

Худякова Оксана Николаевна

**ОРГАНИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ТЕКСТА
ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

В статье рассматриваются особенности организации семантического пространства презентационного текста. Анализ презентационных текстов дестинации оздоровительного туризма выполняется с позиций коммуникативно-прагматического подхода. Особое внимание уделяется при этом исследованию фактора автора, что позволяет выявить механизм зависимости языковой формы текста от авторской интенции. Делается вывод о том, что семантическое пространство презентационного текста формируется несколькими семантическими группами.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/3-3/53.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (45): в 3-х ч. Ч. III. С. 185-189. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/3-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

свойств. Исследование вносит определённый вклад в грамматическую теорию бежтинского языка, восполняя имеющиеся пробелы в исследовании деепричастия. В нем представлены новые сведения, полученные путем комплексного описания парадигматических и синтагматических особенностей деепричастия на словообразовательном, морфологическом и синтаксическом уровнях. В целом материалы статьи могут быть использованы при составлении нормативной грамматики бежтинского языка, а также в типологических исследованиях. Материал и выводы найдут применение при составлении учебников и учебных пособий для вузов, школ, спецкурсов и спецсеминаров. Материалом для статьи послужили научные труды исследователей бежтинского языка, а также примеры автора, являющегося носителем бежтинского языка, с переводами на русский язык.

Список литературы

1. **Бокарев Е. А.** Бежтинский язык // Цезские (дидойские) языки Дагестана. М.: Изд-во АН СССР, 1959. С. 66-109.
2. **Кудрявцева Т. Ю.** Второе сказуемое, репрезентированное деепричастием, в системе предикативных средств // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 8 (26): в 2-х ч. Ч. I. С. 96-99.
3. **Мадиева Г. И.** Грамматический очерк бежтинского языка. Махачкала: Дагестанский гос. ун-т, 1965. 208 с.
4. **Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность** / отв. ред. А. В. Бондарко. Л.: Наука, 1990. 263 с.
5. **Халилов М. Ш.** Бежтинский язык // Халилов М. Ш. Языки Дагестана. Махачкала – М.: Наука, 2000. С. 332-345.
6. **Халилов М. Ш.** Краткий грамматический очерк бежтинского языка // Халилов М. Ш. Бежтинско-русский словарь. Махачкала: Институт языка, литературы и искусства ДНЦ РАН, 1995. С. 387-414.
7. **Comrie B., Forker D., Khalilova Z.** Adverbial clauses in the Tsezic languages // Clause Linkage in Cross-Linguistic Perspective. Data-Driven approaches to cross-clausal Syntax / Volker Gast, Holger Diessel (Eds.). Berlin – Boston: De Gruyter Mouton, 2012. P. 157-190.

**ADVERBIAL PARTICIPLES OF CAUSE AND PURPOSE,
MEASURE AND DEGREE IN THE BEZHITA LANGUAGE**

Khalilov Madzhid Sharipovich, Doctor in Philology, Professor

*Tsadasy Institute of Language, Literature and Art of Dagestan Scientific Center of the Russian Academy of Sciences
madjid-kh@mail.ru*

Bektemirova Patimat Magomedovna

*Dagestan State University
kadja.ol@mail.ru*

The article by the rich factual material for the first time identifies and analyzes the means of formation of the adverbial participles of cause and purpose, measure and degree in the unwritten Bezhta language of Dagestan. The author investigates adverbial participles originated from the certain word-forms which are formed from the verbal roots and bases by the addition of different affixes by which various adverbial meanings and modality are expressed. The researcher also touches on the formation of the mentioned adverbial participles in the negative form and by the addition of a comparative particle.

Key words and phrases: Bezhta language; means of formation; types of conjugation; affixes; meanings; sentences; adverbial participle.

УДК 811.161.1

Филологические науки

В статье рассматриваются особенности организации семантического пространства презентационного текста. Анализ презентационных текстов дестинации оздоровительного туризма выполняется с позиций коммуникативно-прагматического подхода. Особое внимание уделяется при этом исследованию фактора автора, что позволяет выявить механизм зависимости языковой формы текста от авторской интенции. Делается вывод о том, что семантическое пространство презентационного текста формируется несколькими семантическими группами.

Ключевые слова и фразы: презентационный текст; туристская дестинация; дестинация оздоровительного туризма; фактор автора; авторская интенция; семантическое пространство текста; семантические группы.

Худякова Оксана Николаевна

*Северный государственный медицинский университет, г. Архангельск
oksana_inmen@mail.ru*

**ОРГАНИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА
ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ТЕКСТА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

Исследования в рамках антропоцентрического, коммуникативно-прагматического, текстоцентрического подходов, посвященные языковой личности, дискурсу и тексту, с привлечением максимально большого числа разнообразных источников выявили многообразие методологических подходов к исследованию текстового пространства.

Прежде всего, остановимся на некоторых понятиях темы. Всемирная туристская организация дает следующее определение туристской дестинации: «The main destination of a tourism trip is defined as the place visited that is central to the decision to take the trip», т.е. основное место назначения определяется как место, посещение которого лежало в основе принятия решения об осуществлении поездки [13].

Дестинацией оздоровительного туризма принято считать территорию, привлекательную для совершения туристской поездки с точки зрения поддержания и улучшения здоровья туриста, обладающую необходимыми ресурсами и инфраструктурой для обеспечения потребностей туристов в услугах, связанных с оздоровительным отдыхом [9].

Объектом нашего интереса является презентационный текст дестинации оздоровительного туризма, имеющий многокомпонентную структуру, состоящую из заголовка, аннотации, основного текста с изображением (частично или полностью креолизованного), врезки (содержащей дублирующую информацию), справки (с цифровыми показателями состава химических элементов), медицинской рекомендации (показания и противопоказания).

Труды Н. С. Болотновой [1], О. И. Воробьевой [2; 3], Е. В. Падучевой [8], Е. А. Яковлевой [12] и др. дали возможность анализировать презентационный текст дестинации оздоровительного туризма с позиций объективных и субъективных признаков организации семантического пространства, когнитивного, коммуникативно-прагматического и других подходов.

Чтобы исключить возможность разночтения в интерпретации используемых терминов и понятий, обратимся к толкованию ведущих дефиниций: «текст», «фактор автора», «семантическое пространство».

1. Существуют разные подходы к анализу текста: лингвистический, психолингвистический, коммуникативный и др. Они различаются по тому, какие признаки текстообразования (лингвистические или экстралингвистические / субъективные или объективные) доминируют. В ряде случаев можно говорить о комплексном подходе к тексту, наиболее плодотворном с нашей точки зрения.

Вслед за Е. А. Яковлевой, полагаем, что в качестве «точки отсчета» необходимо принять такое толкование текста, которое бы позволяло учесть способ организации и структурирования информационного пространства. Итак, «текст выступает как результат (продукт) использования человеческим сознанием, своеобразным мозговым «штангенциркулем» (универсальным инструментом, предназначенным для высокоточных измерений наружных и внутренних размеров, а также глубин отверстий) когнитивного «замера» с целью шкалирования окружающей действительности» [Там же, с. 1]. Таким образом, автор текста не только описывает реальность посредством определённых коммуникативных стратегий и тактик, но и вступает с ней (реальностью) в сложные взаимоотношения.

2. В нашей работе очень важен учёт авторской интенции, именно поэтому данный фактор образования семантического пространства интерпретируется нами так: фактор автора подразумевает учёт роли языковой личности как субъекта и объекта речевого воздействия. Необходимо принять во внимание и признаки конкретного текста, и отображение в его пространстве особенностей самой личности и характеристик, присущих личности как носителю знаний о языке и культуре тех стран, описание которых он репрезентирует.

3. Семантическое пространство текста рассмотрено и представлено нами в свете категории автора. Под семантическим пространством презентационного текста дестинации оздоровительного туризма мы понимаем вид субъективного пространства, в котором через призму авторского знания (в том числе фонового), культуры (ментальности), а главное – мышления и языка, преломляется объективная реальность, включающая в себя систему семантических групп: «место», «отдых», «оздоровление». Семантическое пространство презентационного текста формируется с учётом знания автора о потребностях и интересах читателей с основным намерением (с основной интенцией) – активизировать аудиторный фактор.

Таким образом семантическая организация презентационного текста дестинации оздоровительного туризма репрезентирует картину мира адресата, которая представляется как коммуникативно-прагматическая модель (автор с учётом фактора целевой аудитории создаёт презентационный текст дестинации оздоровительного туризма, используя определённый набор речевых сценариев, реализуемых посредством коммуникативных стратегий и тактик речевого воздействия, – готовый текст публикуется в информационном каталоге – туристический агент, основываясь на описании предложений из презентационного текста, знакомит читателя (покупателя) с продуктом дестинации оздоровительного туризма).

Думается, помимо расшифровки обозначенного списка ключевых терминов, следует сделать оговорку и в связи с восприятием презентационного текста, содержащего некоторые признаки рекламного дискурса, однако собственно рекламой не являющегося.

Рассмотрим фрагмент презентационного текста, в котором языковые средства публицистического стиля актуализируют образность и непринуждённость авторских выражений: «Небольшой живописный остров Руйссало, расположенный в Архипелаговом море всего в 15 километрах от центра города Турку, действительно, настоящий остров природных сокровищ: здесь раскинулись уникальная для Финляндии реликтовая дубрава и ботанический сад университета Турку» [11, с. 39].

Коммуникативный эффект текста достигается, как пишет О. И. Воробьева, соблюдением нескольких правил. Правильное структурирование текста – залог того, что автор сможет акцентировать внимание адресата. Правильное оформление текста (абзацное деление, шрифтовые особенности оформления, наличие ключевых слов и т.д.) и использование средств художественной выразительности, функцией которых является вычленение основных моментов сообщения, делают восприятие высказывания ясным и простым [3].

Семантика языковых репрезентаций презентационного текста, как правило, организована тремя семантическими группами: «место», «отдых», «оздоровление». Например, «В бухте Картаромана бьют фонтаны термальной воды, и находится морской и бальнеологический курорт. Римские аристократы и учёные Плиний

Старший и Страбон, скорее всего, не знали, что это называется именно так, но лечились тут радоновыми хлоридно-натриевыми минеральными водами, а также сульфидной иловой грязью. Здесь расположен термальный парк Сады Эден, где Вы сможете закрепить лечебный эффект. Другой термальный парк – Сады Посейдона, находится в самом большом городе острова Форио. А в самом маленьком городке – Лакко, Вы легко найдете термы Сады Негомбо. Прекрасный пляжный и оздоровительный отдых на Искье сочетается с редкой красоты природным явлением: водяной пар под высоким давлением бьет из трещин и отверстий склонов вулкана. Туристы слетаются сюда со всех уголков земли, чтобы увидеть это чудо!» [7].

Семантическая группа, местої актуализирована посредством лексем, занимающих сильные текстовые позиции: начала – *В бухте Картароманаї* и финала – *отдых на Искьеї* [Там же]. Кроме того, как видим, описание туристического оздоровительного маршрута подчинено именно, географической логикеї (возможно, корректнее, топонимической логике) в содержательном аспекте.

Семантическая группа, отдыхї репрезентирована преимущественно модально-оценочной составляющей (*Прекрасный пляжный и оздоровительный отдыхї, курортї*) [Там же].

Очевидно, что доминантой в этом текстовом фрагменте выступает семантическая группа, **оздоровлениеї** (*лечебный эффектї, оздоровительный отдыхї*): здесь присутствует ссылка на историко-культурный контекст и на авторитетные (привилегированные) сословия *Римские аристократы и учёные Плиний Старший и Страбон, скорее всего, не знали, что это называется именно так, но лечились тут радоновыми хлоридно-натриевыми минеральными водами, а также сульфидной иловой грязьюї* [Там же].

Обращаясь к методологическим основам работы, нельзя не сказать об исследовании Н. С. Болотновой, которая представляет развернутый механизм структурно-языкового анализа. К объективным признакам текстообразования в свете категории автора она относит: фрагмент реального мира, воплощенный в тексте; ориентацию на специфику типов изложения и законы функционального стиля; следование нормам жанра и языковой кодификации, а к субъективным признакам текстообразования – сильные позиции (ключевые слова, заглавие, тематические группы, стилистические приёмы) [1].

Особый интерес представляют субъективные признаки: ключевые слова (1), заглавия / лиды (2), тематические группы (3), стилистические приёмы (4): *умиротворяющий отдыхї, оздоровительные программыї* (1); «*“Naantali Ruissalo & SPA Hotels.” Идиллический прибрежный городок Наантали и остров Руйссало с его ботаническим садом и заповедными дубравами хорошо знакомы ценителям оздоровляющего отдыха со всего мира, как и одноимённые СПА-отели с их действенными и порой уникальными процедурамиї* (2); тематические группы слов с гиперонимами, *отдыхї: комфортабельные номера», просторные апартаментыї, курортї*; и *здоровьеї: оздоровляющийї, процедурайї, СПАї* и т.п. (3); *слово —вао” означает по-фински “свет”, и это название более чем верно: гуляя по безмятежному природному лесопарку с его природными озерцами после обновляющей душу и тело СПА-процедуры или оздоровляющего заплыва в бассейне, действительно ощущаешь приятное освещение и умиротворениеї* – актуализация внутренней формы слова, эпитеты, дублирование смысла о достоверности информации (4) [11, с. 76].

Презентационный текст ориентирован на определенного адресата. Поэтому автор текста должен учитывать, что семантическое пространство текста может меняться и резко контрастировать с системой ценностей адресата, вызывая негативную реакцию, заключающуюся в том, что семантика текста усиливает неприятие навязываемой ему жизненной позиции, модели мира или ценностных ориентиров. В связи с этим автору следует представить адресату разнообразные формы картины мира, которые должны совпасть с картиной мира адресата и вызвать положительную установку.

Коммуникативная установка автора презентационного текста, посвящённого Баден Бай Вину (Австрия), – реконструировать в сознании читателя образ-картину, написанную акварелью, поэтому в тексте доминирует оценочная лексика, характеризующая местность: *идиллические пейзажи Венского леса, холмы, благоухающие парки, виноградники, окружающие старинный термальный курорт, создают великодушный настрой как для приёма водных процедур, так и для активного отдыха на природеї* [4, с. 16].

Вслед за О. И. Воробьевой, под прагматической ситуацией мы понимаем воздействие информации на адресата, стремление вызвать определенную поведенческую реакцию, ориентированную на принятие данной значимой информации: *На современном этапе развития языка, когда в распоряжении его носителей находится огромный запас языковых средств и опыт их употребления, на первое место выходят вопросы, связанные не столько с тем, как отразить то или иное мыслительное содержание, сколько с тем, как отразить его наилучшим образом, т.е. решить коммуникативные задачи в самые короткие сроки и с максимальным эффектом воздействия на адресата речиї* [2, с. 83].

В презентационном тексте о Гарс-ам-Кампе ключевой становится концепция, адресованная творческой интеллигенции, заинтересовать которую возможно посредством гиперактивной детализации: *Талисман городка – элегантная соломенная шляпа с полями, которую носят летом даже чиновники муниципалитетаї* и актуализации функционально-прагматического кода (встречаем дополнительную информацию о досуге, являющуюся необязательной для содержательного канона подобных презентационных текстов): *В летнее время в курортном парке проходят различные фестивали и концерты на открытом воздухе. <...> В самом Гарс-ам-Кампе можно посетить музей пожарных, городской музей, конно-спортивный комплекс, большой плавательный бассейн с аквапарком летом и большой каток зимой. Заняться различными видами спорта – от волейбола до тенниса и, конечно, хорошо порыбачитьї* [4, с. 18].

Актуализация этнокультурного компонента смысловой организации текста представлена (1), культурными кодами (2), стилистическими приёмами (3): *Вьетнамцы на протяжении всей истории своего государства вели многочисленные продолжительные войны. Необходимость лечить раненых и восстанавливать силы*

победителей, измученных длительными сражениями, способствовала развитию национальной медициныĭ (1); , долголетие – заслуженная награда за достойно прожитые годы в соответствии с глубинными истинными законами жизни и мироздания, свидетельство гармонии энергий инь и янь в организме человекаĭ; , баланс мужского и женского начал в природе для вьетнамцев не книжная абстракция, а основа повседневной жизниĭ (2); , долгожители считаются людьми, отмеченными Небомĭ (персонификация); , вьетнамцы выделяют пять вкусов: сладкий, горький, кислый, солёный, острыйĭ (подмена гиперонима гипонимом, ср. , люди – вьетнамцыĭ); , приехав в страну драконов и фей (перифраз) вооружёнными этими знаниями, вы не будете удивляться, почему вьетнамцы манго едят с солью и перцем, а в рыбный суп добавляют спелый ананасĭ (в подтексте высказывания реализуется авторская интенция – предвосхитить результат – “вы не будете удивляться” – и похвалить читателя за внимание – “вооружёнными этими знаниями”)ĭ (3) [6, с. 45].

Проявления авторского присутствия в презентационном тексте могут осуществляться при помощи *сентенций* (выводов, умозаключений), *метавставок* (комментирующих, уточняющих, оценочных):

– , Если вы путешествуете по острову, не упустите шанс побывать и на удивительных экскурсиях, ведь каждая местная достопримечательность достойна пристального взгляда. Музей в Лакко-Амено – история острова, ботанический сад в Форио – его прекрасная душа. Арагонский замок – это сердце Искьиĭ [10, с. 17];

– , С высоты птичьего полета побережье похоже на лоскутное одеяло – и крутые скалистые спуски, и увитые сочной зеленью оазисы, и галька, и песок. По-другому и быть не может, ведь побережье острова Искья имеет протяженность больше 30 километров и буквально изрезано бухтами, мысами, изгибами, и насчитывает почти 18 000 как песчаных, так и галечных пляжейĭ [Там же].

Автор текста может быть идентифицирован также и при помощи дейктических слов, которые служат для идентификации объектов, событий, отрезков пространства и времени через их отношение к акту речи:

. Девин расположен в центре Родопских гор, **родины легендарного Орфея**, на высоте 684 м над уровнем моря, в 220 км от Софии, в 100 км от Пловдива и в 35 км от популярного горнолыжного курорта Пампорово. <...> **Местечко**, где расположен курорт, славится своим уникальным климатом, чистейшим горным ионизированным воздухом и красивой природой. Также недалеко от Девина очень много интересных достопримечательностей: несколько пещер, знаменитое ущелье — Дявольское Горло”, этнографическое село Широка Лыка, Бачковский монастырьĭ [5, с. 19].

В канонической речевой ситуации дейктические элементы ориентированы на говорящего, в неканонической – ориентированы на слушающего, в нарративе дейктические элементы интерпретируются в отношении лица, заменяющего говорящего (повествователя, персонажа) [8]. Презентационные тексты занимают промежуточное положение и могут реализовываться как каноническую речевую ситуацию, так и неканоническую и даже нарративную: , Сандански известен как **здравница для больных бронхиальной астмой еще 3000 лет назад**. **На месте теперешнего города находилось древнее фракийское, поселение Медиус**, где, по одной из версий, родился легендарный Спартак, памятник которому установлен на главной площади города. После прихода римлян маленький поселок расширился и благоустроился, были построены на минеральных источниках храм Асклепию и Термы, фрагменты которых сохранились до наших дней. Где то в VII веке в эти места пришли славяне, которые назвали поселение Свети Врач. **Сейчас город носит имя крупного болгарского революционера Яне Сандански, борца за освобождение от османского владычества**ĭ [5, с. 20].

Кроме дейктических элементов в прагматической структуре текста, к примеру, Е. В. Падучева выделяет эгоцентрические элементы, к которым относятся метатекстовые элементы, предикаты внутреннего состояния, предикаты со значением сходства и подобия, показатели идентификации эгоцентричности, слова со значением неожиданности, неопределенные местоимения и наречия, , обобщающей врезки, слова с оценочным значением [8]. Эти элементы, на наш взгляд, могут нести дополнительную информацию, намеренно выделяемую автором. Для подтверждения этого тезиса проанализируем фрагмент текста:

. **Индийский массаж головы, массаж горячими камнями и травами, лимфотерапия и разнообразные ванны, профилактические и омолаживающие процедуры по уходу за красотой тела в буквальном смысле оздоравливают и освежат вас с головы до пят. Прогулка пешком или на велосипеде по дубовой роще или по песчаному берегу архипелага увенчают отдых умиротворением и спокойствием**ĭ; , **Входящий в сотню лучших СПА планеты, СПА Наантали знаменит далеко за пределами Финляндии своими высококлассными комплексами процедур, собравшими в себе все лучшие оздоровительные традиции различных культур мира**ĭ [11, с. 39].

Смысловый уровень усматривается в содержательных взаимосвязях с другими высказываниями и целыми текстовыми фрагментами. На основании межфразовых связей можно прийти к выводу: автор даёт сведения фактологического и преимущественно оценочного характера, о достоверности которых читатель (воспринимающая сторона, покупатель) может убедиться на личном опыте. При текстопорождении автор явно учитывал аудиторный фактор, осведомлённость читателей о месте, поскольку понимание текста предполагает не только знание языка, но и знание мира.

Таким образом, в организации семантического пространства презентационного текста дестинации оздоровительного туризма на первый план автором выдвигается коммуникативно-прагматический аспект текста. Фактор автора в презентационном тексте детерминирован в большей степени субъективными признаками образования, а именно: коммуникативным намерением (установкой), концепцией, актуализацией мотивного пространства автора, сентенциями, метавставками, реализацией функционально-прагматического кода, культурных кодов, этнокультурным контекстом, словами с оценочным значением и т.п. Ключевую позицию в осмыслении позиции автора занимают функционально-стилевые ресурсы презентационного текста.

Результаты анализа презентационного текста дестинации оздоровительного туризма позволяют реконструировать этот семантический вид субъективного пространства, в котором преломляется объективная реальность, включающая в себя систему семантических групп: , местоĭ, , отдыхĭ, , оздоровлениеĭ, среди которых последняя (, лечебная / оздоровительнаяĭ) является доминантной.

Список литературы

1. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учебное пособие. Изд-е 4-е. М.: Флинта; Наука, 2009. 520 с.
2. Воробьева О. И. Этикетная грамотность как отражение экологии межкультурного общения // Вестник САФУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Архангельск, 2012. № 4. С. 83-88.
3. Воробьева О. И. Язык политики конца XX – начала XXI вв. в России. Политическая лингвистика. Германия: LAMBERT Academic Publishing, 2011. 214 с.
4. Европа: диагностика, лечение, wellness, spa: информационный каталог компании , VEDI Tour Group. СПб.: Телинфо-СПб, 2014. 168 с.
5. Европа: оздоровительные и лечебные курорты: Информационный каталог компании , Astravel. СПб.: Телинфо-СПб., 2014. 96 с.
6. Мишукова Д. Вьетнамское счастье, здоровье и долголетие // Pegas. 2013. № 3. С. 44-49.
7. Официальный сайт о. Искья [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ischia-island.ru/index.php> (дата обращения: 18.01.2015).
8. Падучева Е. В. Семантические исследования: монография. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2010. 480 с.
9. Романова Г. М., Сердюкова Н. К. Анализ современных тенденций формирования турпродукта дестинации оздоровительного туризма в целях разработки рекомендаций по созданию эффективной системы его продвижения / Госрегистрация № 01201261821 от 23.04.2013. Сочи: СГУ, 2012.
10. Романова И. Искья: из Италии с любовью // Pegas. 2013. № 3. С. 12-17.
11. Финляндия. Целебная сила отдыха [Электронный ресурс]: Информационный каталог компании , VisitFinland. URL: <http://www.kultaperho.fi/img/file.php?id=330> (дата обращения: 19.01.2015).
12. Яковлева Е. А. Креолизованный текст как объект юрислингвистики (стратегии и тактики исследования) [Электронный ресурс]. URL: http://siberia-expert.com/publ/konferencii/konferencija_2012/10-1-0-298 (дата обращения: 19.01.2015).
13. Understanding Tourism: Basic Glossary [Электронный ресурс]. URL: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (дата обращения: 18.01.2015).

ORGANIZING SEMANTIC SPACE OF A PRESENTATIONAL TEXT OF TOURISM DESTINATION

Khudyakova Oksana Nikolaevna

Northern State Medical University, Arkhangelsk
oksana_inmen@mail.ru

The article examines the specifics of organizing semantic space of a presentational text. Analysis of presentational texts of health tourism destination is carried out from the viewpoints of communicative-pragmatic approach. The special attention is paid to investigating the factor of an author which allows identifying the mechanism of dependence of a linguistic form of a text on author's intention. The researcher concludes that semantic space of a presentational text is formed by several semantic groups.

Key words and phrases: presentational text; tourism destination; health tourism destination; factor of an author; author's intention; semantic space of a text; semantic groups.

УДК 82

Филологические науки

В статье рассматривается цикл В. Г. Короленко «История моего современника» в связи с эволюцией русской художественной автобиографии. Автор относит сочинение писателя к так называемой «общественно-событийной» ветви русской мемуарно-автобиографической прозы. «История моего современника» являет собой некую переходную ступень от классической автобиографии к автобиографии нового типа. Восприняв «уроки» Л. Толстого и А. И. Герцена, В. Г. Короленко разрабатывает «идеологическую структуру» авторского жизнеописания, вносит оригинальный вклад в становление русского автобиографического жанра в целом.

Ключевые слова и фразы: мемуарно-автобиографический; эволюция; жанр; лирическое; эпическое; идеологизм.

Цирулев Александр Федорович, к. филол. н.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
tzirulev.al@yandex.ru«ИСТОРИЯ МОЕГО СОВРЕМЕННОКА» В. Г. КОРОЛЕНКО
КАК ЭТАП РАЗВИТИЯ РУССКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ АВТОБИОГРАФИИ

История моего современника В. Г. Короленко, появившаяся на рубеже двух веков, вполне может быть интерпретирована как некая переходная ступень от автобиографии классической (Л. Толстой, А. И. Герцен, С. Т. Аксаков) к автобиографии нового типа (М. Горький). В. Г. Короленко создал высокохудожественное творение мемуарного плана, в котором нашли свое отражение и тяготение к образцам реализма XIX века, и социальные катаклизмы нового времени.