализ проводится на языковом материале (словах и словосочетаниях) туристической тематики, извлечённом из разных источников, прежде всего, специальных книг, специализированных словарных изданий, газет и журналов. Кроме того, среди источников материала немаловажное место занимают разные электронные ресурсы.

Методы исследования

Основными методами исследования в работе являются лингво-описательный метод, метод лингвистического конструирования. Кроме того, в ограниченных случаях будет применяться и статистический метод.

Теоретическая значимость и практическая ценность диссертации

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в описании и конкретизации теоретических основ лексики индустрии туризма и гостеприимства с точки зрения ее формальной структуры, семантических стилистических особенностей, что имеет немаловажное значение для общей теории языкознания. Выявленные черты в процессе многоаспектного анализа с учетом экстралингвистических факторов позволят глубже установить специфику данной лексики.

Выводы исследуемой диссертации могут быть применены при преподавании русского языка иностранным учащимся, особенно тем собирающимся работать гидами или переводчиками в области туризма. Ими могут руководствоваться также специалисты, работающие в сфере туризма и гостиничного хозяйства. Кроме того, слова и словосочетания, входящие в корпус диссертации как практический материал по данной теме, могут быть полезны при составлении любого одноязычного или двуязычного туристического словаря. В этом заключается практическая ценность работы.

Структура работы

Исходя из ее цели и задач, диссертационная работа состоит из введения, предисловия, трёх глав, заключения и библиографии.

Во **введении** обосновывается актуальность темы, рассмотрена научная новизна работы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны методы работы и рабочий материал, изложены теоретическая ценность и практическая значимость темы.

В **предисловии** рассматриваются этапы развития туризма и гостиничного бизнеса, определение и понятия туризма в некоторых общих и специализированных словарях, устанавливаются виды туризма и его элементы.

Первая глава посвящается структурным особенностям лексических единиц, употребляемых в туристической сфере.

Во **второй главе** обсуждаются семантические особенности лексических единиц, употребляемых в туристической сфере.

В **третьей главе** рассматриваются стилистические особенности лексических единиц, употребляемых в туристической сфере.

В **заключении** обобщаются выводы проведенного исследования.

В **библиографии** дается список использованной литературы.

Предисловие

Туризм как понятие - это не новое явление и глубоко уходит своими корнями в историю человека. Путешествия известны человечеству с древнейших времен. Говорить об истории туризма и путешествий – значит говорить об истории человечества. Обе стороны связаны тысячами нитей.

Человек с давних времён занимается скотоводством и охотой. Стиль жизни в глубокой древности был воплощен в перемещении и миграции людей с одной местности на другую. Для этого должны быть какие-то причины: климатические (камнепады, вулканы, разливы), биологические (крупные и опасные для человека животные) и социальные (в поисках более удобных жизненных обстоятельств). Все эти факторы способствовали познанию мира и ознакомлению первобытных людей с новыми территориями. К концу этого первобытного периода складывались большие племена и между ними завязывались торговые отношения.

После этого периода наступило новое время. Это время стабилизации и возникновения новых цивилизаций. В эту эпоху заметно активизируются первые торговые путешествия. В античные времена люди отправлялись в путешествия с целью торговли, образования, паломничества и лечения. Одним из первых ученых-путешественников был Геродот. Он объехал Грецию, Южную Италию, Малую Азию, Вавилонию, Египет, Персию, побывал на большинстве островов Средиземного моря, а также в Крыму.

Многоцелевые путешествия идут быстрыми темпами и вследствие этого на широком масштабе строились дороги, дворы и таверны¹. В это время в Древней Греции зародились спортивные поездки (позже Олимпийские игры и спортивный туризм). Также в Древней Греции существовали гостиницы и постоянные дворы, но в них не всегда кормили. Гостеприимство было естественным явлением жизни. В Древней Греции зарождается курортология, лечебный туризм.

Римляне сделали большие шаги к развитию путешествий. Они больше участвовали в рекреационных путешествиях – к морю, в горы. Их руками туризм становился индустрией. В Древнем Риме уже существовали путеводители, особенно для паломников, совершающих путешествие в Иерусалим. Появляются в I в. до н.э. и туристические бюро, которые снабжали желающих путеводителями и справочниками. Также на рынках продаются специальные маски, чтобы защищать кожу лица от солнца и ветра. В Древнем Риме значительно развивается образовательный туризм. На другой стороне на Востоке в древности путешествовали караванами на верблюдах и ночевали в караван-сараях (постоялый двор с загонem для животных).

В средние века на первое место выдвинулся религиозный фактор. Паломничество стало самым главным

¹ Тавёрна (итал. *Taverna*) — предприятие общественного питания в Италии и некоторых других странах. Исторически первыми предприятиями индустрии туризма стали таверны, пользовавшиеся сомнительной репутацией. Таверна — аналог кабака или английского бара, однако, в отличие от бара, в таверне могут подавать полноценный обед. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

видом туризма. Паломничество в Святую Землю в Палестину стало массовым явлением и получило название «зарубежный туризм».

В эпоху Ренессанса и после поражения крестовых походов уменьшился поток религиозных путешествий и усилились индивидуальный характер и образовательная направленность поездок. Всех путешественников объединяло одно качество: они составляли элиту общества. Путешествия XVII и XVIII вв. имели целью открыть новых территорий. Были сделаны значительные географические открытия (новозеландские земли, Австралия). Обменные торговые операции резко возросли благодаря великой индустриальной революции.

Этап массового и социального туризма

В XIX — начале XX в. туризм достиг своего апогея, и слово «турист» возникло в начале XIX в. Появлялись первые туристические организации. Туризм уже стал индустрией, которой занимаются специализированные предприятия, занимающиеся производством туристических услуг. Бурному развитию массового туризма способствовали появление парохода, расширение сети дорог, появление оплачиваемых отпусков и разграничение свободного времени. Появились в Германии первые высококлассные гостиницы.

В середине 20-ого века – после Второй мировой войны и вслед за ней экономического кризиса – наметились активное развитие туристских фирм, массовое строительство гостиниц и разного рода увеселительных заведений. Массовым туризм

стал лишь после Второй мировой войны. К концу XX в. туризм становится стилем и частью жизни людей, усиливается тенденция к расширению ассортимента услуг, появлению новых объектов рекреации. Стали известными индивидуальные туры, экологический и спортивный туризм.

Вся эта история и все эти шаги дают, наконец, свои плоды: в 1975 г. была создана Всемирная туристская организация — ВТО (WTO), являющаяся международной межправительственной организацией.

Итак, историю развития туризма можно разделить на четыре этапа:

- до начала XIX века - предыстория туризма;
- начало XIX века - начало XX века - элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
- начало XX века - до Второй мировой войны - зарождение массового социального туризма;
- после Второй мировой войны - современный этап - массовый социальный туризм;

В настоящее время туризм — это не только вид путешествий, совершаемых для пассивного отдыха, но и для оздоровительных, рекреационных, спортивных, религиозных и других целей. Эта интересная сфера является столь популярным видом отдыха и продолжает расти по всему миру. Появились новые туристические виды, такие как деловой туризм, лечебный туризм, спортивно-событийный