Филатова Наталья Вячеславовна. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Филатова Наталья Вячеславовна;[Место защиты: Московский государственный лингвистический университет].- Москва, 2014.- 179 с.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

04201456776

**Филатова Наталья Вячеславовна**

**Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах**

Специальность 10.02.01 - русский язык

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент Евтушенко О.В.

Москва 2014

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 4](#bookmark1)

Глава I. Типологическое своеобразие дискурса сферы туризма

1. Понимание дискурса современной зарубежной и отечественной наукой 10
2. Актуальные проблемы изучения дискурса сферы туризма 18
3. Место туристического дискурса в типологической системе дискурсов 23
4. [Жанровое пространство туристического дискурса 37](#bookmark3)
5. [Семиотическая гетерогенность туристического дискурса 45](#bookmark4)

[Выводы 54](#bookmark5)

Глава **II.** Формы объективации прагматической составляющей 56

1. Вербальное обеспечение доминирующей позиции субъекта речи.58
   1. Стратегия и тактики самопрезентации субъекта туристического дискурса 58
   2. Полифония как средство создания многомерной информационной структуры туристического дискурса 66
2. Элементы стратегии кооперации в туристическом дискурсе 73
   1. Лексическая объективация образа адресата 73
   2. Виды и функции вопросов в текстах путеводителей 79
   3. Способы деавтоматизации восприятия речи 89
   4. Языковое воплощение стратегии формирования эмоционального настроя 95
   5. Гармонизация соотношения образной и фактуальной

форм трансляции знаний 108

1. Программа формирования речевого сообщения на тему «Туристический объект» и прагматические факторы, влияющие на ее воплощение 112

[Выводы 124](#bookmark29)

**Глава III. Лексико-грамматические особенности дискурса**

**сферы туризма** 127

1. Лексические средства расширения культурной

компетенции адресата 127

1. Имена собственные: виды и функции метаязыковой рефлексии 132
2. Особенности хронотопа в текстах путеводителей 139
3. [Насыщенность показателями выражения субъективной модальности 150](#bookmark32)

[Выводы 159](#bookmark33)

[Заключение 162](#bookmark34)

[Литература 165](#bookmark35)

**Введение**

Активное развитие индустрии туризма в наши дни стало стимулом к созданию сопровождающих эту деятельность текстов рекламного и информативно-справочного характера. Это не могло не привлечь внимания филологов и специалистов в области рекламы. Сейчас активные исследования туристического дискурса ведутся во всех направлениях: в прагматическом (изучение способов аргументации, рекламных стратегий), в когнитивном (выявление групп концептов, на которые опирается дискурс, описание отдельных концептов, выделение основного набора концептуальных метафор), лингвокультурологическом (влияние постмодернизма), сопоставительном (выявление национальных различий в туристическом дискурсе).

**Актуальность** выбранной темы обеспечивается тем, что, несмотря на множащееся число работ, посвященных туристическому дискурсу, не был решен вопрос о его типологическом статусе, не был исчерпывающе описан набор применяемых в его рамках языковых и неязыковых кодов, коммуникативных стратегий и тактик, не полностью названы и тем более до конца не проанализированы его отличительные языковые особенности.

**Научная новизна** настоящей работы заключается в особом подходе к изучению институционального дискурса, а именно в намерении раскрыть его инновационный потенциал, пригодность для творческих преобразований, способность служить не только коммерческим целям, но и развитию человека.

**Объектом исследования** в данной работе является туристический дискурс, объективированный в виде печатных текстов, фильмов и содержимого сайтов Интернета соответствующей тематической направленности.

**Предметом исследования** выступают используемые в сфере туризма способы кодирования и трансляции знаний, коммуникативные стратегии и

тактики, включая их языковое воплощение, отличительные лингвистические особенности туристического дискурса.

**Методологической основой исследования** является индуктивный эмпирический подход, предполагающий сбор фактов, их описание и систематизацию, в сочетании с антропоцентрическим подходом, рассматривающим язык сквозь призму человеческого фактора.

Для научного осмысления материала были применены следующие **методы исследования:** междисциплинарный синтез, сопоставительный анализ, контент-анализ, анализ способов речевого воздействия, семантический анализ, стилистический анализ, анализ структуры текста, частотный анализ словника, семиотический анализ, когнитивный анализ фрагментов текста.

**Логика и** этапы **исследования.** Исследование проводилось с 2010 по 2013 г. и состояло из двух этапов.

*Первый этап* (2010-2011 гг.) был посвящен изучению теории дискурса и выработке собственных взглядов на дискурс; рассмотрению актуальных проблем туристического дискурса, осмыслению его места в ряду других дискурсов; первичной обработке материала и выбору основных методов исследования.

На *втором этапе* (2011-2013 гг.) детально анализировался материал, описывались формальные, содержательные и функциональные особенности выбранных языковых единиц и дискурсивных приемов, анализировался включающий их контекст, осуществлялась их систематизация; были обобщены и оформлены в виде диссертационного исследования результаты теоретической и практической работы.

**Теоретическими основами** исследования являются идеи зарубежных и российских ученых, сформулировавших основные положения теории дискурса: Ю. Хабермаса, Т. ван Дейка, Дж. Ги, Н. Ферклафа, М. Фуко, М. Юнга, Н.Д. Арутюновой, В.З. Демьянкова, Е.С. Кубряковой, А.Н. Баранова, А.А. Кибрика, В.И. Карасика, В.И. Тюпы; ученых, исследовавших частные

5

проблемы конкретных дискурсов, в том числе туристического: О.С. Иссерс,

О.Г. Ревзиной, O.K. Ирисхановой, Е.Г. Беляевской, Е.В. Мошняги.

**Достоверность и обоснованность результатов** исследования обеспечивается большим объемом рассмотренного материала, строгим применением современных методов научного анализа.

**Материалом** для исследования послужили тексты 18 путеводителей издательства «Афиша», трех путеводителей издательства «Эксмо», одного путеводителя издательства «Вокруг света» общим объемом 6490 страниц; Интернет-ресурсы, включая 4 виртуальные экскурсии, 8 сайтов туристических фирм, а также другие электронные ресурсы — 5

видеопутеводителей на DVD.

**Цель** диссертационной работы - описать типологические особенности туристического дискурса, определить его место среди других дискурсов, изучить его перлокутивный потенциал и характер языковых средств, способствующих оптимизации речевого воздействия на адресата.

Для достижения этой цели был поставлен и решен ряд задач:

1. Выявить отличительные прагматические и лингвистические признаки туристического дискурса.
2. Выявить набор характерных для туристического дискурса кодов и субкодов, описать их специфику.
3. Выявить среди основных стратегий и тактик туристического дискурса креативные (т.е. индивидуально-авторские, новые для данного дискурса, а возможно, и для институционального общения в целом).
4. Описать языковые средства реализации стратегий и тактик туристического дискурса, в особенности неузуальные.
5. Выявить наличие/отсутствие связи туристического дискурса со стилевыми вкусами эпохи и обнаружить формы их воплощения.
6. Выявить приемы, которые туристический дискурс усвоил из художественной литературы.
7. Описать факторы, влияющие на расширение языковой компетенции адресата туристического дискурса.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Туристический дискурс является самостоятельным дискурсом гибридного типа. В нем соединяются признаки нормативно-риторического и креативного дискурсов, порождая инновации прагматического и лингвистического характера.
2. В прагматическом аспекте туристический дискурс характеризуется сочетанием стратегий доминирования субъекта речи и кооперации с адресатом. Доминирование обеспечивается сочетанием стратегии самопрезентации субъекта речи как эксперта с введением дополняющих его ви'дение объекта авторитетных точек зрения (полифонии). Кооперация осуществляется путем диалогизации, деавтоматизации восприятия речи адресатом, формирования у него эмоционального настроя, гармонизации соотношения образной и фактуальной форм трансляции знаний.
3. Инвентарь средств воздействия на адресата, используемый в туристическом дискурсе, значительно превосходит описанный классической риторикой. В частности, среди вопросительных по форме предложений кроме риторических фигур выделяются средства моделирования речевого и неречевого поведения адресата, а также средства вовлечения адресата в общение. Инвентарь средств воздействия на адресата туристического дискурса является открытым множеством, он продолжает увеличиваться за счет индивидуально-авторских инновационных приемов.
4. Туристический дискурс роднит с художественной речью пристальное внимание к языку, заключающееся в метаязыковой рефлексии, особенно в интересе к этимологии, и в языковых играх, а также забота о деавтоматизации восприятия речи.
5. Особенностью туристического дискурса является высокая плотность средств пассивного лексикона — терминов, историзмов, этнографизмов,

экзотизмов, способствующих расширению культурной компетенции

7

адресата. Отличительной грамматической особенностью туристического дискурса является видо-временная чересполосица.

Теоретическая значимость работы заключается в типологическом описании туристического дискурса.

Практическая значимость работы определяется возможностью использовать сделанные в ней выводы в процессе преподавания курса деловой коммуникации для обучающихся по специальности «Гостиничное дело», курса стилистики для студентов, обучающихся по направлениям «Филология», «Реклама и связи с общественностью», спецкурсов по теории дискурса и дискурсивному анализу. Некоторые положения диссертации могут быть использованы в работе гидов, а также при подготовке к изданию путеводителей и другой литературы туристической направленности.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии.

Во введении определяются цели и задачи исследования, его научная • новизна, актуальность, теоретическая и практическая значимость и другие формальные и содержательные параметры исследования.

В главе I определяются теоретические предпосылки исследования: рассматривается проблема понимания «дискурса» и выбирается его рабочее определение, выявляются подходы к изучению туристического дискурса и анализируются достигнутые в рамках каждого из них результаты, раскрывается типологическое своеобразие исследуемого дискурса. С целью систематизации разнородного материала устанавливается набор воплощающих туристический дискурс жанров. Для полноты анализа уточняется состав используемых в туристическом дискурсе неязыковых кодов и описывается их взаимодействие с языковым кодом.

*і*

В главе II устанавливаются основные формы объективации прагматической составляющей дискурса сферы туризма, зафиксированные в жанрах путеводителя и виртуальной экскурсии. Анализируются тактики и

языковые формы воплощения двух основных стратегий — самопрезентации и кооперации.

В **главе III** исследуются лексико-грамматические особенности дискурса сферы туризма: активизация различных групп слов пассивного лексикона, метаязыковая рефлексия, в особенности над именами собственными, нестандартное сочетание видо-временных форм глагола, активное использование разнородных показателей субъективной модальности.

В **заключении** излагаются основные результаты исследования и намечаются перспективы дальнейшей работы.

Список использованной литературы включает 174 наименования.

Общий объем диссертации составляет 179 страниц.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации и результаты исследования обсуждались на международных научных конференциях «Язык в пространстве коммуникации и культуры» (Москва, 29 июня 2012 г.), «XIII Виноградовские чтения» (Москва, 15-17 октября 2013 г.) и на заседаниях кафедры русского языка и теории словесности ФГБОУ ВПО МГЛУ.

Основные положения диссертации отражены в 4 публикациях автора общим объемом 1,9 пл., из них 3 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК, общим объемом 1,6 п.л.

**Статьи, опубликованные в изданиях, включенных в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук»:**

1. ***Филатова Н.В.* Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония? // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». - № 3. - 2012. - С. 41-46.**
2. ***Филатова Н.В.* Жанровое пространство туристического дискурса // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Серия «Филологические науки». - № 2. - 2012. - С. 76-82.**
3. ***Филатова Н.В.* Стратегии самоирезеитации субъекта туристического дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия «Филологические науки». Вып. 22 (655). Текст и метатекст. - 2012. - С. 56-67.**

**Доклады на научных конференциях:**

*Филатова Н.В.* Выразительные возможности хронотопа в путеводителях // Язык в пространстве коммуникации и культуры. Международная научн. конф. (Военный университет, 29 июня 2012 г.). - М.: Книга и бизнес, 2012. - С.449.

Выводы

1. Специфика туристического дискурса, помимо прочего, заключается в особом лексическом составе. Для его ядерной зоны характерна высокая плотность единиц, способствующих расширению культурной компетенции адресата: специальной и высокой лексики, историзмов, этнографизмов, экзотизмов, варваризмов. Познавательная функция туристического дискурса осуществляется, в частности, через значительное расширение словарного запаса адресата.
2. В текстах путеводителей широко распространена метаязыковая рефлексия. Ее маркерами могут служить номинации *слово, имя, говорящее имя/фамилия/название, называться/получить название, означать,* помещенные в соответствующий контекст, формируемый вставными конструкциями, оценочными определениями, однокоренными словами, в

159

которых проявляется внутренняя форма осмысляемого имени, словами тематической группы «Язык».

1. Объектами метаязыковой рефлексии в текстах путеводителей являются: названия природных объектов, поселений, районов, площадей, улиц, рынков, архитектурных сооружений, мемориальных объектов; личные имена политических деятелей и членов их семей, деятелей науки и культуры, создателей архитектурных сооружений, легендарных персонажей; названия гостиниц, ресторанов и других объектов туристического бизнеса. По степени сосредоточенности на языке рефлексивы делятся на автонимные употребления наименований, рефлексивы со встроенной автонимностыо и рефлексивные вкрапления. По содержанию они представляют собой: этимологические справки (включая переводы), вкусовые оценки наименования, метаязыковые формы систематизации, оживляющие внутреннюю форму имени контексты, импликации, оценки произносительных вариантов названия. Рефлексивы в текстах путеводителей выполняют коммуникативную, характеризующую, познавательную и онтологическую функции.
2. Частотный анализ лексического наполнения путеводителей показал первостепенную значимость для туристического дискурса семантических полей «Время» и «Пространство». Хронотоп рассматриваемого дискурса отличается сложным составом показателей и специфичностью форм выражения. Особая организация времени в туристическом дискурсе доказывает, что он может характеризоваться как дискурс креативного типа.
3. В текстах путеводителей отмечаются резкие переходы от описания к повествованию и обратно, а также непредсказуемая смена временны'х планов в пределах сложного синтаксического целого (видо-временная чересполосица).
4. Время в туристическом дискурсе представлено не стрелой, а стратами

(пластами), внутри которых есть свое грамматическое прошедшее,

160

настоящее и будущее. Этим отчасти объясняется нестандартное соседство форм прошедшего и будущего времени.

1. Частота использования форм будущего времени в контексте повествования и описания в текстах путеводителей заметно выше, чем в публицистическом стиле. В значительной мере это является следствием применения тактики моделирования будущего.
2. Особенностью организации пространства в туристическом дискурсе является интеграция, представленная двумя подвидами: интеграция пространственного континуума и интеграция пространственного дисконтинуума.
3. Туристический дискурс насыщен разнообразными в типологическом и формальном отношении показателями субъективной модальности. В жанре путеводителя отмечается высокая плотность показателей эпистемической модальности, которые помогают субъекту осуществлять стратегию самопрезентации в качестве эксперта. Эпистемические показатели делятся на две большие группы: маркеры персонального и коллективного знания. К первым относятся указания на такие смыслы, как «знание - мнение», «важная — дополнительная информация», «обычное - удивительное», «точное — неточное утверждение», с наложением эвиденциальных смыслов «знание, основанное на фактах - знание, полученное из недостоверного источника». Ко второй группе относятся смыслы «правда — ложь», «общеизвестное — неизвестное». Аксиологическая модальность представлена основным («хорошо — плохо») и коннотативным (оценка, добавляемая к другим видам модальности - желательное, нежелательное, должное) значениями.
4. Для выражения субъективной модальности в текстах путеводителей используются многообразные грамматические, лексические и даже графические средства.

**Заключение**

Занимаясь проблемами речепорождения, в значительной степени предопределенного возможностями и особенностями индивидуального или коллективного сознания, социокультурными факторами, развитостью системы кодов, характером коммуникативной ситуации и темой общения, теория дискурса упустила из виду вопрос о роли творческого начала в ограниченной указанными рамками речевой деятельности. Его значимость была замечена нами при анализе туристического дискурса. Мы доказали, что это институциональный дискурс гибридного типа, сочетающий в себе нормативно-риторическую основу с реализацией креативных возможностей как на прагматическом, так и на собственно лингвистическом уровне, в результате чего дискурс приобрел ряд особенностей, отличающих его от близкородственного рекламного дискурса.

Будучи ограничены рамками диссертационного исследования, мы сосредоточились на выявлении и систематизации основных коммуникативных и лингвистических приемов в туристическом дискурсе с целью отделить узуальные приемы от новых или перенесенных из других дискурсов. В результате нами было описано многообразие тактик, обеспечивающих субъекту эффективность самопрезентации в качестве эксперта, оценены возможности распределения функций субъекта между разными адресантами, определены виды вопросов по степени вовлечения адресата в диалог, выявлены способы деавтоматизации восприятия речи, способы создания у адресата эмоционального настроя, заставляющего принять аргументы адресанта, образные формы подачи информации, способные уравновесить обширную фактуальную информацию. Мы установили, что в рамках туристического дискурса весьма востребованной оказалась лексика церковнославянского происхождения, вопреки мнению, будто ее роль в современном русском литературном языке приближается к ничтожно малой степени. Мы показали, что варваризмы могут повышать

качество текста, что историзмы встречаются не только в историческом дискурсе и художественной литературе, что обилие терминов без расшифровки не является исключительным признаком научного стиля. Мы доказали, что туристическому дискурсу свойственна метаязыковая рефлексия, роднящая его с философским дискурсом и художественной речью. Мы продемонстрировали, что туристический дискурс формирует нестандартный хронотоп, отличающий его от других дискурсов. Наконец, мы доказали, что по плотности показателей субъективной модальности он может конкурировать с публицистикой, отличаясь в деталях (языковых показателях и значениях).

Мы намеренно старались избегать когнитивного аспекта порождения речи, чтобы не допускать поверхностности в этом очень важном вопросе, который мы не смогли бы должным образом осветить наряду с вопросами прагматики и лингвистики в рамках предусмотренного жанром диссертации объема. Мы лишь наметили один из возможных подходов к нему в последнем разделе II главы, имея в виду продолжение исследований в этом направлении.

Представляется, что у нашей работы есть следующие **перспективы:** выявление других гибридных дискурсов и составление типологии соотношений свойств родителей внутри гибрида; выявление других институциональных дискурсов, обогащенных дополнительными ресурсами, которые возникли под влиянием творческого фактора, и прагма- лингвистическое описание этих ресурсов; описание туристического дискурса в когнитивном аспекте; сопоставительный анализ воплощения темы туризма в путеводителях и в художественных текстах; сопоставительный анализ отзывов туристов и рассказов о путешествиях в письмах литераторов; экспертиза пригодности тех или иных прагматических и лингвистических средств для устной и письменной разновидностей туристического дискурса.

Наша работа подготовила почву для углубленных когнитивно­дискурсивных исследований, призванных ответить на вопрос, какие

163

структуры сформированы и усвоены коллективным сознанием, а потому изначально заданы при порождении речи на определенную тему в определенной коммуникативной ситуации, а какие порождаются индивидуальным сознанием и на каком основании это происходит. Ответ на этот вопрос помог бы значительно расширить языковые компетенции личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Агунович К, Борисова Е., Демнчева К., Дорожкин Э., Соколов А.* Берлин. - М.: Афиша Индастриз, 2002. - 114 с.
2. *Азарова Н.М.* Типологический очерк языка русских философских текстов XX века. - М.: Гнозис / Логос, 2010. - 228 *с.*
3. *Аннсішова Е.Е.* Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. - 1992. - № 1. - С. 71-

78.

1. *Антоновский А. Ю.* Язык и пространство (Понятие пространства в лингвистике) // Уранос и Кронос. Хронотоп человеческого мира. - М.: Издательский дом «РТ-ПРЕСС», 2001. - С. 187-208.
2. *Апресян ЮД.* Перформативы в грамматике и словаре / Ю.Д. Апресян // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. - 1986. - Т. 45. - № 3. - С. 208-223.
3. *Апресян Ю.Д.* Избранные труды / Ю.Д. Апресян. - Т. 1. Лексическая семантика. - М.: Языки русской культуры, 1999. - 472 с.
4. *Арутюнова НД.* Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. - М.: Советская энциклопедия, 1990. - С. 136 -137.
5. *Арутюнова Н.Д., Левонтина КБ.* Логический анализ языка. Языки пространств. - М.: Языки русской культуры, 2000. - 448с.
6. *Асланянц А.* Барселона. - М.: Афиша Индастриз, 2005. - 272 с.
7. *Атакьян Г.С.* Прагматика языка туристической рекламы. Дис. ... канд. филол. наук. - Майкоп, 2010. - 170 с.