Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 9 (515). С. 111–118.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2026;(9(515):111-118.

Научная статья

УДК 81’373

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-111-118

АНТРОПОЦЕНТРИЗМ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР ВОЗНИКНОВЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Елена Нальбиевна Схаляхо[1]*, Светлана Александровна Сасина[2], Мадина Марзакановна Бричева[3]

[1]*Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия, shn01@yandex.ru, 0009-0005-8756-5606

[2]Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия, sasina63@mail.ru, 0009-0009-9264-5300

[3]Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия, madinabricheva@gmail.com, 0009-0004-4202-7049

Аннотация. Проводится когнитивный и структурно-семантический анализ англоязычных неологизмов сферы туризма. Актуальность определяется потребностью изучения языковых трансформаций на современном этапе. Цель работы — выявить закономерности развития терминологии туризма в рамках антропоцентрической парадигмы. Материалом послужили словарные статьи, опубликованные в онлайн-словаре Cambridge Dictionary в разделе «New Words» за период с 2019 по 2026 г. Из более 900 неологизмов, которые вошли в данный раздел за указанный период, методом анализа словарных дефиниций были отобраны 102 единицы, относящиеся к сфере туризма. Используя метод семантического анализа, неологизмы были классифицированы по принципу воздействия экстралингвистических факторов (социальных, культурных, психологических и др.) на появление новой лексики. Установлены корреляции между номинированием и современными социокультурными процессами. С помощью когнитивного подхода демонстрируется, как в семантике неологизмов отражается отношение человека к действительности и как антропоцентризм становится основополагающим фактором образования англоязычных туристических неологизмов. В работе также произведен структурный и компонентный анализ неологизмов. Рассмотрены монолексемные и полилексемные единицы. На основе отобранного материала установлены наиболее продуктивные модели, среди которых оказались терминосочетания, блендинг, сложные слова. Менее продуктивными стали метод аффиксации, аббревиации и другие способы терминообразования. Корневых терминоединиц не выявлено. Был описан процесс когнитивной деривации. Выбор синтаксического метода как основного в образовании терминоединиц коррелирует с общими тенденциями развития терминологий. Использование словосложения и блендинга обусловлено потребностями данной конкретной терминологии и соответствует выявленным социокультурным факторам, влияющим на развитие терминологии исследуемой сферы.

Ключевые слова: неологизм, термин, терминология туризма, антропоцентризм, структурный анализ, терминообразование, когнитивный подход

Для цитирования: Схаляхо Е. Н., Сасина С. А., Бричева М. М. Антропоцентризм как системообразующий фактор возникновения неологизмов сферы туризма (на материале английского языка) // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 9 (515). С. 111–118. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-111-118.

Original article

ANTHROPOCENTRISM AS A SYSTEM-FORMING FACTOR IN THE EMERGENCE OF NEOLOGISMS IN THE TOURISM SPHERE (BASED ON THE ENGLISH LANGUAGE)

Elena N. Skhalyakho[1]*, Svetlana A. Sasina[2], Madina M. Bricheva[3]

[1]*Adyghe State University, Maikop, Russia, shn01@yandex.ru, 0009-0005-8756-5606

[2]Adyghe State University, Maikop, Russia, sasina63@mail.ru , 0009-0009-9264-5300

[3]Adyghe State University, Maikop, Russia, madinabricheva@gmail.com, 0009-0004-4202-7049

© Схаляхо Е. Н., Сасина С. А., Бричева М. М., 2026

Abstract. A cognitive and structural-semantic analysis of the English tourism neologisms is carried out. The relevance is determined by the need to study linguistic transformations at the present stage. The purpose of the work is to identify patterns in the development of tourism terminology within the framework of the anthropocentric paradigm. The material was dictionary entries published in the Cambridge Dictionary online dictionary in the "New Words" section, for the period from 2019 to 2026. Of the more than 900 neologisms included in this section during the specified period, 102 units related to tourism were selected by the definitions analysis. Using the method of semantic analysis, neologisms were classified according to the principle of the influence of extralinguistic factors (social, cultural, psychological, etc.) on the appearance of new vocabulary. The cognitive approach demonstrates how the semantics of neologisms reflect a person's attitude to reality, and how anthropocentrism becomes a fundamental factor in the formation of the English tourist neologisms. A structural and component analysis of neologisms was performed. Words and word combinations were considered. Based on the selected material, the most productive methods of terminological derivation were established, among which were the formation of terminological word combinations, blending, and word composition. The least productive methods were affixation, abbreviation, and other methods of terminology formation. The process of cognitive derivation has been described. The choice of the syntactic method as the main one in the formation of terminology units correlates with the general trends in the development of terminology. The use of compounding and blending is determined by the needs of this particular terminology and corresponds to the identified social and cultural factors influencing the development of terminology in the field under study.

Keywords: neologism, term, tourism terminology, anthropocentrism, structural analysis, term formation, cognitive approach

For citation: Skhalyakho EN, Sasina SA, Bricheva MM. Anthropocentrism as a System-Forming Factor in the Emergence of Neologisms in the Tourism Sphere (Based on the English Language). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2026;(9(515):111-118. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-111-118.

Введение

Туризм как отрасль экономики динамично развивается, адаптируясь к меняющимся условиям современного мира. Одним из основных условий развития туризма является создание инновационных туристических продуктов: «появляются новые виды развлечений, экскурсий, размещения, питания, возникают новые концептуальные подходы в соответствии с запросами современного общества» [14, с. 129]. Новые явления закономерным образом ведут к появлению неологизмов, которые стихийным образом пополняют терминологию сферы туризма и требуют систематизации.

На современном этапе внимание терминоведов все больше обращается к человеку: во главу угла ставится когнитивная составляющая термина как результата речемыслительной деятельности человека [7; 4]. Интересным становится процесс терминопорождения, когнитивные механизмы, которые ложатся в основу номинации новых единиц. Так, Л. Ю. Буянова отмечает, что «синкретизм мыслительного и речевого актов осмысляется как деривационный (в широком контексте), текстообразующий процесс, продуцирующий терминологическую ткань научной прозы, в которой неизбежно – и закономерно – отражается своеобразие индивидуального или коллективного "я", являющегося ее творцом и создателем» [3, с. 20].

Совершенствование технологий, цифровизация, стремительное развитие научных и профессиональных областей, урбанизация, быстрый ритм, в котором сегодня живет человек — все это не может не находить отражения в языке. Как справедливо отмечают лингвисты, «практически все исторические изменения в человеческом сознании, развитии культуры и росте знаний отражаются в лексической системе языка. В связи с этим появляется возможность на основе анализа изменений лексической системы определённой области знания получать довольно точное представление об особенностях и закономерностях развития теоретической мысли» [5, с. 9].

Изучение терминологии туризма в русле антропоцентрической парадигмы, на наш взгляд, весьма оправдано, так как сама концепция туризма априори человекоориентирована: она ставит в приоритет потребности человека в отдыхе, расширении кругозора, установлении культурных связей, приобретении новых знаний, впечатлений во время путешествий — то есть направлена на улучшение качества жизни.

Терминологию сферы туризма мы определяем как «открытый, непрерывно пополняющийся континуум, состоящий из узкоспециальных терминов, терминов широкой семантики, терминов, привлеченных из других областей, и общеупотребительной лексики» [14, с. 129].

Лексический состав сферы туризма и различные ее характеристики неизменно находятся в фокусе внимания лингвистов. Так, туристической лексике посвящены работы А. Н. Сохибовой [13], Г. Мусиной, Л. Сатаровой [9], Ю. Н. Пинягина [12],

Н. Н. Безруковой [2], А. А. Карнась [6]. Интерес ученых к данной теме подтверждает ее актуальность.

Материалы и методы

В качестве источника отбора материала нами были выбраны новейшие словарные статьи (за период с 2019 по 2026 г.), опубликованные в онлайн-словаре Cambridge Dictionary в разделе «New Words»[1]. Данный раздел регулярно пополняется англоязычными неологизмами в сопровождении дефиниции, а также небольшого отрывка из текста, в котором новое слово или словосочетание было употреблено. Пользователям предлагается некоторая обратная связь: каждый может указать, знакомо ли ему слово / словосочетание, и проголосовать, стоит ли добавлять его в основной состав словаря.

Следует принять во внимание, что данные неологизмы правильнее рассматривать как потенциальные, так как они имеют все шансы закрепиться в языке, но на момент внесения в раздел «New Words» этого в полной мере еще не произошло. Некоторые единицы могут не прижиться и оказаться в рядах окказионализмов.

Отметим, что под неологизмами, вслед за И. В. Арнольд, мы понимаем «слова или фразеологические обороты, входящие в язык в связи с ростом культуры и техники, развитием или изменениями в общественных отношениях и изменениями в быту и условиях жизни людей и ощущаемые говорящими как новые» [1, с. 323]. Термины-неологизмы могут называться неонимами, однако в данной статье мы предпочитаем использовать термин «неологизм» в широком его значении, то есть применительно, в том числе, и к терминологиям.

Основными методами исследования стали метод анализа словарных дефиниций, метод семантического анализа, словообразовательного анализа, метод систематизации и количественного подсчета.

В результате анализа словарных дефиниций более 900 неологизмов, вошедших в раздел «New Words» за указанный период, было отобрано 102 единицы, относящихся к сфере туризма.

Результаты исследования и их обсуждение

Неологизмы связаны с глобальными и социокультурными процессами и отражают общественное сознание. По мнению исследователей, современное общество столкнулось с «новой реальностью». Так, А. И. Нафикова отмечает: «Новая реальность современного социального развития породила возможность возникновения огромного числа самых разнообразных идей, концепций и движений, отражающих противоречивую специфику существования современного человека и общества в целом» [10, с. 208].

Мы постарались проследить некоторые закономерности и классифицировать неологизмы согласно критериям экстралингвистического характера, которые легли в основу номинации. Опишем группы и подгруппы, которые удалось выделить.

1. Закономерным является возникновение **новых видов туризма**, инновационных подходов, соответствующих требованиям современного общества. Потребителям предлагается больше возможностей для выбора, который зависит от их личных предпочтений, целей, финансовых возможностей. Таким образом, данная макрогруппа неологизмов содержит новые виды туризма, путешествий, отдыха и, в зависимости от ключевых запросов человека, делится на подмножества (группы).

1.1. В первой группе собраны термины, в основе которых заложено **стремление человека к замедлению, желание снизить быстроту ритма современной жизни.** В данной группе собраны термины, номинирующие активности, не требующие большой энергозатратности, а также ограничивающие вовлеченность в коллективные виды деятельности, что может быть выражено как эксплицитно (например, наличием терминоэлементов *slow (медленный), quiet (тихий, спокойный), hush (тишина, водворять тишину), me* (объектн. падеж мест. *я*) *и др.)*, так и путем метафорического переноса. К данной группе мы отнесли 10 единиц (9,8 %). Приведем несколько примеров.

Hushpitality *— a style of tourism that focuses on providing travellers with quiet places to stay and a peaceful atmosphere with no loud activity or disturbance.*

Перевод: *стиль туризма, при котором путешественникам предлагаются тихие места для проживания, где их ждет спокойный отдых без шумных видов деятельности.*

Me-moon *— a luxury holiday you take on your own.*

Перевод: *роскошный отпуск, который вы проводите самостоятельно* (термин создан по аналогии с *honeymoon, babymoon и др.,* только в основе — терминоэлемент *me — я*).

Land snorkeling *— the activity of exploring a landscape slowly on foot, concentrating on the details that can be seen in your surroundings, in a similar way to snorkelling in water.*

[1] New Words // Dictionary.Cambridge.org. URL: https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/page/2/

Перевод: *тип медленной пешей прогулки, во время которой вы изучаете природный ландшафт, внимательно рассматривая все, что вас окружает, как во время плавания под водой с маской и трубкой* (в основе неологизма лежит терминоэлемент *snorkeling — ныряние с трубкой*: проводится аналогия с созерцанием морских глубин).

Данные примеры подтверждают наблюдения ученых о том, что появляется тенденция уходить от скоростей, которых требует современный технологичный мир: «Среди идей, характеризующих процесс «бегства» от ускоряющегося общественного развития, можно выделить такие идеи, как «дауншифтинг», «хикикомори», «минимализм» (опрощение) и др. Внимания заслуживают также движения "Slow Food", "Slow Life", "Cittaslow" и др.» [10, с. 207].

1.2. Следующая группа неологизмов концептуально связана с предыдущей, но фокусируется не столько на замедлении, сколько на **желании покинуть урбанистическое пространство и ощутить единение с природой**. Было выявлено 5 (4,9 %) единиц.

Haycation *— a holiday spent on a farm, during which the guests sometimes help out with the farm work.*

Перевод: *отпуск, проведенный на ферме, во время которого отдыхающие иногда помогают с фермерскими работами.*

Soft hiking *— the activity of going for long walks in the countryside without any pressure to walk fast, climb hills or cover a certain distance.*

Перевод: *прогулка по сельской местности, во время которой нет необходимости идти быстро, подниматься в гору или преодолевать какую-либо конкретную дистанцию.*

1.3. Следующая группа актуализирует **концепцию устойчивого туризма, а также экотуризма.** Подобные темы, как показывают исследования в данной области, являются на сегодняшний день актуальными [15]. Выявлено 7 (6,9 %) единиц.

Green stay *— a stay in a hotel that actively tries to minimize its environmental impact, for example by reducing waste and conserving water.*

Перевод: *проживание в отеле, который пытается минимизировать свое воздействие на окружающую среду, например, за счет сокращения отходов и экономии воды.*

Некоторые термины вступают в парадигматические связи и вербализуют противоположные устойчивому туризму или экотуризму явления:

dirty camping *— the activity of leaving rubbish behind or causing damage by having a fire after you have stayed somewhere in a tent.*

Перевод: *практика оставлять после себя мусор или наносить урон природе, связанная с разведением костра во время отдыха с палаткой.*

1.4. Следующая группа связана с **экономией (или нехваткой) времени** и/или **денег** (9 единиц — 8,8 %).

Onebagging *— the practice of travelling with only a single carry-on sized bag, to simplify the trip and reduce costs.*

Перевод: *практика путешествовать только с одной сумкой в качестве ручной клади, чтобы упростить поездку и снизить расходы.*

Microgapping *– an alternative to the gap year, where people take shorter breaks and travel around their home country.*

Перевод: *явление, при котором люди берут короткие отпуска и путешествуют по своей стране (альтернатива академическому отпуску).* В основе лексемы лежит терминоэлемент *gap — пробел, пропуск,* используемый по аналогии с термином *gap year — академический отпуск* и префикс *micro- (микро-).*

Midweeker *— a short holiday taken during the week and not over a weekend.*

Перевод: *короткий отдых в течение недели, а не в выходные.* В основе термина усеченная основа слова *middle (середина)* и *week (неделя).*

1.5. В числе новых видов туризма распространенной становится **гибридизация формата**, **совмещение разных видов деятельности,** часто **работы и отдыха.** Было отобрано 13 (12,7 %) единиц.

Volunteercation *— a holiday spent doing volunteer work.*

Перевод: *отдых, совмещенный с волонтерской работой.*

Lisness *— a type of travel where a longer holiday will include some time spent working, attending a business conference etc.* Термин формируется из усеченной до одной буквы основы слова *leisure — отдых, досуг* и усеченной основы лексемы *business — бизнес.*

Перевод: *тип путешествия, при котором длительный отпуск включает время, посвященное работе, посещению деловых конференций и т.п.*

1.6. В последнюю подгруппу мы включили **виды туризма,** отобранные согласно **различного рода характеристикам.** В основном, это целевой туризм. Было выявлено 22 (21,6 %) единицы.

Tour tourism — the activity of travelling abroad to see a singer or band live in concert.

Перевод: *путешествие за границу с целью посетить концерт певца или группы.*

2. Во вторую макрогруппу вошли неологизмы, номинирующие новые **предметы**, **объекты, явления и абстрактные понятия,** принадлежащие сфере туризма.

2.1. Значительная часть неологизмов номинирует **изобретательность туриста, различные уловки, лайфхаки,** которые позволяют получить некую выгоду**,** и образует первую группу (13 единиц — 12,7 %).

Seat squatting *– the practice of sitting in an unassigned aeroplane seat, usually a better one than the assigned one, in the hope of staying there without being asked to move.*

Перевод: *практика занимать не свое место в самолете, обычно более удобное, чем ваше, в надежде, что вас не заставят пересесть.*

Mattress run *— the activity of booking and paying for a hotel room you don't need to allow you to earn points or rewards on its loyalty programme.*

Перевод: *практика бронирования и оплаты номера в отеле, который вам не нужен, с целью получить баллы или другие преимущества по программе лояльности.*

2.2. Во второй группе собраны новшества различного характера (23 единицы — 22,5 %), куда вошли единицы, которые также принадлежат макрогруппе «Предметы, объекты, явления и абстрактные понятия**», но семантически обоснованно не делятся на более мелкие подмножества.**

Airport theory *— a social media trend where travellers arrive at the airport 15–20 minutes before their flight departs, rather than several hours earlier, getting to the departure gate just as boarding begins.*

Перевод: *тренд в социальных сетях, когда путешественники прибывают в аэропорт за 15–20 минут до вылета своего рейса, а не за несколько часов до этого, и подходят к выходу на посадку как раз к началу посадки.*

Salvaged stay *— an old building that has been converted from its original purpose into a hotel.*

Перевод: *старое здание, которое было преобразовано в отель.*

Когнитивный подход к изучению термина невозможен без его структурного анализа. При описании дефиниций ряда терминов мы уже немного затронули компонентный состав некоторых неологизмов, так как это было необходимо для обоснования их мотивированности. Остановимся на структуре неологизмов более подробно, что позволит проследить путь терминодеривации и попытаться понять, как создавался термин с учетом ментально-мыслительных операций и его семиотической сущности.

По мнению В. Ф. Новодрановой, «в словообразовательных парадигмах и гнездах заложены терминообразовательные возможности терминологической системы, поэтому они могут использоваться для прогнозирования неологизмов в терминологии» [11, с. 287].

По компонентному составу термины можно разделить на моно- и полилексемные. Проанализируем структуру монолексемных неологизмов.

Из общего количества отобранного материала не было выявлено корневых неологизмов. Опишем несколько примеров производных терминов, образованных методом аффиксации. Аффиксация, как известно, обеспечивает принадлежность неологизма понятийно-категориальному классу. В частности, суффиксальную терминодеривацию Л. Ю. Буянова считает «важнейшей разновидностью когнитивно-семиотической деривации» [3, с. 21].

В числе аффиксальных формантов были выявлены *-ing, -ation, -er, micro-, hyper- и др.* Например, *microgapping, hypertourism, micromobility и др.*

В нашей выборке данный метод используется при образовании небольшого количества неологизмов (8 лексем — 7,8 %).

Рассмотрим следующий способ образования неологизмов – блендинг – это процесс (и результат) слияния основ слов, где как минимум одна из них является усеченной. Происходит соединение частей разных лексем, при котором одна лексема плавно сливается с другой, производя при этом новую, сохраняющую некоторые формальные и семантические признаки двух производящих. Прагматика данного способа заключается в номинации гибридных концепций, которые предполагают объединение качеств двух (реже нескольких) явлений.

Ряд блендов закономерным образом имеет в составе основу лексемы *vacation — отпуск,* усеченную до *-cation.* Приведем примеры.

Coolcation *(cool — прохладный + vacation — отпуск)* — поездка в страны или регионы с прохладным климатом, когда нет желания ехать туда, где слишком жарко;

paycation *(pay — плата, зарплата + vacation — отпуск)* — возможность работать удаленно, посещая другие города и страны.

В состав блендов могут входить самые разнообразные терминоэлементы. Например, *poshtel (posh — шикарный + hostel — отель) — тип хостела, который предлагает более комфортные или роскошные номера, чем обычный.*

Метод блендинга оказался довольно продуктивен (25 единиц — 24,5 %).

Следующий структурный тип — единицы, образованные способом словосложения. Структура и семантика таких неологизмов, как правило, прозрачны и обычно соответствуют сочетанию определяющего и определяемого морфологического элемента. Выявлено 14 неологизмов (13,7 %), образованных данным способом.

Townsizing (в основе неологизма лежат терминоэлементы *town — небольшой город, sizing — измерение*) *– тенденция посещать небольшие, тихие города и деревушки, а не известные крупные туристические города.*

Readaway (сложение основ *read — читать; away — вдали) — короткий отпуск, который проходит, в основном, за чтением и обсуждением книг.*

Рассмотрим аббревиатуры, которые составили незначительную часть (4 единицы — 3,9 %) отобранного материала. Примерами могут послужить следующие неологизмы: *Wilma* (сокращение лексем *window (окно), middle (середина), aisle (проход)*) *— метод посадки пассажиров в самолете; GOAT (*акроним *Greatest of All Trips) — лучшая из поездок и др.*

Полилексемные единицы весьма частотны в нашей выборке (47 единиц — 46 %), что соответствует общим тенденциям в терминологиях [8]. Основную часть составили двухкомпонентные словосочетания с определяющим и определяемым терминоэлементом. Частотность данного вида терминов также обоснована необходимостью номинирования новых видов туризма, возникающих по принципу родо-видовых отношений.

В случае сочетания N + N первое существительное выполняет роль препозиционного определения. Приведем примеры.

Thrift tripping *— планирование посещения старинных магазинов, блошиных рынков и т. п. с целью купить подержанную одежду и другие предметы во время отдыха.*

Airport dad *— отец семейства (или любой другой человек, который ведет себя подобным образом), который берет на себя ответственность за организацию отпуска и любит прибывать в аэропорт очень рано.*

Присутствуют также другие модели, такие как *Adj + N (green stay), Ved + N (salvaged stay), Ving + N (flying ferry) и др.*

К комбинированным способам мы отнесли незначительное количество неологизмов (4 единицы — 3,9 %). Например, сложное слово с усеченным элементом *edu-vacation,* словосочетание с сокращенным элементом *Generation T и др.*

Выводы

Изложим основные выводы, которые можно сделать по результатам исследования.

Неологизмы сферы туризма демонстрируют процессы, характерные для современной реальности. Так, отобранные нами неологизмы актуализируют быстроту темпа жизни в технологичном мире XXI в., стремление к замедлению, единению с природой; концепцию устойчивого туризма и экотуризма; необходимость экономии времени или денежных средств; возникновение гибридных форматов; проявление изобретательности туриста и т. д. Термины, таким образом, антропоцентричны, то есть обращены к человеку и связаны с его чувствами, проблемами, потребностями, а также отношением к действительности.

На структурном уровне выявлено преобладание словосочетаний (46 %), блендов (24,5 %), сложных слов (13,7 %). Бленды незаменимы, например, для номинирования гибридных форматов туризма. Современный человек часто стремится к сочетанию видов деятельности, ищет рациональные подходы, наделяет концепции новыми смыслами. В эпоху цифровизации стало возможным сочетать, в частности, работу и отдых. Сложные слова и словосочетания являют собой закономерное выражение родо-видовых отношений, где определяющий терминоэлемент конкретизирует значение определяемого. Такие методы, как аффиксация (7,8 %), аббревиация (3,9 %) и другие методы (3,9 %) терминообразования, оказались менее продуктивными в нашей выборке.

Преобладание словосочетаний, таким образом, соответствует общим закономерностям в терминологиях, тогда как блендинг и словосложение обусловлены спецификой терминологии туризма.

Исследование вносит вклад в изучение закономерностей развития терминологии туризма и в систематизацию новой лексики. Результаты могут быть полезны для теоретических изысканий в области когнитивного терминоведения и лексикологии, а также для практического применения в лексикографии.

Список источников

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 376 с.

2. Безрукова Н. Н. Терминосфера туризма в аспекте перевода (на примере алтайского туристического кластера) // МНКО. 2022. № 5 (96). С. 331–334.

3. Буянова Л. Ю. Когнитивно-семиотическая деривация как механизм формирования и эволюции современной финансово-экономической терминосферы // Вестник ЧелГУ. 2013. № 31 (322). С. 19–22.

4. Гринев-Гриневич С. В., Сорокина Э. А. Антрополингвистике — 20 лет. Когнитивная лингвистика: новые проблемы познания : сб. научных трудов. 2025. Т. 5. № 1. С. 6–37.

5. Гринев-Гриневич С. В., Сорокина Э. А., Скопюк Т. Г. Основы антрополингвистики : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М. : Издательский центр «Академия», 2008. 128 с.

6. Карнась А. А. Метафоризация как когнитивный процесс образования терминов индустрии туризма // МНИЖ. 2021. № 11–4 (113). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metaforizatsiya-kak-kognitivnyy-protsess-obrazovaniya-terminov-industrii-turizma (дата обращения: 18.04.2026).

7. Лейчик В. М. Когнитивное терминоведение — пятый этап развития терминоведения как ведущей научной дисциплины рубежа XX–XX1 веков. Когнитивная лингвистика: новые проблемы познания : сб. научных трудов. Вып. 5. М. Рязань, 2007. С. 121–132.

8. Лейчик В. М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. Изд. 4-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». 2009. 256 с.

9. Мусина Г., Сатарова Л. Терминология международного туризма и способы ее перевода с английского на русский язык // МНИЖ. 2022. № 8 (122). С. 1–3.

10. Нафикова А. И. Ускорение темпа жизни как социально-философская проблема и «новая реальность» современного социального развития // Манускрипт. 2020. № 12. С. 205–208.

11. Новодранова В. Ф. Именное словообразование в латинском языке и его отражение в терминологии. Laterculi vocum Latinarum et terminorum. М. : Языки славянских культур. 2008. 328 с.

12. Пинягин Ю. Н. Лексика туристического дискурса как объект перевода // Гуманитарные исследования. История и филология. 2023. № 12. С. 79–85.

13. Сохибова А. Н. Понятийные терминологические поля сферы туризма // Вестник Педагогического университета. 2022. № 6–1 (101). С. 130–134.

14. Схаляхо Е. Н., Сасина С. А., Бричева М. М. Структурно-семантические особенности аббревиатур в терминологии сферы туризма (на материале английского языка) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2025. Т. 31, № 1. С. 128–135.

15. Уткина Н. В., Гамидуллаева Л. А. Проблемы устойчивого развития туризма и устойчивого туризма в научных исследованиях: библиометрический обзор // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2025. № 1. С. 43–63.

References

1. Arnold IV. Lexicology of modern English. Moscow: FLINTA: Nauka, 2012. 376 p. (In Russ.).

2. Bezrukova NN. The terminosphere of tourism in the aspect of translation (on the example of the Altai tourism cluster). *MNKO*. 2022;(5(96):331-334. (In Russ.).

3. Buyanova LY. Cognitive-semiotic derivation as a mechanism of formation and evolution of the modern financial and economic terminosphere. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of ChelSU.* 2013;(31(322):19-22. (In Russ.).

4. Grinev-Grinevich SV, Sorokina EA. Anthropolinguistics is 20 years old. *Linguistics and Education.* 2025;5(1):6-37. (In Russ.).

5. Grinev-Grinevich SV, Sorokina EA, Skopyuk TG. Fundamentals of anthropolinguistics. Moscow: Publishing Center “Academy”, 2008. 128 p. (In Russ.).

6. Karnas AA. Metaphorization as a cognitive process of the formation of terms of the tourism industry // *MNIZH*. 2021;(11-4(113):156-160. (In Russ.).

7. Leychik V M. Cognitive terminology — the fifth stage in the development of terminology as a leading scientific discipline at the turn of the 20th-21st centuries. Kognitivnaya lingvistika: novy`e problemy` poznaniya. = Cognitive linguistics: new problems of cognition. Collection of scientific papers. Issue 5. M. Ryazan, 2007. P. 121-132. (In Russ.).

8. Leichik VM. Terminology: Subject, methods, structure. Ed. 4-E. M.: Book House “LIBROCOM”. 2009. 256 p. (In Russ.).

9. Musina G, Satarova L. Terminology of international tourism and ways of its translation from English into Russian // *MNIZH*. 2022;(8(122):1-3.

10. Nafikova AI. Accelerating the pace of life as a socio-philosophical problem and the “new reality” of modern social development. *Manuskript = Manuscript.* 2020;(12):205-208. (In Russ.).

11. Novodranova VF. Nominal word formation in Latin and its reflection in terminology. Laterculi vocum Latinarum et terminorum. Moscow: Languages of Slavic cultures. 2008. 328 p.

12. Pinyagin YuN. Vocabulary of tourist discourse as an object of translation. *Gumanitarny`e issledovaniya. Istoriya i filologiya. = Humanitarian studies. History and philology.* 2023;(12):79-85. (In Russ.).

13. Sohibova AN. Conceptual terminological fields of tourism. *Vestnik Pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of the Pedagogical University.* 2022;(6-1(101):130-134. (In Russ.).

14. Skhalyakho EN, Sasina SA, Bricheva MM. Structural and semantic features of abbreviations in the terminology of the tourism sector (based on the material of the English language). *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, Pedagogika, Filologiya = Bulletin of the Samara University. History, pedagogy, philology.* 2025:31(1):128-135. (In Russ.).

15. Utkina NV, Gamidullayeva LA. Problems of sustainable tourism development and sustainable tourism in scientific research: a bibliometric review. *MIR (Modernizaciya. Innovacii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Development).* 2025;(1):43-63. (In Russ.).

Информация об авторах

Е. Н. Схаляхо — кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии.

С. А. Сасина — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии.

М. М. Бричева — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии.

Information about the authors

E. N. Skhalyakho — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of English Philology.

S. A. Sasina — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology.

M. M. Bricheva — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology.

Статья поступила в редакцию 29.04.2026; одобрена после рецензирования 13.05.2026; принята к публикации 26.10.2026.

The article was submitted 29.04.2026; approved after reviewing 13.05.2026; accepted for publication 26.10.2026.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.