

words taking part in term-formation, their morphological structure, etymological features, thematic properties, underwent semantic changes and factors which cause them.

Key words: *semantic word-formation, semantic structure, morphological structure, structural model, foreign vocabulary, metonymy, metaphor, narrowing of the meaning, thematic group, factors of changes.*

Об авторе:

НИФАНОВА Татьяна Сергеевна – доктор филологических наук, профессор кафедры общего и германского языкознания Гуманитарного института Северодвинского филиала Северного (Арктического) федерального университета им. М.В. Ломоносова, *e-mail*: nifanova55@mail.ru

УДК 81'25

КОНЦЕПТОСФЕРА ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Т.Б. Новикова

Волгоградский государственный университет, Волгоград

В статье рассматриваются базовые концепты туристического дискурса, их коммуникативные и дискурсообразующие характеристики, особенности функционирования в рамках дискурса. Акцент исследования делается на ценностном аспекте рассмотрения лингвокультурных концептов.

Ключевые слова: *туристический дискурс, лингвокультурный концепт, коммуникация, эпитет, групповой концепт, ассоциативные связи, мотивация получателя.*

Дискурс представляет собой сложный феномен, обладающий рядом характеристик как коммуникативного, так и семиотического свойства. С точки зрения семиотики, дискурс является открытой знаковой системой, объединяющей языковые знаки, символы и образы, представленные в коммуникативном пространстве дискурса. С точки зрения коммуникации, дискурс как знаковая структура включает в себя такие элементы, как участники коммуникативного акта, выступающие в теории в качестве коллективной языковой личности, и ситуации коммуникации, стандартные коммуникативные ситуации в теоретическом аспекте рассмотрения проблем дискурсивных исследований.

Изучение дискурса, таким образом, предполагает как рассмотрение прагмалингвистических характеристик коммуникативных ситуаций, так и исследование когнитивных процессов, происходящих в сознании участников коммуникации и являющихся неперенным условием адекватного порождения и восприятия текста. Экстралингвистический фон текстов,

формирующих дискурс, включает социокультурные и прагматические факторы, знание которых необходимо для понимания текста. Дискурс, как правило, обладает высокой контекстностью, внутренней смысловой связностью. Общий контекст дискурса сохраняется благодаря устойчивости ассоциативных связей.

Несмотря на динамический характер реализации дискурса, устойчивость смыслов в текстах обеспечивает его стабильность. Дискурс всегда соотносится с определенными концептами, которые следует считать базовыми по отношению к данному дискурсу, дискурсообразующими концептами, неизменными даже при значительных изменениях внетекстового пространства. Смыслы дискурса концентрируются вокруг одного или нескольких опорных концептов, которые создают общий контекст дискурса, включающий его отдельные элементы, и обеспечивают нормальную коммуникацию на основе общности ценностей, оценок и ожиданий агентов дискурса.

Соотнесение смыслов текста с базовыми концептами дискурса позволяет говорить о принадлежности данного текста к данному дискурсу, так как жанрово-стилистические особенности текста не всегда однозначно свидетельствуют о дискурсивной принадлежности текста. Концепты являются смысловой опорой дискурса, а дискурс представляет собой среду формирования и развития концептуального содержания. В связи с тем, что дискурс, включающий тексты на определенном языке, фиксирует особенности менталитета и культуры, исследование речевой коммуникации в рамках определенного дискурса обусловлено критическим рассмотрением лингвокультурных концептов.

Изучение дискурсообразующих концептов проводилось в отношении различных дискурсов (Кабаченко 2007, Куриленко 2012, Терских 2015, Федулова 2014, Шейгал 2002 и др.), однако ценностный аспект базовых концептов рассматривался в недостаточной степени. Информация в рамках дискурса оценивается его участниками на основе ценностных ориентиров как общего лингвокультурного характера, так и более узкого, группового плана. Данный аспект рассмотрения лингвокультурных концептов особенно важен для туристического дискурса, так как предпочтения различных целевых групп в отношении предоставляемого им продукта туристической индустрии сильно разнятся.

Так, для одной целевой группы необходимо создание текстов на базе таких концептов, как «покой» и «комфорт», а для другой релевантными окажутся такие концептуальные смыслы, как «активность» и «адреналин». Приведем для сравнения два текста, размещенных на одном из туристических сайтов:

Экзотический остров, который расположен у южных берегов Вьетнама, подойдет всем любителям спокойного, планомерного отдыха. На острове нет ни одного клуба, зато

созданы хорошие условия для пляжного отдыха и экскурсий. В частности, можно посетить жемчужную ферму, плантацию, где выращивают чёрный перец и даже фабрику, специализирующуюся на производстве рыбного соуса [Путеводители... http].

... нельзя не сказать несколько слов о легендарной «Белой долине». Это долина в районе массива Монблан на высоте почти что 4 000 метров. В этой долине 22 км для внетрассового катания. Что же это означает? Эта область не подготовлена специально для катания на горных лыжах или сноубордах, эта часть трассы не обслуживается как остальные трассы на территории курорта. Такое катание называется фрирайдом и таит в себе большой риск. Но вместе с тем катание на нетронutom снегу позволяет шире использовать возможности горных лыж или сноуборда, да и получить больше адреналина [Путеводители... http].

Следует отметить, что такой дискурсообразующий концепт, как «удовольствие», может быть реализован в туристическом тексте и с помощью связанного с ним в смысловом отношении концепта «наслаждение», и посредством менее широко распространенного в языковом сознании, но действующего в туристическом дискурсе, группового концепта «драйв». В связи с тем, что целью отправителя туристического текста является мотивация получателя на приобретение туристического продукта, текст, как правило, активизирует образную составляющую концептов, формируя чувственный образ красоты и счастья и выполняя рекламную функцию.

Дискурсивная практика позволяет успешно реализовывать дискурсообразующие концепты посредством концептов, ассоциативно связанных с ними, не являющихся базовыми для данного дискурса, но входящих в его концептосферу. Так, концепты «море», «солнце», «пляж» и другие предметные концепты не являются дискурсообразующими в силу их слабо выраженной ценностной составляющей, но концептосфера туристического дискурса не может обойтись без этих смыслов при реализации в речевой коммуникации смыслового содержания таких лингвокультурных концептов, как «отдых», «удовольствие», «наслаждение».

Такие лингвистические средства, как *белоснежные пляжи, прозрачное чистейшее море, богатый подводный мир, шикарный бассейн, благоустроенный отель, живописная зона, комфортабельный номер, великолепный парк, восхитительная музыка, удивительная природа*, создают у получателя чувственный образ отдыха и приятное впечатление от предлагаемого туристического продукта. Эпитеты с положительной коннотацией реализуют ценностную составляющую концептов «отдых» и «удовольствие», формируя устойчивые ассоциативные связи между этими концептами и названиями туристических объектов и компаний, отелей и курортов.

Помимо дискурсообразующих концептов «отдых» и «удовольствие», а также входящих в их кластеры концептов «покой», «комфорт», «релакс», «умиротворение», «наслаждение», «рай» и других, к базовым концептам туристического дискурса следует, по всей видимости, отнести концепт

«уникальность» как в наибольшей степени соответствующий психологическим установкам и мотивам поведения потребителей туристического продукта. Данный концепт актуализируется с помощью таких лингвистических средств, как *уникальный, изумительный, удивительный, экзотичный, жемчужина, изюминка, восхитительный* и многих других эпитетов, метафор и сравнений.

В туристических текстах дискурсообразующий концепт «уникальность» реализуется, как правило, при поддержке концептов эмоционального кластера, подчеркивающих необычность эмоциональных переживаний, незабываемость впечатлений, неординарность полученного опыта и т.д. Следует также отметить, что коммуникативные особенности дискурса тесно связаны с его семиотическими характеристиками, и поэтому содержание дискурсообразующих концептов актуализируется не только вербальными средствами, но и невербальными, а именно, с помощью фотографий, удачно иллюстрирующих и дополняющих туристический текст.

Смысловое содержание дискурса, в том числе и туристического, в плане отражения культурных ценностей зависит от общего культурного контекста. «В ценностно-ориентированном коммуникативном действии отражается признание ценностей туризма участниками туристического дискурса» [Митягина 2009: 91]. Если к культурным доминантам определенной социальной группы относиться уверенно в собственной исключительности, ориентация на определенный социальный статус, престижность, в туристических текстах, созданных для данного получателя, концепт «уникальность» подкрепляется такими концептами, как «исключительность», «элитность», «VIP-услуги» и др.

К базовым концептам туристического дискурса следует также отнести концепты «экзотика» и «приключение», которые в зависимости от ценностных ориентиров целевой группы реализуются с помощью концептов «рай» или «экстрим» и таких языковых средств, как *блаженство, гармония, драгоценный, эксклюзивный, яркие, захватывающие впечатления*. Таким образом, мотивация получателя туристического текста происходит на основе ассоциативных связей, которые обеспечиваются использованием в рамках туристического дискурса необходимых с ценностной точки зрения лингвокультурных концептов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Митягина В.А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе / В.А. Митягина // Иностранные языки в высшей школе. – 2009. – № 4. – С. 88-97.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

2. Путеводители и советы для самостоятельных путешественников [Электронный ресурс]. – URL: <http://guruturizma.ru/>

CONCEPTS OF TOURISM DISCOURSE

T. B. Novikova

Volgograd State University, Volgograd

The article deals with the basic concepts of tourism discourse, their communicative and discourse-making characteristics, as well as the peculiarities of their functioning in the discourse. The emphasis is made on the value investigation of cultural concepts.

Key words: *tourism discourse, cultural concept, communication, epithet, group concept, associative relations, motivation of a recipient.*

Об авторе:

НОВИКОВА Татьяна Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода Волгоградского государственного университета; *e-mail:* tbnov@mail.ru

УДК 81'38; 81'42

ДИСКУРСИВНЫЕ ПРИЗНАКИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛИЙСКОЙ ПЕСЕННОЙ БАЛЛАДЫ

Н.Н. Пелевина, К. А. Кирилина

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, г. Абакан

В статье предлагаются результаты исследования английского балладного дискурса. Обосновываются дискурсивные признаки текста английской песни, позволяющие отнести его к литературному жанру баллады.

Ключевые слова: *балладный дискурс, литературная баллада, лирическая баллада, дискурсивные признаки, текстообразовательная модель.*

Свойство текста, называемое дискурсивностью, позволяет отнести его к текстовому пространству определенного типа дискурса. При намеренном использовании в тексте структурных и лексико-семантических особенностей иных типов дискурса можно говорить о его интердискурсивности. Эстетический характер интердискурсивности в художественной литературе проявляется либо в заимствовании из семиотического пространства культуры (Библия, мифы, фольклор, художественная литература, другие виды искусства) мотивов, сюжетов и образов, либо в намеренной актуализации характерных признаков дискурсивных формаций, сложившихся в специальных и массовых сферах коммуникации, для выражения автором своей эстетико-мировоззренческой позиции.

Если источником заимствования выступают литературные произведения, относящиеся к тому же жанру, что и создаваемый текст, то можно говорить о внутрижанровой интердискурсивности, обнаруживаемой на уровне композиции, темы, художественных образов, выбора лексики или грамматических структур. Внутрижанровая интердискурсивность отражает