

Дацюк Василиса Витальевна, Муллабаев Роман Юрьевич

**ДИСКУРС ВОЕННОГО ТУРИЗМА В АНГЛИЙСКОМ И АРАБСКОМ ЯЗЫКАХ**

В статье раскрывается понятие дискурса военного туризма, рассматривается его взаимосвязь с понятием дискурса темного туризма, а также фактор влияния событий Арабской весны на зарождение и развитие дискурса военного туризма в английском и арабском языках. Авторы анализируют факторы, обуславливающие всплеск интереса к военному туризму, и приводят результаты исследования степени сформированности дискурса туризма горячих точек по сферам функционирования институционального туристического дискурса: академической, профессиональной и публичной.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/29.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/29.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 8(74): в 2-х ч. Ч. 2. С. 106-111. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

актуализируется в большей степени в паремиях немецкого языка, что говорит о несомненной значимости для немецкого народа этой сферы. Через отношение к работе и труду выявляются принципиальные различия этих понятий в сознании русских. Связаны они с уважительным отношением к труду, трудящемуся человеку и пренебрежительным – к работе. Для носителей английской лингвокультуры актуальным является чувство сдержанности, умеренности во всем, избегание излишеств в проявлении эмоций, чувств; для русского менталитета, напротив, характерно проявление широты души, гостеприимства и хлебосольства, что находит отражение в паремичном слое языка.

*Список источников*

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1998. 896 с.
2. Вежицкая А. Семантические универсалии и описание языков / пер. с англ. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.
3. Дубровин М. И. Английские и русские пословицы и поговорки в иллюстрациях. М.: Просвещение, 1995. 349 с.
4. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. С. 116-144.
5. Кохтев Н. Н., Розенталь Д. Э. Русская фразеология. М.: Русский язык, 1990. 305 с.
6. Мальцева Д. Г. Немецко-русский словарь современных фразеологизмов. М.: Русский язык – Медиа, 2003. 506 с.
7. Митина И. Е. Английские пословицы и поговорки и их русские аналоги. СПб.: КАРО, 2006. 336 с.
8. Многоязычный словарь современной фразеологии / под ред. Д. Луччо. М.: ФЛИНТА, 2012. 432 с.
9. Немецкие пословицы и их русские аналоги. Русские пословицы и их немецкие аналоги / ред.-сост. В. Ш. Штраймель. Изд-е 3-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 192 с.
10. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Языки русской культуры, 1997. 824 с.
11. Телия В. Н. Русская фразеология. М.: Языки русской культуры, 1996. 418 с.
12. Graf A. E. 6000 Deutsche und russische Sprichwörter. Leipzig, 1958. 295 S.
13. Sprichwörter = proverbs = posloviцы. Berlin: Volk u. Wissen, 1989. 124 S.

**VALUE PARADIGM IN RUSSIAN AND WEST-EUROPEAN CULTURE  
(BY THE MATERIAL OF RUSSIAN, ENGLISH AND GERMAN PAREMIOLOGY)**

**Gulyaeva Evgeniya Vyacheslavovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
**Makarova Mariya Valer'evna**, Ph. D. in Philology  
*Volgograd Institute of Management (Branch)*  
*of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*  
*guevgenia@yandex.ru; makarova-mw@yandex.ru*

The work is devoted to the comparative study of a certain section of Russian, English and German paremiology in order to reveal the national and cultural dominants in the minds of the native speakers of these languages. The authors of the article identify the universal and ethno-cultural values related to the notion “lifestyle” (attitude towards work, to the boundaries of “one’s own” and “somebody else’s” living space, etc.), and represented in the lexico-phraseological fund of the Russian, English and German languages. The results of the research can be used in the practice of teaching a foreign language in higher education establishments and schools in order to create students’ and pupils’ cross-cultural competence and tolerant attitude to the mentality of the representatives of other linguistic cultures.

*Key words and phrases:* linguoculturology; phraseology; national and cultural values; worldview; the Russian language; the German language; the English language; comparative linguistics.

УДК 811.111-26:811.411.21

*В статье раскрывается понятие дискурса военного туризма, рассматривается его взаимосвязь с понятием дискурса темного туризма, а также фактор влияния событий Арабской весны на зарождение и развитие дискурса военного туризма в английском и арабском языках. Авторы анализируют факторы, обуславливающие всплеск интереса к военному туризму, и приводят результаты исследования степени сформированности дискурса туризма горячих точек по сферам функционирования институционального туристического дискурса: академической, профессиональной и публичной.*

*Ключевые слова и фразы:* военный туризм; темный туризм; туристический дискурс; академический дискурс; профессиональный дискурс.

**Дацюк Василиса Витальевна**  
**Муллабаев Роман Юрьевич**  
*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*dvasilisa@yandex.ru; sibirya4ok@bk.ru*

**ДИСКУРС ВОЕННОГО ТУРИЗМА В АНГЛИЙСКОМ И АРАБСКОМ ЯЗЫКАХ**

В настоящее время туристическая индустрия представляет собой наиболее интенсивно развивающийся сектор мировой экономики и занимает лидирующее место в международных внешнеэкономических связях.

Современный этап развития туристической индустрии характеризуется разнообразием потребностей и мотиваций туристов, разнообразием предлагаемых услуг и ярко выраженной специализацией туристского предложения, множественностью узкоспециализированных сегментов в туристском спросе.

Исследователи отмечают, что на сегодняшний день можно говорить о возникновении различных видов и подвидов туризма, функциональные характеристики которых определяются целями поездки. В соответствии с функциональными характеристиками выделяют такие виды туризма, как культурно-познавательный, деловой, сельский, событийный, ностальгический, гастрономический, научный, спортивный, экологический, религиозный и паломнический, приключенческий туризм и т.д.

В течение длительного времени массовый туризм рассматривался социологами как отличительная черта постиндустриального западного общества. Согласно мнению экспертов, вследствие процесса глобализации в последние десятилетия данная тенденция распространилась и на страны Ближнего Востока. В настоящее время турпоток между арабо-мусульманским и западными мирами наращивает свою силу [18, p. 161].

Индустрия туризма играет важнейшую роль в экономике многих стран данного региона, так как является не только основным источником дохода, который, в свою очередь, представляет собой базовую составляющую ВВП, но и основным поставщиком рабочих мест. Более того, как отмечают в своем исследовании И. Мэнсфилд и О. Винклер, для таких стран, как Египет, Иордания, Тунис, Марокко, туризм является практически единственным социально-экономическим механизмом, который позволяет снизить темпы стремительно развивающейся урбанизации путем обеспечения достойного уровня жизни на периферии [14].

В последнее время специалисты отмечают ряд факторов, негативно сказывающихся на развитии туризма, а именно проявление политической нестабильности в ряде стран Ближнего Востока и Северной Африки, наличие террористической угрозы. Однако факторы дестабилизирующие политическую ситуацию, например события Арабской весны, военные действия в Сирии, Ираке, Афганистане, дали импульс к появлению и развитию в странах Ближнего Востока такого феномена, как *hot war tourism* / туризм в зонах военных действий, который многие исследователи, в частности Дж. Леннон и М. Фоли, классифицируют как подвид темного туризма / *dark tourism*, представляющего собой путешествия, дестинациями которых являются регионы, обычно ассоциирующиеся со смертью, печалью или страданием [11, p. 154].

Часто в понятие «темный туризм» входит просто катание на танках, полеты на военных самолетах или посещение музеев огнестрельного оружия. Однако в последние несколько лет на Западе начало развиваться новое направление военного туризма – посещение горячих точек с целью наблюдения за войной или революционным движением.

Новозеландский исследователь туризма А. Вивер подчеркивает, что всплеск интереса к военному туризму обуславливается, прежде всего, тем, что все сферы жизни современного человека буквально «пронизаны» темой войны – от телепередач до детских игрушек. Вездесущий милитаризм, свойственный западной поп-культуре, привел к тому, что массовый потребитель начал воспринимать войну как разновидность развлечения, в частности, зону ведения военных действий – как туристическую дестинацию [19, p. 675].

По мнению британского эксперта в области международных отношений Д. Лисл, которая одной из первых в научном сообществе обратила внимание на взаимосвязь между войной и туризмом, в современной ситуации война, угроза и опасность постепенно становятся предметом коммерциализации и могут представлять собой компоненты туристического продукта. Туризм в зонах военных действий, как утверждает исследователь, может быть достаточно привлекательным среди определенных групп потребителей туристического продукта, т.к. несет в себе эстетику «безопасной опасности» [12, p. 110].

Е. Янг и Н. Викнесварэн отмечают, что по-настоящему успешным туроператором в данной отрасли может стать именно тот, который сможет обеспечить высокий уровень безопасности при сохранении достаточно сильной эмоциональной составляющей, принимая во внимание тот уровень риска, которому турист подвергается в процессе потребления данного турпродукта [31, p. 242].

Исследователи темного туризма склоняются к мнению о том, что основной причиной стремительно растущего интереса к посещению зон действующих вооруженных конфликтов с туристическими целями является доступность туристического продукта для широких масс. Данная особенность является характерной чертой современного постколониального этапа развития индустрии туризма в целом, в то время как ранее возможность путешествовать являлась показателем принадлежности к среднему классу или элите. Следовательно, необходимость поддержания престижа и статуса, характерных для более состоятельных кругов общества, неизбежно приводит к поиску все более изощренных альтернативных способов проявить себя в туристической сфере [13, p. 332].

По мнению таких исследователей, как Н. Литовкин, Э. Якобс, типичным клиентом туристических агентств, организующих поездки в зоны военных конфликтов, является «успешный бизнесмен средних лет». По данным туристических компаний, практикующих данный вид туризма, таких как *WZT (War Zone Tourism)*, *Untamed Borders*, *Political Tours*, *Wild Frontiers*, стоимость поездки в Багдад на несколько дней может достигать до \$40 000 ввиду необходимости обеспечения должного уровня безопасности. Таким образом, маркером принадлежности туриста к среднему классу, согласно исследованиям, становится возможность «купить безопасность» там, где обеспечение безопасности для местного населения представляется практически невозможным [9]. Как отмечается в научных источниках, такое положение вещей в современном обществе дало основание для появления нового термина в туристическом дискурсе – *security consumerism* / потребление безопасности.

Такой размах и специализация туристической индустрии спровоцировали появление лингвистических исследований, направленных на изучение дискурса военного туризма.

Культуролог С. Холл в своей работе высказывает точку зрения о том, что любое утверждение обретает истинный смысл, закладываемый адресантом, только посредством использования специального языка, отражающего взаимосвязь субъекта и объекта определенной сферы деятельности или познания [6].

Данная позиция коррелирует с мнением Т. А. Ширяевой о том, что дискурс – это явление лингвистическое и социальное, а следовательно, существование и развитие дискурса, определение его коммуникативных механизмов и набора средств выражения зависят от ситуации общения и требований общества [2, с. 89].

В настоящем исследовании мы принимаем точку зрения Л. П. Тарнаевой и В. В. Дацюк о том, что туристический дискурс и его подвиды, в частности дискурс военного туризма, относятся к институциональной категории и, входя в пространство институционального дискурса, могут быть отнесены к разновидностям делового дискурса [1, с. 229].

Изучая данную разновидность дискурса, западные лингвисты берут за основу положения бинарной оппозиции, предложенной К. Марксом и М. Вебером, согласно которой «глобальный Север», представленный индустриально развитыми странами, противопоставляется «глобальному Югу», который понимается как совокупность стран исламского мира.

В области военного туризма, согласно статистическим данным, «глобальный Север» является субъектом туристской деятельности, в то время как «глобальный Юг» представляется совокупностью объектов туристической индустрии, на которую направлена деятельность субъекта. Многие западные исследователи, в частности канадский социолог, специалист в области туристского дискурса Г. Махроуз [13], полагают, что сейчас можно говорить о возникновении *war-zones tourist discourse* / дискурса туризма горячих точек как особой разновидности речевой деятельности.

Мы считаем, что показателем развитости лингвистической составляющей дискурса туризма горячих точек является уровень сформированности лексического состава в трех сферах функционирования делового туристического дискурса – профессиональной, академической и публичной [1, с. 230].

Отечественные и зарубежные лингвисты подчеркивают, что первичную роль в формировании дискурса туризма горячих точек играет английский язык, который и задает «темп», вводя международные понятия в туристической сфере. В этой связи отмечено, что английская терминология туризма стала активно пополняться терминами данного вида специализированного туризма.

Арабский язык, в свою очередь, чутко реагирует на изменения в языковой среде и «генерирует» новую лексику. Часто понятия и значения, которых не существовало в языке, адаптируются сами собой с помощью заимствований из средств массовой информации. Но бывает, что термин, до этого не существовавший в языке, не может быть просто переведен и записан другой знаковой системой. Тогда для передачи смысла необходимо четко знать значение термина на переводимом языке и слова, наиболее близко отражающие его значение на языке перевода.

Европейские исследователи заимствований в арабском языке, в частности К. Солимандо, выделяют две стратегии лингвистических заимствований. Первая стратегия включает в себя такие приемы, как деривация; образование слов от корневых согласных, при котором смысл арабского корня сохраняется при нарушении порядка корневых согласных; архаичным арабским корням присваивается новое значение; английские лексемы переводятся на арабский язык путем калькирования и перифраза. Вторая стратегия заключается в использовании таких приемов, как арабизация английских лексем, при которой сохраняется англоязычный порядок согласных при арабской морфологической схеме; слияние двух автономных корней для создания нового концепта; перевод греко-латинских аффиксов арабскими соответствиями [18, р. 162-163].

В данной работе на основе анализа корпусов текстов военно-туристической тематики мы делаем попытку проанализировать уровень сформированности дискурса туризма горячих точек в английском и арабском языках. Далее (см. Таблицы 1, 2 и 3) мы представляем результаты исследования по сферам функционирования институционального туристического дискурса.

Таблица 1.

Академическая сфера функционирования дискурса туризма горячих точек

Англоязычный термин	Перевод	Источник	Термин на арабском языке	Способ словообразования	Источник
<i>War zone tourism/tourist; Hot war tourism/tourist; Testosterone tourism/tourist; Danger zone tourism/tourist; Islamic tourism/tourist; Conflict zone tourism/tourist Affective tourism/tourist</i>	Туризм/турист в горячих точках (зон ведения военных конфликтов)	9-11; 14; 17; 20; 23; 26; 28	تبيرحال ةحاي سلا <i>war tourism</i> تملظمال ةحاي سلا <i>dark tourism</i>	семантический	7; 21; 22; 24; 25
<i>Global North tourist</i>	Турист глобального Севера	13; 20	حد مال <i>Global North</i>	семантический	7

Англоязычный термин	Перевод	Источник	Термин на арабском языке	Способ словообразования	Источник
<i>Global South local</i>	Принимающая сторона (глобальный Юг)	13; 20	حد جنوب <i>Global South</i>	семантический	7
<i>To tour the conflict</i>	Посещать места действующих военных конфликтов в качестве туриста	12; 13	Эквивалент не найден		
<i>Security consumerism</i>	Потребление услуг сферы безопасности	13	Эквивалент не найден		
<i>Sites of ongoing political instability</i>	Очаги продолжающейся политической нестабильности	3; 10; 12	اضطرار بالسياسي؛ عدم الاستقرار السياسي <i>Site of political instability</i>	слияние автономных корней	26
<i>Dark conflict sites</i>	Очаги военных конфликтов	3	مواقع الصراع المظلم <i>Dark conflict site</i>	семантический	26
<i>Political hotspots</i>	Горячие точки	5; 10; 11	نقطة السياسة <i>Political hot spots</i>	семантический	7; 8; 27
<i>War-torn areas</i>	Территории, пострадавшие от войны	9; 13	المناطق التي تمزقها الحرب <i>War-torn areas</i>	семантический	24; 25
<i>Voyeurism</i>	Вуайеризм (пассивное наблюдение, созерцание)	11; 22	شهوة التلصص التلصصية <i>Lust for seeing</i>	семантический	8
<i>Culture of comfort with militarisation</i>	Культура военного комфорта	15	Эквивалент не найден		
<i>Privatization of security service</i>	Приватизация услуг сферы безопасности	15	Эквивалент не найден		
<i>Hostile environment</i>	Враждебная среда; зона повышенной опасности	29	بيئة معادية سياحة <i>Hostile environment</i>	семантический	8

Таблица 2.

### Профессиональная сфера функционирования дискурса туризма горячих точек

Англоязычный термин	Перевод	Источник	Термин на арабском языке	Способ словообразования	Источник
<i>Duty traveler</i>	Путешествующие в зоны военного конфликта с целью оказания помощи пострадавшим в нем	19	Эквивалент не найден		
<i>Cocktail traveler</i>	Путешественник, не заинтересованный напрямую в принятии участия в военных действиях или созерцании таковых, но допускающий долю риска при исследовании последствий военных действий	16; 29; 30	Эквивалент не найден		
<i>Innocent traveler</i>	Путешественник, случайно попавший в зону ведения военного конфликта	16; 29; 30	Эквивалент не найден		
<i>Rubbernecker</i>	Путешествующие в зону военных столкновений сразу после их окончания с целью увидеть разрушения, оставленные войной	15; 16; 23	Эквивалент не найден		
<i>Risk environment guide</i>	Проводник в зонах повышенной опасности	4; 13; 23; 30	Эквивалент не найден		

Таблица 3.

## Публичная сфера функционирования дискурса туризма горячих точек

Англоязычный термин	Перевод	Источник	Термин на арабском языке	Способ слово-образования	Источник
<i>Risk tourism/tourist</i>	Туризм в зонах риска	4; 26; 29; 30	فرطاحم تفزازح <i>Risk taking tourism</i>	семантический	8
<i>Adventure tourism/tourist</i>	Приключенческий туризм	4			
<i>Action tourism/tourist</i>	Экшн-туризм				
<i>Adventure tourist in search of manhood</i>	Приключенческий туризм с целью подтверждения мужественности	15	Эквивалент не найден		

Изучив несколько корпусов англо-арабских текстов туристической тематики, нам удалось выделить ряд лексических единиц, которые, по нашему мнению, являются лингвистической составляющей дискурса туризма горячих точек. Мы считаем, что выявленная нами лексика представляет все три сферы функционирования исследуемого дискурса – академическую, профессиональную и публичную. В качестве результатов исследования мы привели лексику, наиболее ярко иллюстрирующую сферы функционирования дискурса туризма горячих точек.

В процессе анализа результатов исследования мы пришли к выводу о том, что наиболее сформированной в лексическом отношении областью функционирования дискурса туризма горячих точек является академическая, представляющая собой совокупность научных текстов, т.к. в данной области удалось выделить наибольшее число характерных лексических единиц. Наименее развитой представляется сфера публичного дискурса туризма горячих точек, что объясняется, по нашему мнению, отсутствием информации об организации туристических поездок в зоны ведения военных действий, рассчитанной на потребителя данного сегмента туристической индустрии, в интернет-ресурсах, печатных изданиях и прочих средствах массовой информации. Договоренность о такого рода турпоездках осуществляется в процессе личного контакта туроператора и клиента. Согласно данным, которые нам удалось получить в ходе исследования, можно говорить о начале формирования лингвистической составляющей профессиональной сферы функционирования англоязычного дискурса туризма горячих точек, которая представлена совокупностью текстов, порожденных в ходе профессионального общения организаций и отдельных работников, занятых в туристической индустрии.

В результате проведенного исследования можно заключить, что англоязычный дискурс туризма горячих точек существует и находится в стадии становления, в то время как арабский дискурс туризма горячих точек находится в зачаточном состоянии.

## Список источников

1. **Тарнаева Л. П., Дацюк В. В.** Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. 2013. № 3. С. 229-235.
2. **Ширяева Т. А.** Структурно-содержательная и функциональная парадигма современного делового дискурса: дисс. ... д. филол. н. Пятигорск, 2014. 421 с.
3. **Adams K.** Terror and Tourism: Charting the ambivalent allure of the urban jungle // *Travels in Paradox: Remapping Tourism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2006. P. 205-228.
4. **Brooks D.** Messiahs or mercenaries? The future of international private military services // *International Peacekeeping*. 2000. № 7(4). P. 129-144.
5. **Coles T., Church A.** Tourism, politics and the forgotten entanglements of power // *Tourism, Power and Space*. L. – N. Y.: Routledge, 2007. P. 1-42.
6. **Hall S.** Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. L.: SAGE, 1997. 29 p.
7. <http://arabiccorpus.byu.edu/> (дата обращения: 14.05.2016).
8. <http://efolio.iium.edu.my/arabicconcordancer/> (дата обращения: 10.07.2017).
9. **Jacobs E.** On the frontline of war-zone tourism [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/0125aa18-408d-11e3-8775-00144feabdc0?mhq5j=e1> (дата обращения: 10.07.2017).
10. **Kamin D.** The rise of dark tourism [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/07/the-rise-of-dark-tourism/374432/> (дата обращения: 15.07.2014).
11. **Lennon J., Foley M.** Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster. L.: Continuum, 2000. 184 p.
12. **Lisle D.** Consuming danger: Reimagining the war/tourism divide // *Alternatives*. 2000. № 25. P. 91-116.
13. **Mahrouse G.** War-zone tourism: thinking beyond voyeurism and danger // *ACME: An International Journal for Critical Geographies*. 2016. Vol. 15. № 2. P. 330-345.
14. **Mansfield Y., Winckler O.** The Role of the Tourism Industry in Transforming a Rentier to a Long-Term Viable Economy: The Case of Bahrain // *Current Issues in Tourism*. 2008. Vol. 11. № 3. P. 237-267.
15. **Muhlebach T.** "That is an awesome shot". An exploration of conflict zone tourism. Roskild: Roskild University, 2015. 69 p.

16. **Piekarz M.** Who Wants to Go to a Hot War Zone? The Relationship between War and Tourism, 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-ir.info/2014/03/11/who-wants-to-go-to-a-hot-war-zone-the-relationship-between-war-and-tourism/> (дата обращения: 10.07.2017).
17. **Sharpley R., Stone P.** The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism. Bristol, UK – Buffalo, N. Y.: Channel View Publications, 2009. 288 p.
18. **Solimando C.** Word formation in the Arabic language of tourism // Language, Culture, Mediation. 2015. № 1(2). P. 157-168.
19. **Weaver A.** Tourism and the military: Pleasure and the war economy // Annals of Tourism Research. 2011. № 38(2). P. 672-689.
20. **White L., Frew E.** Managing and Interpreting Dark Places. N. Y.: Routledge, 2013. 320 p.
21. **www.al-akhbar.com** (дата обращения: 12.05.2016).
22. **www.almasalla.travel** (дата обращения: 20.02.2017).
23. **www.dailymail.co.uk** (дата обращения: 10.02.2016).
24. **www.farah.net** (дата обращения: 21.01.2017).
25. **www.masress.com** (дата обращения: 13.06.2016).
26. **www.nytimes.com** (дата обращения: 10.04.2016).
27. **www.studies.aljazeera.net** (дата обращения: 05.05.2016).
28. **www.theguardian.com/uk** (дата обращения: 12.05.2016).
29. **www.warzonetours.com** (дата обращения: 11.05.2016).
30. **www.wildfrontierstravel.com** (дата обращения: 05.02.2017).
31. **Yang E., Vikneswaran N.** Tourism at risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism // Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism. 2014. № 3(2). P. 239-259.

#### DISCOURSE OF MILITARY TOURISM IN ENGLISH AND ARABIC

**Datsyuk Vasilisa Vital'evna**  
**Mullabaev Roman Yur'evich**  
*St. Petersburg University*  
*dvasilisa@yandex.ru; sibirya4ok@bk.ru*

The article reveals the notion of the discourse of military tourism, examines its relationship with the notion of the discourse of dark tourism, as well as the influence of the events of the Arab Spring on the origin and development of the discourse of military tourism in English and Arabic. The authors analyze the factors that cause an outburst of interest in military tourism, and give the results of a study of the degree of formation of tourism hotspots discourse in the areas of functioning of institutional tourism discourse: academic, professional and public.

*Key words and phrases:* military tourism; dark tourism; tourist discourse; academic discourse; professional discourse.

УДК 1751

*В настоящей статье объектом исследования являются фразеологические единицы, функционирующие в экономическом дискурсе и объединенные темой "Geld"/Деньги. Предполагается, что фразеологизмы представляют собой сложные культурно-языковые знаки. Комплексный многосторонний подход к исследованию данных языковых единиц позволяет выявить возможные способы корреляции культурного компонента семантического значения фразеологизмов с другими уровнями его значения и определить основные типы и модели фразеологических единиц немецкого языка.*

*Ключевые слова и фразы:* дискурс; фразеологическая единица; культурно-языковой знак; мотивационный источник; структурно-семантический анализ; способ кодирования.

**Зуева Елена Анатольевна**, к. филол. н., доцент  
**Нерубенко Наталья Викторовна**  
*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*  
*zueva@bsu.edu.ru; nerubenko@bsu.edu.ru*

#### СПОСОБЫ КОРРЕЛЯЦИИ КУЛЬТУРНОГО И ЯЗЫКОВОГО КОМПОНЕНТОВ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ, ОБЪЕДИНЕННЫХ ТЕМОЙ *GELD/ДЕНЬГИ* (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Фразеологизмы в силу своей стабильности в языке представляют огромный интерес для исследователей, так как являются отражением не только и не столько языка в целом, но и исторического опыта, культурных, социальных и экономических традиций народа, их создавшего. Конечно, не следует абсолютизировать документарный характер фразеологизмов, так как они представляют собой лишь «упрощенный культурный образец» (*перевод авторов статьи – Е. З., Н. Н.*) [8, S. 179]. Тем не менее не стоит забывать и о том, что именно во фразеологизмах проявляются стереотипы мышления и языковая культура целого народа, что особенно важно при исследовании отражения в языке социально и экономически значимых