

RU

Особенности жанра и композиции текстов немецкоязычных онлайн-путеводителей

Беспалова С. В., Кузнецова Л. Н.

Аннотация. Цель исследования заключается в выявлении корпуса специфических лингвостилистических средств и жанрово-композиционного своеобразия текстов немецкоязычных онлайн-путеводителей. Данные тексты представляют собой справочные издания, ориентированные на широкий круг читателей и используемые прежде всего туристами с целью более детального знакомства с местом для путешествия. Тексты онлайн-путеводителей наряду с текстами экскурсий, аудиогидов, проспектов, каталогов, брошюр, виртуальных экскурсий, веб-сайтов турбюро относятся к жанрам туристического дискурса и отличаются четкой структурной организацией, разнообразием речевых тактик, вербальных и невербальных кодов и выполняют информационную, рекламную, аккумулятивную и регулятивную функции. Путеводитель – это «визитная карточка» культурно-языковой общности, которая позволяет формировать определенные целостные стереотипные образы в сознании реципиентов относительно иноязычной картины мира. Научная новизна исследования заключается в том, что в данной статье впервые предпринята попытка комплексного анализа разноуровневых языковых средств, репрезентирующих жанрово-композиционные особенности современных онлайн-путеводителей. В результате исследования доказано, что тексты немецкоязычных онлайн-путеводителей имеют четкую композиционную структуру, характеризуются инструментарием специфических языковых средств, которые реализуют генеральную коммуникативную задачу туристического дискурса – воздействие на реципиента.

EN

Genre and composition features of the texts of German-language online travel guides

Bespalova S. V., Kuznetsova L. N.

Abstract. The study aims to identify the corpus of specific linguostylistic means and the genre-compositional originality of the texts of German-language online travel guides. These texts are reference publications aimed at a wide range of readers and they are used primarily by tourists for a more detailed acquaintance with a travel destination. The texts of online travel guides, along with the texts of excursions, audio guides, leaflets, catalogs, brochures, virtual excursions, travel agency websites, belong to the genres of tourism discourse and are characterised by a distinct structural organisation, a variety of speech tactics, verbal and non-verbal codes and perform the informational, advertising, accumulative and regulatory functions. A travel guide is a “calling card” of a cultural and linguistic community, which allows forming certain holistic stereotypical images in the minds of recipients regarding a foreign-language worldview. The paper is novel in that it makes the first attempt to carry out a comprehensive analysis of different-level linguistic means representing the genre-compositional features of modern online travel guides. As a result of the study, it has been proved that the texts of German-language online travel guides have a distinct compositional structure, are characterised by a set of specific linguistic means that implement the general communicative task of tourism discourse, i.e. making an impact on the recipient.

Введение

Актуальность исследования продиктована современными условиями коммуникации в сети Интернет, потребностью современного человека в оперативном получении информации о социальной, культурной сферах жизни, а также возросшим интересом общества к текстам онлайн-путеводителей и аудиогидам в связи с пандемией, вызванной коронавирусом. Кроме того, актуальность обусловлена необходимостью комплексного

анализа текстов немецкоязычного онлайн-путеводителя как жанра туристического дискурса, который в интернет-коммуникации является его ядром и представляет собой справочное издание, ориентированное на широкий круг читателей, и используется прежде всего туристами с целью более детального знакомства с местом для путешествия. Языковые средства, характерные для исследуемого типа текстов, позволяют формировать определенные целостные стереотипные образы в сознании реципиентов относительно иноязычной картины мира и успешно реализовать прагматическую установку данного типа дискурса. Не менее важным фактором, определяющим интерес исследователей к жанровому разнообразию туристического дискурса, выступает погруженность реципиента в содержательное пространство текстов виртуальной экскурсии, путеводителя, аудиогuida, которые являются наиболее репрезентативными с позиции лингвокультурного трансфера международного туристического дискурса.

К задачам исследования относятся следующие: рассмотрение специфики онлайн-путеводителя в рамках туристического дискурса; выявление жанроопределяющих характеристик немецкоязычного онлайн-путеводителя; проведение лингвостилистического анализа текстов современных немецких онлайн-путеводителей; выявление композиционных особенностей исследуемого жанра.

Задачи исследования и характер анализируемого материала предопределили выбор методов исследования. В работе использовались описательно-аналитический и эмпирический методы, метод обобщения и систематизации материала, метод сплошной выборки, а также приемы лексического, синтаксического, стилистического и композиционного анализа.

Теоретической базой исследования послужили труды по теории туристического дискурса, типологии жанров, лингвостилистическому и прагматическому анализу текстов путеводителей Н. А. Тюленевой (2008), Н. В. Филатовой (2012), С. А. Погодаевой (2008), Л. П. Тарнаевой, В. В. Дацюк (2013), Т. В. Шмелевой (2012), Л. Р. Сакаевой, Л. В. Базаровой (2014), Е. И. Панченко (2012), Н. О. Празян (2009), W. Kesselheim (2010), W. Kulzer (2014), М. А. Серегинной (2021), Э. Ю. Новиковой (2017), В. А. Колчевской (2019), Т. А. Янсон (2019; 2020; 2021).

Фактологическим материалом для проведения лингвостилистического анализа и исследования композиционной организации текстов онлайн-путеводителей послужили ресурсы немецкоязычных аудиогидов и онлайн-путеводителей: Audioguide: Oldenburger Wallmuseum. URL: <https://www.museum.de/audioguide/264/lang/DE/>; Audioguide: Kinderführung durch die Außenanlagen von Schloss Rochsburg. URL: <https://www.museum.de/de/audioguide/393/lang/DE/>; Audioguide: KZ-Gedenkstätte Neuengamme – Geländergang. URL: <https://www.museum.de/audioguide/172/lang/DE/>.

Практическая значимость исследования заключается в использовании полученных результатов при чтении теоретических и практических курсов в рамках подготовки бакалавров направления подготовки 45.03.02 Лингвистика.

Обсуждение и результаты

В современной лингвистике существует огромное многообразие определений понятия «дискурс», которое модифицирует традиционное понимание о речи, тексте, диалоге, стиле и о языке в целом. Принимая во внимание тот факт, что существенным отличием дискурса от текста, по мнению многих ученых-лингвистов (Тюленева, 2008; Филатова, 2012; Шмелева, 2012), является его динамический характер и наличие экстралингвистических факторов, в рамках данной статьи под немецкоязычным онлайн-путеводителем мы будем понимать текст как результат, продукт и жанр туристического дискурса.

Туристический дискурс представляет собой тип массово-информационного институционального дискурса, областями использования которого являются различные организации туристической индустрии: туроператоры, туристические фирмы и агентства, авиа- и железнодорожные кассы, PR и рекламные агентства. Специфика данного дискурса определяется самой сферой его использования. Аргументативный потенциал туристического дискурса направлен на привлечение анонимного коллективного/индивидуального адресата. Энциклопедичность, как не менее важная характеристика дискурса, обеспечивает полноту информации, а поликодовость (наличие иллюстраций, схем, таблиц, пиктограмм и др.) используется в целях языковой экономии и предназначается для более действенного влияния на адресата. Конечный результат туристического дискурса представлен в виде вторичных текстов, которые оформлены в рамках различных дискурсивных жанров (Янсон, 2021).

Туристический дискурс рассматривают как «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер» (Тюленева, 2008, с. 23); «социокультурное коммуникативное пространство, которое способствует взаимообогащению транснациональных форм общечеловеческой культуры, является базисом межкультурной коммуникации» (Новикова, 2018, с. 27). Суммируя опыт разных исследователей, можно утверждать, что туристический дискурс представляет собой коммуникативное явление, включающее знания о мире, культурно-исторические факты и события и ценностные установки.

Для привлечения большего числа потребителей и поддержания их заинтересованности в конкретном турпродукте тексты туристического дискурса выполняют прежде всего информационную и рекламную (Филатова, 2012, с. 80), а также аккумулятивную (накопление и сохранение информации) и регулятивную (воздействие говорящего на адресата) функции (Дейк, 1989, с. 256).

Тексты онлайн-путеводителей наряду с текстами экскурсий, аудиогидов, проспектов, каталогов, брошюр, виртуальных экскурсий, веб-сайтов турбюро относятся к жанрам туристического дискурса и отличаются четкой структурной организацией, разнообразием речевых тактик, вербальных и невербальных кодов. В настоящем исследовании под путеводителем понимается речевой жанр со своей прагматикой и коммуникативной стратегией. Путеводитель – важнейший источник информации о природных, экономических и культурно-бытовых особенностях страны, визитная карточка народа, которая обеспечивает связь между представителями разных стран в культурном пространстве, «способствует погружению в “чужую” культуру, атмосферу, приобщению к межкультурному наследию, культурному обогащению личности» (Новикова, 2018, с. 104).

Существуют попытки описать тексты онлайн-путеводителей в диахроническом аспекте, при котором становление этого древнего жанра рассматривается в несколько этапов (Филатова, 2012, с. 79). Л. Н. Киселева подчеркивает, что «все путеводители составляются таким образом, чтобы оказать должный эффект на читателя, заинтересовать, вызвать желание посетить ту или иную страну. По своей природе путеводитель призван сформировать образ страны или смоделировать определенную реальность в сознании читателя» (2008, с. 449). Следует отметить, что тексты онлайн-путеводителя характеризуются гипертекстуальностью и интегрируют в себя различные текстовые туристические пространства, функциональные стили и семиотические коды и сочетают в себе в разной степени черты функционального стиля рекламы, публицистического и научного стилей (Новикова, 2018, с. 106).

В отечественных исследованиях выделяют два основных типа путеводителя: 1) рекламно-справочные или справочно-рекламные издания, представленные проспектами, буклетами и брошюрами; 2) авторские путеводители, к которым относятся информационно-рекламные и справочно-энциклопедические издания (Филатова, 2012, с. 81). В основе данной классификации лежит жанровый признак. Содержательное наполнение основной части и коммуникативная задача обоих типов путеводителя похожи и включают краткую историческую справку, описание достопримечательностей, карту, сведения о месторасположении культурного объекта, времени и стоимости экскурсии, программе, близлежащей инфраструктуре, информации для людей с ограниченными возможностями и необходимые контакты. В авторских путеводителях справочно-энциклопедического типа содержится культурологическая информация, которая расширяет базовые знания адресата и, как правило, вынесена за пределы текста (в виде комментариев и ссылок). Содержание авторских путеводителей может сопровождаться предисловием, алфавитным указателем, библиографией, информацией об авторе.

К одной из жанроопределяющих характеристик онлайн-путеводителя относится установка на диалог, которая реализуется за счет навигационных маркеров, таких как: *wenn Sie sich nach links ansehen/anschauen, dann...; kommen Sie ein bisschen näher...; beginnen wir mit dem Gemälde da vorne an der Eingangstür...; auch das Bild gegenüber präsentiert uns...; und jetzt schauen/sehen/blicken Sie auf die Bergspitze/Glockenturmspitze...; wenn Sie ein paar Schritte vorwärts machen, dann haben Sie einen schönen Überblick auf... (если посмотреть налево, то...; подойдите поближе...; начнем с картины перед входной дверью...; картина напротив представляет нам...; а теперь посмотрите/взгляните на вершину горы / вершину колокольни...; если вы сделаете несколько шагов вперед, перед вами откроется прекрасный вид на...* (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – С. Б., Л. К.). Такого рода маркеры могут инструктировать адресата и/или давать ценностную ориентацию: *achten Sie auf / lenken Sie Ihre Aufmerksamkeit auf... / passen Sie auf... auf; genau dieses Farbenspiel lässt uns nie daran verzweifeln, dass der Künstler...; vergleichen Sie / ziehen Sie die Parallele... / im Vergleich zu... / im Gegensatz zu...; haben Sie irgendwann etwas Ähnliches getroffen; lassen wir dieses Kunststück / diese Sammlung... bewerten/einschätzen; die Malerei erhält eine transzendente Wirkung... (обратите внимание на...; именно эта игра красок никогда не дает нам усомниться, что художник...; сравните / проведите параллель... / в сравнении с... / в отличие от...; Вы когда-нибудь встречали что-нибудь подобное; давайте оценим это произведение искусства / эту коллекцию; картина приобретает трансцендентный эффект...).*

Наряду с вышеперечисленными маркерами в исследуемых текстах онлайн-путеводителей могут использоваться ссылки на авторитетные мнения при характеристике объектов показа: *so ein farbenfrohes Spiel treffen wir auch in den Werken von...; dies hat auch... in seinem Werk kommentiert/erwähnt/betont/ hervorgehoben; das wurde auch bei... bestätigt (с такой красочной игрой мы встречаемся и в произведениях...; это тоже комментировал/упоминал/подчеркивал... в своем произведении; это также подтвердили...).*

Кроме того, паралингвистические средства (шрифтовые и цветовые выделения, знаки-указатели), яркие разнообразные фотографии, схемы, чертежи маршрутов, карты и рисунки органично встраиваются в текст путеводителя и служат дополнительным культурным кодом при знакомстве с «чужой» культурой. Наличие информации в визуальной и вербальной формах позволяет отнести тексты онлайн-путеводителей к креолизованным текстам.

Лексический анализ онлайн-путеводителей позволил установить, что определяющей в данного рода текстах является лексика с положительной коннотацией, обладающая высокой экспрессивностью: *kostbar, schön, verziert, herrlich, wunderbar, hervorragend*, специальная туристическая терминология архитектуры и культуры: *Trotz zahlreicher Rekonstruktionen blieben die Stilelemente der Romanik erhalten. An der Außenwand der Kirche können Sie die Figur des Klostergründers Heinrich II sehen (Несмотря на многочисленные реконструкции, стилистические элементы романской архитектуры сохранились. На внешней стене церкви можно увидеть фигуру основателя монастыря Генриха II).* Наряду с этим анализируемые тексты изобилуют лексическими единицами, обозначающими географические названия, названия достопримечательностей и реалии. Они представляют собой новую когнитивную информацию для читателя, побуждают в нем интерес и желание узнать о них более подробно: *eine Tatinger Kanne mit Zinnfoliendekoration; reich verzierte Kredenzzschüsseln (кувшин винодельческого дома «Татингер» с украшением из оловянной фольги; богато украшенные тарелки); Den Namen „Alma Mater Rudolphina“ bekam sie zu Ehren seines Schöpfers (Имя «Альма матер Рудольфина» она получила в честь своего создателя).*

Динамику исследуемым типам текста придают акциональные глаголы и глаголы движения: *Gehen Sie durch die weiße Tür in das Klinkerwerk hinein* (Пройдите на цементную фабрику через белую дверь). При описании достопримечательностей доминируют композиты, целью употребления которых является донести как можно больше информации до туриста в ограниченный промежуток времени: *eine Vielfalt von modernen Spielgeräten, einen Palmenkletterwald, ein Spielschiff und ausgedehnte Wasserflächen* (разнообразные современные игровые автоматы, канатный парк в пальмовом лесу, игровой корабль и обширные акватории).

Частое использование обстоятельственных детерминантов: *damals, vor 100 Jahren, früher, im Laufe des Jahres, in jenen (fernen) Tagen, in jenen längst vergangenen Tagen, in jener längst vergangenen Zeit, seinerzeit, zu dieser Zeit, zu jener Zeit, zum damaligen Zeitpunkt, gegen Ende des 19ten Jahrhunderts* (тогда, сто лет назад, раньше, в течение года, в те давние дни, в то далекое время, в то время, в это время, в тот момент, в конце XIX века) – позволяет совершить экскурс в историю страны, подчеркнуть ее богатое прошлое: *Die Zugbrücke vor dem Tor konnte man früher komplett nach oben ziehen* (Подъемный мост перед воротами раньше можно было поднять до упора).

В текстах онлайн-путеводителей отмечено также широкое употребление локализаторов, обозначающих местоположение в пространстве, представленных прежде всего географическими названиями: *Irgendwann in der unmittelbaren Nähe von Wien* (Когда-то совсем недалеко от Вены разместились войска кровожадных монголов и османских турок, которые в те времена хотели завоевать всю Европу); обстоятельствами места (*unten rechts, links oben, in der Mitte, hier, dort, innen, drinnen, außen, draußen, nirgendwo, zu Ihrer rechten Seite, im oberen Teil* (справа внизу, слева вверху, посередине, здесь, там, внутри, снаружи, нигде, справа от вас, в верхней части)): *Biegen Sie bitte links ab und... Der Gebäudekomplex auf der linken Seite weiter vorne ist Universität Wien, zu dem wir jetzt auch gehen* (Пожалуйста, поверните налево и... Комплекс зданий слева впереди – это Венский университет, к которому мы сейчас направляемся); отделяемыми приставками со значением направления движения различных векторов (*hinein-, herein-, hinauf-, herunter-, um-, weg-, zurück-, durch-, über-*): *Nun biegen wir rechts auf die Bognergasse ab und gehen bis zum Ende der Straße. Wenn Sie auf dem Platz vor dem Haus Nummer 3 drei Meter runtergehen, dann entdecken Sie die Überreste der Häuser römischer Feldherren* (Теперь поворачиваем направо в переулок Богнера и идем до конца улицы. Если пройти по площади и перед домом № 3 спуститься 3 метра вниз по улице, то можно обнаружить остатки домов римских полководцев); локальными предложениями (*in, an, auf, hinter, vor, zwischen, gegenüber, entlang, neben, nach, zu, von, aus, um... herum, bei, durch*): *Neben ihnen steht das Palais Porcia – der älteste Palast in der Stadt. Auf der anderen Straßenseite gegenüber dem Rathaus steht das Burgtheater. Gehen Sie entlang des Universitätsrings...* (Рядом с ними стоит Пале-Порция – старейший дворец в городе. На другой стороне улицы напротив ратуши находится Бургтеатр. Пройдем по Университетскому кольцу...).

Следует отметить и тот факт, что немецкоязычный онлайн-путеводитель изобилует наличием дат, единиц измерения, которые способствуют передаче точности и конкретизации информации: *240 Meter, ca. 2 Hektar, bis 1944, ab Mitte 1944: Der Bau des Rathauses dauerte 10 Jahre. Die Breite des Gebäudes beträgt 127 Meter und seine Länge 152 Meter... Die Statue ist 3,5 Meter groß und hat ein Gewicht von 1,8 Tonnen. Unter der Statue befindet sich eine Aussichtsplattform, die Sie erreichen können, wenn Sie 256 Stufen hoch schaffen* (Строительство ратуши длилось 10 лет. Ширина здания составляет 127 метров, а длина – 152 метра... Статуя имеет высоту 3,5 метра и весит 1,8 тонны. Под статуей находится смотровая площадка, на которую можно подняться, преодолев 256 ступенек).

На морфологическом уровне наиболее частотными являются имена прилагательные как в положительной, так и в превосходной степени, используемые для выделения наиболее привлекательных особенностей культурных объектов: *die wertvollste, am passendsten, am interessantesten, am bemerkenswertesten, am schönsten* (самое ценное, самое подходящее, самое интересное, самое замечательное, самое красивое): *Dort haben wir die Stationen rausgesucht, die wir für eine Tour am passendsten und auch am interessantesten fanden* (Там мы отобрали станции, которые сочли наиболее подходящими и интересными для экскурсии).

Употребление вежливой формы личного местоимения *Sie* нацелено на выстраивание доверительных отношений между автором и реципиентом: *Den Eingang finden Sie an der hinteren Stirnseite* (Вы найдете вход с торца здания); *Dort spielen Sie bitte den nächsten Track ab* (А теперь Вы можете воспроизвести следующий трек). Притяжательные местоимения, в свою очередь, конкретизируют принадлежность описываемого объекта к городу или местности: *Innen an dem Ringwall bauten die Menschen ihre Häuser aus Holz dicht bei einander* (Внутри крепостного оборонительного вала люди строили свои деревянные дома очень близко друг к другу). Императивные формы глаголов реализуют навигационную функцию в анализируемых текстах и осуществляют процесс программирования маршрута: *Wenden Sie sich jetzt bitte der Tafel mit der Nummer 1 zu!* (Пожалуйста, обратите внимание на панель номер 1!); *Lassen Sie diesen Ort auf sich wirken!* (Позвольте себе получить удовольствие от этого места!).

Характерными чертами синтаксиса текста онлайн-путеводителя являются использование инфинитива и инфинитивных конструкций в целях компрессии информации: *Auf den Schautafeln links sind Kampferletzungen wie Schwert- oder Axthiebe deutlich zu erkennen* (На стендах слева хорошо видны раны от ударов мечом или топором); *Sie zu ersetzen, lohnte sich nicht mehr und der Betrieb wurde stillgelegt* (Заменять их уже не стоило, и предприятие было законсервировано); употребление придаточных предложений, среди которых преобладают придаточные определительные: *Häftling aus Österreich, der 1941 von Dachau nach Neuengamme kam, berichtete nach seiner Befreiung über die schwere Arbeit* (Заключенный из Австрии, приехавший после освобождения из Дахау в Нойенгамме в 1941 г., рассказал о том, как тяжело приходилось работать); *Es lebten hier unter anderem die römischen Legionen und Horden von Barbaren, die später durch Ritter ersetzt wurden* (В числе прочих здесь обитали римские легионы и орды варваров, которых позже сменили рыцари); частое использование эмоционально окрашенных

восклицательных предложений: *Wir beide sehen uns im Burghof wieder!* (Мы еще увидимся во дворе!); *Willkommen in der Kulturlandschaft Deilbachtal!* (Добро пожаловать в культурный ландшафт Дайльбахталь!).

Стилистический анализ текстов онлайн-путеводителей позволил установить следующий спектр разнообразных языковых средств: метафоры, эпитеты и олицетворения. Метафора – один из главных стилистических приемов, придающий образу красочность, являющийся сильнейшим эмоциональным средством речевого воздействия на реципиента, непосредственно влияющим на его сознание (Празян, 2009, с. 4): *zu Füßen des Walls* (у подножья вала), *die Perle der Natur* (жемчужина природы), *das Gebäude des Glücks* (здание счастья), *die Mischung aus Liebe und Hass* (смесь из любви и ненависти). Эпитеты наряду с описательной функцией усиливают эмоциональное воздействие на адресата: *herausragend, hervorragend* (выдающийся), *wunderschön* (красивый), *blitzschnell* (молниеносный), *attraktiv* (привлекательный): *Es ist eine Stadt prächtiger Paläste, majestätischer Plätze, malerischer Gassen...* (Это город роскошных дворцов, величественных площадей, живописных аллей). Прием «олицетворение» наделяет животных, неодушевленные предметы и явления природы человеческими качествами, способностями, чувствами и мыслями, например: *Denkmäler erzählen...* (памятники рассказывают...), *diese Bilder sprechen... an* (эти картины обращаются к...), *die Räume denken an...* (помещения думают о...).

Композиционный анализ исследуемых нами текстов онлайн-путеводителей позволил выделить такие содержательно-смысловые блоки, как приветственное слово, сообщение о теме, месте проведения экскурсии и маршруте, экскурс в историю культурного объекта, описание экскурсионного объекта, формула прощания. Композиционный блок «Приветственное слово» включает приветствие экскурсовода и, как правило, социально-маркированные формулы обращения: *Herzlich Willkommen auf Schloss Rochsburg, liebe Kinder! Ich bin Eduard die Fledermaus und möchte Euch mein Schloss zeigen* (Добро пожаловать в замок Рохсбург, дорогие дети! Я летучая мышь Эдуард, и я хочу показать вам свой замок); *Seien Sie herzlich willkommen in der Neuen Galerie im Edelhaus! Schönen guten Tag, sehr geehrte Damen und Herren!* (Добро пожаловать в новую галерею Алмазного Дома! Добрый день, дамы и господа!).

Второй структурный элемент текстов онлайн-путеводителей сообщает о теме, месте проведения экскурсии и маршруте: *Die Tour führt Sie einmal über das große Gelände des ehemaligen KZ Neuengamme und endet am Haus des Gedenkens* (Экскурсия проведет вас по большой территории бывшего концлагеря Нойенгамме и завершится в Мемориале); *Wir beginnen unseren Rundgang am Eingang in die Gedenkstätte. Wenn Sie sich von hier aus umschauen, sehen Sie zu beiden Seiten des großen Platzes zu Reihen angeordnete Steinhaufen* (Мы начинаем нашу экскурсию у входа в мемориал. Если вы обернетесь, то увидите по обеим сторонам большой площади груды камней).

Экскурс в историю культурного объекта представляет собой информативный блок об эпохе и предшествующих событиях: *Im Mittelalter hatten die Schlossbesitzer die Berghänge von Bäumen und Sträuchern befreit. Dadurch konnte man Angreifer schon von Weitem sehen* (В Средние века владельцы замка расчищали склоны холмов от деревьев и кустарников. В результате злоумышленников было видно издалека); *In den 70er und 80er Jahren des letzten Jahrhunderts fanden dort Ausgrabungen statt, deren Funde im Museum präsentiert werden* (В 70-х и 80-х годах последнего столетия здесь проводились раскопки, находки которых представлены в музее).

Основной композиционный блок онлайн-путеводителя последовательно и логично описывает экскурсионный объект / ряд объектов: *Sie stehen jetzt vor mehreren länglichen aufgeschütteten Steinhaufen. Diese Steinhaufen stehen symbolisch für die Unterkunftsbaracken aus Holz, die hier zu Zeiten des Konzentrationslagers standen* (Сейчас вы стоите перед сложенными в несколько рядов камнями. Эти груды камней символизируют деревянные бараки, стоявшие здесь во времена концлагеря); *Sie sehen das Bild an der Eingangswand links. Darstellungen der Maria Magdalena waren in der Renaissance ein beliebtes Motiv und je einschmeichlicher und sinnlicher die Büsserin in der Natur dargestellt wurde, desto mehr Bewunderung fand sie unter den Freigeistern* (На входной стене слева Вы можете увидеть картину. Изображения Марии Магдалены были излюбленным мотивом в эпоху Возрождения, и чем проникновеннее и чувственнее изображалась кающаяся в природе, тем больше она вызывала восхищение у свободных умов).

Последний структурный элемент может быть представлен формулами прощания и благодарности, которые иногда выражены косвенно: *Ich führe Dich dann gerne noch weiter in meinen Gemächern herum. Oh, entschuldige, ich muss schnell weg! Graf von Schönburg wartet auf mich!* (Я буду рад показать вам свои покои. Но, простите, мне нужно идти! Граф фон Шенбург ждет меня!); *Damit endet unsere Führung. Vielen Dank, dass Sie unseren Audioführer gewählt haben. Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Aufenthalt!* (На этом наша экскурсия заканчивается. Спасибо, что выбрали наш аудиогид. Желаем приятного отдыха!); *Unser Rundgang durch die Gedenkstätte endet hier. Wir danken Ihnen für Ihr Interesse und hoffen, dass er Ihnen gefallen hat* (На этом наша экскурсия по мемориалу заканчивается. Благодарим за проявленный интерес и надеемся, что вам понравилось). *Dies ist das Ende unserer Reise im das Dürmtor-Gebirge* (На этом наше путешествие по горам Дурмитор подходит к концу).

Альтернативным содержательно-смысловым блоком в онлайн-путеводителе является заключительный сегмент текста, в котором автор формулирует просьбу оставить комментарий или рецензию на пройденную экскурсию и в случае, если виртуальная экскурсия произвела на реципиента ожидаемый положительный эффект воздействия, порекомендовать тур своим друзьям или родственникам: *Wenn Ihnen die Tour und unser Audioguide gefallen hat, würden wir uns sehr über eine Bewertung oder Rezension freuen. Erzählen Sie doch auch Ihren Freunden und Verwandten von dieser Audiotour* (Если вам понравился тур и наш аудиогид, мы будем очень признательны за оценку или отзыв. Расскажите своим друзьям и близким об этом аудиотуре); *Sie können Ihren Besuch bei Tripadvisor bewerten* (Вы можете оценить свое посещение на сайте путешествий "Tripadvisor").

Следует отметить, что представленная композиционная структура немецкоязычного онлайн-путеводителя хоть и является константой, но может варьироваться в зависимости от типа путеводителя и целевой аудитории.

Заключение

Суммируя вышеизложенное, заключим, что под текстом путеводителя понимается речевой жанр со своей прагматикой и коммуникативной стратегией, четко моделирующий восприятие описываемого пространства, который отличается высокой структурной организацией, разнообразием речевых тактик, вербальных и невербальных кодов. Для привлечения большего числа потребителей и поддержания их заинтересованности в конкретном турпродукте онлайн-путеводитель выполняет информационную и рекламную, а также аккумулятивную (накопление и сохранение информации) и регулятивную (воздействие говорящего на адресата) функции.

К основным жанроопределяющим характеристикам немецкоязычного онлайн-путеводителя относятся установка на диалог (реализуемая за счет навигационных маркеров), ссылки на авторитетные мнения при характеристике объектов показа, креализованность и гипертекстуальность.

Лингвостилистический анализ текстов онлайн-путеводителей позволил нам установить специфический характер языковых средств исследуемого жанра, актуализирующих генеральную коммуникативную задачу туристического дискурса – воздействие на реципиента. В рассмотренных текстах преобладают лексика с положительной коннотацией, специальная туристическая терминология архитектуры и культуры, акциональные глаголы и глаголы движения, композиты, обстоятельственные детерминанты, локализаторы, даты и единицы измерения. На морфологическом уровне наиболее частотными являются имена прилагательные как в положительной, так и в превосходной степени, употребление вежливой формы личного местоимения *Sie*, притяжательные местоимения, императивные формы глаголов. На синтаксическом уровне наиболее частотны инфинитивы и инфинитивные конструкции, придаточные определительные предложения, эмоционально окрашенные восклицательные предложения. Для придания экспрессивности и аттрактивности используются такие стилистические фигуры, как эпитеты, метафоры, олицетворения.

Рассмотренные особенности композиционной организации позволили сделать вывод о том, что исследуемые тексты обладают относительно четкой стандартизированной структурой, состоящей из определенного количества шаблонных блоков: приветственное слово, сообщение о теме, месте проведения экскурсии и маршруте, экскурс в историю культурного объекта, описание экскурсионного объекта, формула прощания.

К перспективам исследования можно отнести выявление разноуровневых лингвистических средств на материале других типов туристического дискурса.

Источники | References

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / под ред. В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1989.
2. Киселева Л. Н. Об особенностях тартуских путеводителей // И время и место: историко-филологический сборник к шестидесятилетию А. Л. Осповата. М., 2008.
3. Колчевская В. А. Вербальные средства персуазивности в текстах веб-страниц туроператоров Греции // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы: мат. IV междунар. науч. конгресса. Симферополь: АРИАЛ, 2019.
4. Новикова Э. Ю. Бренд-нейминг в туристическом дискурсе: лингвопрагматика, стратегии перевода // *Noto Loquens* (Вопросы лингвистики и транслатологии): сб. ст. Волгоград: Изд-во Волгоградского государственного университета, 2017. Вып. 10 / отв. ред. В. А. Митягина.
5. Новикова Э. Ю. Жанровые, ценностные и транслатологические характеристики международного туристического дискурса в немецкой и русской лингвокультурах: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2018.
6. Панченко Е. И. К вопросу о лингвистическом статусе туристического дискурса. Днепропетровск: Изд-во Днепропетровского национального университета, 2012.
7. Погодаева С. А. Побудительность в туристическом дискурсе // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Серия «Филология». 2008. № 1.
8. Празян Н. О. Роль метафоры в организации текста (на материале английского политического дискурса) // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение». 2009. № 35 (173).
9. Сакаева Л. Р., Базарова Л. В. Понятия «туризм» и «туристический дискурс» в современной научной парадигме // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 6-1.
10. Серегина М. А. Туристический дискурс: лингвосомиотические особенности функционирования паремий // Филология: научные исследования. 2021. № 3.
11. Тарнаева Л. П., Дацюк В. В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2013. Вып. 3.
12. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: дисс. ... к. филол. н. Омск, 2008.
13. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса // Филологические науки. 2012. № 2.
14. Шмелева Т. В. Дискурс и исследовательский инструментарий медиалингвистики // Научные ведомости. Серия «Гуманитарные науки». 2012. № 18 (137). Вып. 15.
15. Янсон Т. А. Единицы структурирования устного туристического дискурса (терминологический аспект) // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». 2019. № 4 (63).

16. Янсон Т. А. Контактная экскурсия: речевой жанр vs коммуникативное событие // Жанры речи. 2021. № 1 (29).
17. Янсон Т. А. Структурно-семантические характеристики экскурсионного дискурса (на материале контактной экскурсии) // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». 2020. № 4 (67).
18. Kesselheim W. „Zeigen, erzählen und dazu gehen“: Die Stadtführung als raumbasierte kommunikative Gattung // Deutschland als fremde Kultur: Vermittlungsverfahren in Touristenführungen / hrsg. von M. Costa, B. Müller-Jacquier. München: Iudicium, 2010.
19. Kulzer W. Der Wirkungsprozess von Werbung in der Tourismusbranche aus linguistischer Sicht: Eine sprachwissenschaftliche Zielgruppenanalyse deutscher Reiseprospekte. 1. Aufl. Hamburg: Diplomica Verlag, 2014.

Информация об авторах | Author information

RU Беспалова Светлана Васильевна¹, к. пед. н., доц.
Кузнецова Людмила Николаевна², к. филол. н., доц.
^{1,2} Научно-исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,
г. Саранск

EN *Bespalova Svetlana Vasilevna*¹, PhD
*Kuznetsova Lydmila Nikolaevna*², PhD
^{1,2} National Research N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk

¹ *bespalovasv@yahoo.de*, ² *Inkuznetsova@mail.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 27.02.2023; опубликовано (published): 17.05.2023.

Ключевые слова (keywords): туристический дискурс; тексты онлайн-путеводителя; языковые средства; композиция; жанровое своеобразие; tourism discourse; texts of an online travel guide; linguistic means; composition; genre originality.