

## ЭКОТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ПАРАДИГМЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

М.А. Краснокутская, студент  
Волгоградский государственный университет»  
(Россия, г. Волгоград)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-6-3-40-42

**Аннотация.** За последние несколько десятилетий термин «дискурс» стал частью ряда гуманитарных наук, в том числе лингвистики. Это можно объяснить контрастностью термина с точки зрения вариативности его семантики. Такая мультизадачность понятия «дискурс», а также его применение в различных гуманитарных направлениях повлекли за собой появление ряда семантических толкований и идей данного термина. Однако понятие экотуристического дискурса еще не до конца изучено, что подтверждает актуальность данной работы.

**Ключевые слова:** дискурс, экотуризм, экотуристический дискурс, компоненты дискурса, термин.

В философии термин «дискурс» изначально обозначал мышление, которое приобретало свое развитие в процессе формирования всевозможных понятий и суждений. Употребляя термин «дискурс», лингвисты XX-го века часто ссылаются на определение американского ученого З. Харриса, который понимает дискурс как последовательность написанных или сказанных человеком предложений в конкретной ситуации. Введение З. Харрисом термина «дискурс» в лингвистическое поле можно объяснить потребностью в изучении применения языкового контекста [1].

По мнению Т.А. Ширяевой дискурс – это «часть общественных отношений, который должен рассматриваться тройко: как использование языка; вживание в общественное сознание определенных представлений; взаимодействие социальных групп и индивидов» [2].

Подобная трактовка термина «дискурс» дает нам возможность сравнивать его с соответствующим моменту речевым процессом. Задачей дискурса является в первую очередь результат, а именно прогнозирование и воплощение речевого воздействия. Объектом дискурса всегда является определенная целевая аудитория в конкретных обстоятельствах.

Таким образом, дискурс состоит из ряда определенных коммуникативных элемен-

тов, начиная от намерений автора и его отношений с реципиентом, заканчивая конкретной коммуникативной средой и имеющимися компетенциями.

Понимая дискурс как сложную систему конкретных коммуникативных условий, мы можем проследить наличие дискурса во всех сферах социальной жизни, в том числе и в туризме.

Учитывая быстрый скачок в развитии международного туризма, туристический дискурс, существующий в пределах коммуникации представителей разных субкультур, обретает характерную специфику как вариацию транснациональной коммуникации. Особенности коммуникации в сфере туризма являются многоаспектность характера и этническое своеобразие. Другими словами, коммуникация может происходить не только в рамках отдельного рода деятельности, но и в рамках иноязычной среды.

В соответствии с толкованием Э.Ю. Новиковой, учитывая разнообразие международного туристического дискурса, мы понимаем его как поликомпонентную и мультимодальную меж- и транскультурную коммуникацию, существующую в модуле «свой – чужой», а также как процесс взаимообмена культурными традициями, переоценки ценностей и вместе с тем сохранения культурного своеобразия [3].

Для получения более четкого представления о туристическом дискурсе, рассмотрим компоненты, которые он в себя включает, а именно: сферу коммуникации, в рамках которой дискурс выполняет свои функции; задачи данной коммуникации и ее субъекты (адресат и адресант).

Сферой коммуникации в данном случае будет считаться предпринимательская деятельность в области туризма. Туристический дискурс будет функционировать в ряде различных обстоятельств, как в менеджменте и регулировке различными секторами туристического бизнеса, так и в рекламе и раскрутке отдельных продуктов.

В связи с обстоятельствами, в рамках которых туристический дискурс выполняет свои функции, основной задачей коммуникации будет являться высокоэффективная деятельность туристических структур. Это может быть налаживание отношений между потенциальными организациями-партнерами или продвижение туризма в целом.

При изучении особенностей туристического дискурса стоит также рассматривать его субъекты, а именно адресата и адресанта. Адресатом в данном случае будет являться потенциальный потребитель - большая группа населения, рассматриваемая как потенциальные туристы. Адресантом будут выступать всевозможные туристические фирмы, агентства и прочие организации индустрии туризма.

Наряду с туристическим дискурсом, не меньшего внимания заслуживает экотуристический дискурс, с учетом его уникального своеобразия. Экотуристический дискурс – это особый подвид туристического дискурса, главной задачей которого является повышение престижности экотуризма как отдельного вида отдыха.

В настоящее время на развитие туризма значительное влияние оказывают глобализация и транскультурная коммуникация, они содействуют раздвижению культурных, языковых границ и различий. Вместе с тем возрастает актуальность проблемы окружающей среды, в частности сокращение неблагоприятного воздействия человечества на природу, что содействовало

становлению такого вида туризма, как экотуризм.

Одной из теоретических проблем экотуризма является широта и неоднозначность определений. Экологический туризм – это современная деятельность, в задачи которой входят планирование и организация путешествий, охватывающие все виды природно-ориентированного туризма, где в качестве главной мотивации у туристов это наблюдение, контакт с природой, и, конечно, желание сохранить ее первозданность. Экотуризм подразумевает расходование естественных природных ресурсов в процессе туристических походов, а также всячески демонстрирует важность сохранения природной уникальности.

Появлению такого понятия, как «экотуризм» содействовал ряд определенных тенденций. В первую очередь, это становление туризма одной из крупнейших мировых экономических активностей. Количество людей, посещаемых охраняемые природные территории во всех странах мира, возросло до такой степени, что возможный ущерб, который они способны нанести природным объектам, стал вызывать серьезную обеспокоенность.

Ко всему прочему, изменились приоритеты и намерения туристов. Все больше людей, преимущественно в странах с развитой промышленностью, предпочитают места с относительно нетронутой природой, стараясь проводить свободное время вдали от городской жизни. В противовес укоренившемуся «пляжно-курортному» отдыху, увеличился спрос на активный и познавательный туризм.

Таким образом, экотуризм, представляя собой особый подвид туристической деятельности, сочетает в себе большинство признаков туристического дискурса. Важнейшей функцией экотуристического дискурса является информативная функция, в рамках которой основной целью служит передача сообщения потенциальному реципиенту. Также важную роль выполняет и апеллятивная функция, убеждающая адресата в необходимости приобретения товара или услуги в сфере экотуризма.

**Библиографический список**

1. Harris Z. Discourse analysis // Language. – 1952. – V. 28. № 1. – P. 1-30.
2. Ширяева, Т. А. Общекультурные и институциональные особенности дискурса // Знания. Понимания. Умения. – 2007. – № 4. – С. 103-108.
3. Новикова, Э.Ю. Международный туристический дискурс как лингвокультурный трансфер // Волгоградский гос. ун-т. – Волгоград. – 2017 – 332 с.

**ECOTOURIST DISCOURSE IN THE PARADIGM OF TOURIST DISCOURSE**

**М.А. Krasnokutskaya, Student**  
**Volgograd State University**  
**(Russia, Volgograd)**

***Abstract.** Over the past few decades, the term "discourse" has become part of a number of humanities, including linguistics. This can be explained by the contrasting nature of the term in terms of the variability of its semantics. Such multitasking of the concept of "discourse", as well as its application in various humanitarian directions has entailed the emergence of a number of semantic interpretations and ideas of the term. However, the concept of ecotourist discourse has not yet been fully explored, which confirms the relevance of this paper.*

***Keywords:** discourse, ecotourism, ecotourist discourse, components of discourse, term.*