



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.14>

УДК 81'42:379.85
ББК 81.055.1

Дата поступления статьи: 29.03.2016
Дата принятия статьи: 27.06.2016

ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Ирина Дмитриевна Ромадина

Аспирант кафедры теории и практики перевода,
Волгоградский государственный университет
romadina-irina@mail.ru, tippvolg@yandex.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье показана корреляция этапов развития туристического дискурса с историческими и социоэкономическими условиями, а также с функциональными особенностями текстов различных жанров. Установлено, что режим существования туристического дискурса претерпел множество трансформаций, связанных с изменением масштабов деятельности туристических организаций, социальных ролей коммуникантов, что, в свою очередь, отразилось на жанровой специфике. Изучение функциональности туристического дискурса обуславливает рассмотрение актуализируемых в отдельных жанрах и текстах коммуникативных интенций адресанта, изменяющихся по мере развития сферы туризма.

Автором выявлены три стадии развития туристического дискурса, каждая из которых связана с определенными цивилизационными факторами развития общества и трансформациями прагматических установок адресатов: литература путешествий; туристический дискурс, представленный печатными рекламными текстами; интернет-опосредованный туристический дискурс. Материалом исследования послужили тексты предметной области «путешествие и туризм», отобранные в соответствии с хронологией выделенных стадий развития, – дневники путешествий, брошюры, туристические гипертексты. Автор делает вывод о прогрессивном развитии туристического дискурса, что подтверждается расширением жанрового спектра и трансформацией традиционных печатных жанров в интернет-опосредованные туристические ресурсы.

Ключевые слова: туристический дискурс, жанр, жанровая система, функция текста, коммуникативная цель, исторические трансформации.

Несмотря на многовековой опыт межкультурных интеракций, различного рода поездок и путешествий, а также фиксирования вербальной туристической коммуникации в форме текстов, статус туризма как объекта самостоятельного типа дискурса начал формироваться с момента признания туристических практик специфической формой культурно-познавательной и экономической деятельности человека. Рассмотрение исторических и социоэкономических условий существования

и развития дискурса представляется целесообразным, поскольку, по замечанию В.А. Митягиной, «дискурс является одновременно и результатом цивилизационного процесса, и источником его нового развития» [6, с. 23] и может способствовать выявлению логики дифференциации речевых жанров и расширения их репертуара.

Как справедливо отмечает А. Сорочан, «изменение мира вокруг путешественника влечет за собой изменение и самого путеше-

ственника» [9], поэтому в процессе исследования эволюции жанровой системы туристического дискурса необходимо также учесть изменения индивидуальных и коллективных целей основных участников туристического дискурса, нашедших отражение в функциональности жанров и прагматическом потенциале дискурса. Иллюстративными с точки зрения определения целевых установок речи и отношения адресанта к содержанию его высказываний являются положения универсальной прагматики Ю. Хабермаса, в которой, помимо двух модусов языкового употребления (коммуникативного и когнитивного), автор выделяет три ключевые функции: 1) репрезентация объектов и феноменов (объективный мир), 2) осуществление межличностной связи (мир межличностных отношений) и 3) манифестация переживаний (субъективный мир) [11, с. 204]. Данные функции могут быть соотнесены с коммуникативными ролями третьего, второго и первого лица соответственно. Генерализованный характер данной типологии не отражает многообразия функциональных доминант в рамках отдельных жанров туристического дискурса, однако акцентирует ключевые коммуникативные позиции адресантов.

В настоящее время существует ряд классификаций жанров туристического дискурса [5–7; 10; 13; 15], однако ни одна из них не может быть исчерпывающей, поскольку коммуникация в пространстве рассматриваемого дискурса инициирует появление новых жанровых форм, детерминированных реалиями интернет-коммуникации в условиях глобализации. Наиболее распространенными письменными жанрами туристического дискурса являются путеводитель, дневник путешествия, информационно-рекламные материалы, а также компьютерно опосредованные жанры, представленные на сайтах туристических агентств, музеев, форумов (виртуальная экскурсия, отзывы туристов, видеопутеводитель). К устным жанрам относятся экскурсия, диалог между туристом и представителем туристического агентства, и на периферии жанрового поля – речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (устная разновидность непосредственного общения) (см., напр.: [10, с. 79]).

Обратимся к диахронической характеристике процесса жанрообразования в туристическом дискурсе.

Отражение в текстах индивидуального опыта путешественников, характерное для начальных этапов становления туризма, отличающихся неформальностью отрасли в целом, а также отсутствием организованности в пределах отдельных практик, явилось фактором формирования литературы путешествий, объединяющей широкий круг источников, написанных в виде путевых дневников или по материалам, собранным во время путешествий [3, с. 332]. Паломники, участники географических экспедиций, «туристы» в современном понимании, то есть мотивированные эстетическими потребностями и поисками аутентичности, стали создателями таких жанровых образований в пределах литературы путешествий, как хождения, итинерарии (ранняя форма путеводителя, включающая описание маршрутов), дневники путешествий, самые ранние, созданные на Руси, датируются началом XII века. Тексты указанных жанров, например Житие и хождение Даниила, игумена Русской земли, демонстрируют преобладание коммуникативной роли первого лица в контексте индивидуального туристического опыта, предполагающей личностное измерение дискурса, авторскую рефлексию, насыщенность когнитивной информацией, субъективную оценку описываемых явлений, а также высокую степень экспрессивности.

В эпохи Ренессанса и Просвещения (XV–XVIII вв.) после многовековых ограничений, вводимых церковью в сферу духовного и физического развития человека, литература путешествий переживает смену религиозного опыта эстетическим, на фоне которого труды путешественников становятся бестселлерами [8, с. 137], объединяющими сведения культурного, географического и этнографического характера и содержащими субъективно-интерпретированную картину жизни другого народа. В основе описания достопримечательностей, уровня жизни населения страны, поведения представителей иной культуры находится интенция донести до читателя часть личного опыта путем аксиологической интерпретации окружающих объектов и явлений:

Здесь во всем генерально хуже нашего: люди, лошади, земля, изобилие в нужных съестных припасах, словом: у нас все лучше и мы больше люди, нежели немцы (Фонвизин);

...только что на папское владение въехал, приметна стала грубость народа, алчность его на деньги, который, чтобы получить их, всякие обманы выдумывает (Зиновьев).

Объективная действительность, таким образом, оказывается выраженной сквозь призму перформативной установки первого лица, выдвигающей притязания на такие составляющие семантики дискурса, как истинность и правильность высказываний об объективном, социальном и субъективном мирах. В рамках этого периода и вплоть до XIX в. наблюдается тенденция к элитарности литературы путешествий, поскольку поездки в развлекательных, оздоровительных, познавательных и иных целях являлись привилегией высших классов общества, представители которых и выступали в качестве адресантов дневников и заметок – «аристократов, пишущих для удовольствия» [9].

По мере своего развития жанр дневника путешествия приобретает черты эксплицитной диалогичности – в текстах все чаще встречаются маркеры субъект-субъектного взаимодействия автора и читателя:

I hope **the reader agrees** with me that a large bottle would be too much at a time if taken very often in the day (Ritchie, p. 165).

Градуальный переход от субъект-объектного к субъект-субъектному повествованию лег в основу механизмов имплицитной и эксплицитной диалогичности, которые характерны для реализации аргументативной стратегии в современных коммуникативных процессах. Данный переход ознаменовал начало современного этапа истории путеводителя как базового жанра туристического дискурса. Развитие данного специального типа книжного издания связано с именем Карла Бедкера, основавшего в 1827 г. в немецком городе Кобленце издательство путеводителей по различным странам и городам. Диалогическая характеристика данного жанра как «вербально оформленного типовой ситуации социального взаимодействия людей» [12, с. 90] условна, однако ориентация на адресата в отличие от первичных жанров, где язык в большей сте-

пени рассматривается с точки зрения одного говорящего без необходимого отношения к другим участникам речевого общения [1], явилась важной ступенью трансформации туристического дискурса в целом.

Индустриальный этап цивилизационного развития, переход к которому связан с историко-социальными трансформациями второй половины XVIII в. (промышленный переворот, развитие инфраструктуры, повышение общего уровня и качества жизни в ведущих индустриальных странах мира), характеризуется формированием беспрецедентного функционального измерения дискурса сферы туризма: апеллятивная функция становится доминантой текстов, объединенных новым жанровым образованием туристического дискурса – информационно-рекламными материалами туристических агентств, которые связывают такие печатные жанры, как брошюра, проспект, буклет, листовка. Субординация когнитивной и экспрессивной функций рационально-мотивированным интенциям отправителей текстов способствовала формированию коммерческого характера дискурса, который впоследствии стал преобладающим в туристической коммуникации в целом. Апеллятивность текстов достигается путем информирования о преимуществах туристических услуг:

We'll take you on holidays you can't get anywhere else in the UK (Thomson);

У нас есть бонусная система скидок для тех, кто путешествует с нами постоянно! (Московское бюро).

Совокупность апеллятивной, эстетической и эмотивной функций характерна для туристических текстов, в которых объектом презентации становится туристическая дестинация:

Enjoy the extensive walkways of Batumi Seaside Boulevard (Ajara Batumi);

Реки и озера здесь полны рыбы, на лугах и в лесах гнездятся многочисленные виды птиц (Природа Польши, с. 5).

Прагматический потенциал туристического дискурса, таким образом, поддается интерпретации с помощью предложенной Т. ван Дейком схемы «дискурсивизации» социального мира, в соответствии с которой предвзятые

описание действительности приведет к созданию сначала «необходимой» картины мира, а в конечном итоге – к «правильным» действиям индивидов как объектов дискурсивного воздействия [2, с. 10]. Актуализация данной схемы в отношении туристического дискурса может наблюдаться с момента утверждения туризма в качестве прибыльного социально-экономического института. Объектами дискурсивного воздействия в данном случае выступают туристы, а в качестве их ожидаемых «правильных» действий актуально рассматривать потребление туристических услуг (обращение в агентства, всевозможные сервисы и др.).

Начало информационно-компьютерного века было ознаменовано трансфером туристического дискурса на интернет-платформу, что не могло не отразиться на жанровой системе и прагматических установках коммуникантов. Индустрия туризма стала одновременно и результатом, и фактором унификации мирового пространства, в ходе которой интернет выступил в роли новой социокоммуникативной среды. Интернет-коммуникация в туристической сфере характеризуется массовостью, гипертекстуальностью, мультимедийностью и сменой параметра персональность / институциональность в зависимости от особенностей виртуального жанра.

Мультимедийность интернет-коммуникации, реализующая эстетическую функцию туристического дискурса [14], способствовала трансформации базовых жанров в гипертекстовые составляющие сайта: дневник путешествия – блог; путеводитель – туристический портал (видеопутеводитель); экскурсия – виртуальная экскурсия (видеоэкскурсия); брошюра (буклет, проспект) – интерактивный мультифункциональный сайт информационно-рекламного характера; а также образованию новых жанровых форм – туристический форум, отзыв туриста.

Туристический интернет-блог как современная форма классического дневника путешествия отличается повышенной информативностью и перформативностью высказываний:

if you don't want to have people in your home, offer to take people out and show them around your city (Nomadic Matt);

Советую заранее ознакомиться с расписанием (Блог о путешествиях).

Конвергенция монологической и диалогической форм повествования приводит к усилению роли фатической функции текстов блога, а также жанров, ориентированных на информирование потенциальных туристов о туристических услугах и различных составляющих путешествия (форум, отзыв туриста):

После этого маршрута у вас будут красивые снимки и вы, не вдаваясь в ботанические термины и названия, хоть и поверхностно, познакомитесь с садами (Мои 100 дорог);

If you are only coming for one week, probably better to book ahead, but, if you're coming for longer, chances are you will find a day available after you arrive (TripAdvisor);

I'm thinking about traveling to Tokyo. Does anyone have any tips on what I could do there? Is this a city worth visiting? (Travel Forum).

Включение блогов и комментариев туристов в интерактивное пространство информационного туристического сайта способствует расширению возможностей самопрезентации посетителей сайта – ключевого мотива адресанта туристического дискурса на протяжении всей истории его существования, а также продуктивному информационному обмену. Кроме того, центр гипертекстового пространства сосредоточивается непосредственно вокруг пользователя, вследствие этого положение языковой личности всегда является центральным в виртуальном дискурсе, что способствует постоянному ее стремлению к самопрезентации [4]. Следует отметить, что формат блога о путешествиях стирает грань элитарности дискурса и открывает пользователям новые возможности, связанные с производством дискурса, агентом которого может стать каждый интернет-пользователь, желающий запечатлеть на виртуальных страницах личный опыт туристических практик.

Таким образом, рассмотрение туристического дискурса сквозь призму его исторического развития позволило выявить связь между поступательными социоэкономическими трансформациями и развитием туристической сферы, в контексте которых логично ожидать дифференциацию речевых жанров и расширение их репертуара. Нами были выделены три стадии развития туристического дискурса, каждая из которых связана с определенными цивилиза-

ционными факторами развития общества и трансформациями прагматических установок адресатов: литература путешествий, туристический дискурс, представленный печатными рекламными текстами, интернет-опосредованный туристический дискурс.

К цивилизационным (внешним) условиям трансформации дискурса мы относим смену религиозного опыта туриста эстетическим, промышленный переворот, способствовавший переходу от индивидуального к массовому туризму, а также развитие компьютерных технологий, послужившее фактором глобализации туристической коммуникации и трансформации традиционных жанров в медийные виртуальные жанровые образования. К прагматическим (внутренним) изменениям мы относим, во-первых, смену адресанта как центральной фигуры туристического дискурса литературы путешествий адресатом туристического дискурса: то есть до появления организованного туризма сам турист был агентом дискурса во всем богатстве своей личности, а после него дискурс стал обезличенным, подстроенным под информационно-когнитивные и эстетические потребности адресата. Прогрессивное увеличение масштабов индустрии туризма в рамках новой социокоммуникативной платформы интернета обусловило необходимость создания туристических гидов и рекламных материалов соответствующей тематики в глобальных координатах сети. Дневники путешествия сохранились в форме блогов и продолжают занимать важное место в пространстве дискурса туристической индустрии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин, М. М. Постановка проблемы и определение речевых жанров / М. М. Бахтин // Собрание сочинений : в 7 т. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5 : Работы 1940–1960 гг. – С. 159–206.
2. Дейк, Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : ЛИБРОКОМ, 2013. – 344 с.
3. Лихачев, Д. С. Повести русских послов как памятники литературы / Д. С. Лихачев // Путешествия русских послов XVI–XVII веков. – М. ; Л. : Гослитиздат, 1954. – С. 319–346.
4. Лутовинова, О. В. Языковая личность в интернет-коммуникации / О. В. Лутовинова // Ин-

тернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : Флинта, 2012. – С. 124–139.

5. Митягина, В. А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе / В. А. Митягина // Иностранные языки в высшей школе. – 2009. – Вып. 4(11). – С. 88–97.
6. Митягина, В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия / В. А. Митягина. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – 356 с.
7. Новикова, Э. Ю. Перевод путеводителя: лингвокультурные и дидактические аспекты / Э. Ю. Новикова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2014. – № 3. – С. 235–241.
8. Соколова, М. В. История туризма / М. В. Соколова. – М. : Мастерство, 2002. – 352 с.
9. Сорочан, А. Туда и обратно: новые исследования литературы путешествий и методология гуманитарной науки / А. Сорочан // Новое литературное обозрение. – 2011. – № 112. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2011/112/so36.html>. – Загл. с экрана.
10. Филатова, Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н. В. Филатова // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филологические науки. – 2012. – № 2. – С. 76–82.
11. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2006. – 380 с.
12. Шмелева, Т. В. Речевые жанры / Т. В. Шмелева // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск : Проспект, 1991. – С. 89–91.
13. Dann, G. Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective / G. Dann. – Alta, Norway : Finnmark University College, 1996. – 304 p.
14. Han, J.-H. Zero acquaintance benchmarking at travel destination websites: what is the first impression that national tourism organizations try to make? / J.-H. Han, J. E. Mills // International Journal of Tourism Research. – 2006. – Vol. 8, iss. 6. – P. 405–430.
15. Thurlow, C. Tourism discourse: Languages and banal globalization / C. Thurlow, A. Jaworski // Review of Applied Linguistics. – 2011. – № 2. – P. 285–312.

ИСТОЧНИКИ

Блог о путешествиях – Блог о путешествиях и культуре в Европе. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.mishanita.ru/forum/viewtopic.php?f=5&t=28>.

Житие и хождение Даниила, игумена Русской земли (1104–1106). – Электрон. текстовые дан. –

Режим доступа: <http://lib.pushkinskiydom.ru/Default.aspx?tabid=4934>.

Зиновьев – Зиновьев, В. Н. Журнал путешествия В.Н. Зиновьева по Германии, Италии, Франции и Англии / В. Н. Зиновьев // Русская старина. – 1878. – Т. 23. – С. 207–240.

Мои 100 дорог – Мои 100 дорог : Блог о путешествиях, туризме и отдыхе. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.100roads.com/2016/08/18/sydney_royal_botanic_garden_1/#more-10283.

Московское бюро – Московское бюро туризма. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.mbt-travel.ru/>.

Природа Польши – Природа Польши : [Брошюра]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://pdf.polska.travel/docs/ru/przyroda/PRZYRODA_koedycja_RUS.pdf.

Фонвизин – О Европе конца 17 века. Дневники Фонвизина // Славянский развлекательно-познавательный информационно-новостной ресурс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://vl-club.com/1752-o-evrope-konca-17-veka-dnevniki-fonvizina-.html>.

Ajara Batumi – Ajara Batumi. Advertising Booklet. – Electronic text data. – Mode of access: <http://gobatumi.com/files/plan-your-trip/free-maps-and-brochures/Introduction-to-Ajara-batumi-en.pdf>.

Nomadic Matt – Nomadic Matt Travel Community. – Electronic data. – Mode of access: <http://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/how-to-crush-it-on-couchsurfing/>.

Ritchie – Ritchie, L. A Journey to St. Petersburg and Moscow through Courland and Livonia / L. Ritchie. – L. : Longman, 1836. – 256 p.

Thomson – Thomson Travel Company. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.thomson.co.uk/>.

Travel Forum – Travel Forum. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.travelforum.org/japan-travel-forum/4791-what-do-tokyo.html>.

TripAdvisor – TripAdvisor. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g154267-i323-k9236261Advance_ReservationsNuevo_Vallarta_Pacific_Coast.html.

REFERENCES

1. Bakhtin M.M. Postanovka problem i opredelenie rechevykh zhanrov [Problem Statement and Speech Genres Definition]. *Sobranie sochineniy* [Collected Works]. Moscow, Russkie slovari Publ., 1996. Vol. 5: Works of the 1940s-1960s, pp. 159-206.

2. Deyk T.A. van. *Diskurs i vlast: Rerezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power: Representation of Domination in Language

and Communication]. Moscow, Knizhnyy dom "LIBROKOM" Publ., 2013. 344 p.

3. Likhachev D.S. *Povesti russkikh poslov kak pamyatniki literatury* [Short Novels by Russian Ambassadors as Literature Monuments]. *Puteshestviya russkikh poslov XVI-XVII vekov* [Travels of Russian Ambassadors of 16th-17th Centuries]. Moscow, Leningrad, Goslitizdat Publ., 1954, pp. 319-346.

4. Lutovinova O.V. *Zazykovaya lichnost v internet-kommunikatsii* [Language Personality in the Internet Communication]. Kolokoltseva T.N., Lutovinova O.V., eds. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet Communication as a New Verbal Formation]. Moscow, Flinta Publ., 2012, pp. 124-139.

5. Mityagina V.A. *Kommunikativnye deystviya v turisticheskom diskurse* [Communicative Actions in Tourist Discourse]. *Inostrannye yazyki v vysshey shkole: nauch. zh.* [Foreign Languages in Tertiary Education], 2009, iss. 4 (11), pp. 88-97.

6. Mityagina V.A. *Sotsiokulturnye kharakteristiki kommunikativnogo deystviya* [Sociocultural Characteristics of Communicative Action]. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2007. 356 p.

7. Novikova E.Yu. *Perevod putevoditelya: lingvokulturnye i didakticheskie aspekty* [Translation of a Guide Book: Linguocultural and Didactic Aspects]. *Izvestiya Tulskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Proceedings of the Tula state university. Humanitarian sciences], 2014, no. 3, pp. 235-241.

8. Sokolova M.V. *Istoriya turizma. Uchebnoe posobie* [History of Tourism. Textbook]. Moscow, Masterstvo Publ., 2002. 352 p.

9. Sorochan A. *Tuda i obratno: novye issledovaniya literatury puteshestviy i metodologiya gumanitarnoy nauki* [Round Trip: New Research on Travel Writing and Methodology of Human Sciences]. *Novoe literaturnoe obozrenie*, 2011, no. 112. Available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2011/112/so36.html>.

10. Filatova N.V. *Zhanrovoe prostranstvo turisticheskogo diskursa* [Genre Space of Tourist Discourse]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta im. M.A. Sholokhova. Filologicheskie nauki* [Vestnik of Sholokhov Moscow State University for the Humanities. Philological Sciences], 2012, no. 2, pp. 76-82.

11. Habermas Ju. *Moralnoe soznanie i kommunikativnoe deystvie* [Moral Consciousness and Communicative Action]. Saint Petersburg, Nauka Publ., 2006. 380 p.

12. Shmeleva T.V. *Rechevye zhanry* [Speech Genres]. Skovorodnikov A.P., ed. *Kultura russkoy rechi: Entsiklopedicheskiy slovar-spravochnik*. Krasnoyarsk, Prospekt Publ., 1991, pp. 89-91.

13. Dann G. *Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Finnmark University College, Alta, Norway, 1996. 304 p.

14. Han J.-H., Mills J.E. Zero acquaintance benchmarking at travel destination websites: what is the first impression that national tourism organizations try to make? *International Journal of Tourism Research*, 2006, vol. 8, iss. 6, pp. 405-430.

15. Thurlow C., Jaworski A. Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Review of Applied Linguistics*, 2011, no. 2, pp. 285-312.

SOURCES

Blog o puteshestviyakh i kulture v Evrope [A Blog About Travel and Culture in Europe]. Available at: <http://www.mishanita.ru/forum/viewtopic.php?f=5&t=28>.

Zhitie i khozhenie Daniila, igumena Russkoy zemli (1104–1106) [Life and Wanderings of Daniel, Abbot of the Russian Land (1104-1106)]. Available at: <http://lib.pushkinskijdom.ru/Default.aspx?tabid=4934>.

Zinovyev V.N. *Zhurnal puteshestviya V.N. Zinovyeva po Germanii, Italii, Frantsii i Anglii* [Travel Magazine of V.N. Zinovyev in Germany, Italy, France and England]. *Russkaya starina*, 1878, vol. 23, pp. 207-240.

Moi 100 dorog. Blog o puteshestviyakh, turizme i otdykhe [My 100 Roads. Blog About Travel, Tourism and Rest]. Available at: http://www.100roads.com/2016/08/18/sydney_royal_botanic_garden_1/#more-10283.

Moskovskoe byuro turizma [Moscow Bureau of Tourism]. Available at: <http://www.mbt-travel.ru/>.

Priroda Polshi. Broshyura [Poland's Nature. Brochure]. Available at: http://pdf.polska.travel/docs/ru/przyroda/PRZYRODA_koedycja_RUS.pdf.

O Evrope kontsa 17 veka. *Dnevnik Fonvizina* [About Europe of the Late 17th Century. Fonvizin's Diaries]. *Slavyanskiy razvlekatelno-poznavatelnyy informatsionno-novostnoy resurs* [Slavic Entertainment and Educational Information and News Resource]. Available at: <http://vl-club.com/1752-o-evrope-konca-17-veka-dnevnik-fonvizina.html>.

Ajara Batumi. Advertising Booklet. Available at: <http://gobatumi.com/files/plan-your-trip/free-maps-and-brochures/Introduction-to-Ajara-batumi-en.pdf>.

Nomadic Matt Travel Community. Available at: <http://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/how-to-crush-it-on-couchsurfing/>.

Ritchie L. *A Journey to St. Petersburg and Moscow through Courland and Livonia*. London, Longman, 1836. 256 p.

Thomson Travel Company. Available at: <http://www.thomson.co.uk/>.

Travel Forum. Available at: <http://www.travelforum.org/japan-travel-forum/4791-what-do-tokyo.html>

TripAdvisor. Available at: http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g154267-i323-k9236261Advance_ReservationsNuevo_Vallarta_Pacific_Coast.html

CIVILIZATIONAL AND PRAGMATIC FACTORS OF TOURISM DISCOURSE DEVELOPMENT

Irina Dmitrievna Romadina

Postgraduate Student, Department of Translation Theory and Practice,
Volgograd State University
romadina-irina@mail.ru, tippvolg@yandex.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article illustrates the correlation between the stages of tourism discourse development and the historical and socio-economic conditions, as well as functional features of texts of various genres. The author reveals that the mode of tourism discourse existence has undergone multiple transformations, associated with changes in the scope of tourism organizations activities, the social roles of communicants, which in turn affected the genre specifics. Determination of tourism discourse functionality within the scope of this research involves the analysis of communicative intentions of the addresser actualized in individual genres and texts, and subjected to gradual changes in the scope of tourism development.

The author points out three stages of tourism discourse development, each of which is associated with certain factors of civilizational development of society and the transformation of addressers' pragmatic attitudes: travel literature, tourism discourse presented in printed advertising texts, online tourism discourse. The material of the study is based on the texts of

the domain “travel and tourism”, selected in accordance with the chronology of the revealed stages of development – travel blogs, brochures, tourism hypertexts. The author makes conclusion on the progressive development of tourism discourse since the 12th century up to date, as evidenced by the expansion of the genre spectrum and the transformation of traditional print genres into internet-mediated tourism resources.

Key words: tourism discourse, genre, genre system, function of text, communicative aim, historical transformations.