

Бортник С. Б.,

асистент кафедри іноземних мов для природничих факультетів
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ РЕСУРС АНГЛОМОВНОГО ТУРИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ У НАВЧАННІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМОЗНАВСТВО»

Анотація. У статті розглядається англомовний туристичний дискурс, визначаються його види та жанри. Аналізується семантичний склад і стилістичні засоби туристичних путівників. Виокремлюються й ілюструються прикладами лексичні та граматичні особливості туристичного дискурсу. Охарактеризовано лінгводидактичний потенціал туристичного дискурсу путівників стосовно дидактичних і методичних принципів навчання.

Ключові слова: туристичний дискурс, лінгводидактика, концепт, мова туризму, дидактичні та методичні принципи.

Постановка проблеми. Основними характеристиками сьогодення є глобалізація, звуження простору завдяки розвитку транспорту, кількісне збільшення засобів масової інформації та їх впливу на всі сфери життя, поява Інтернету, широке застосування реклами, стрімкий розвиток туризму. Сучасна туристична діяльність – це не тільки розвинута та розгалужена індустрія, але й явище масової культури, оскільки кількість подорожуючих по всьому світу зростає. Розвиток туризму впливає на лінгвістичну динаміку та зумовлює появу особливого туристичного дискурсу. А лінгвістика, в свою чергу, стає одним із засобів підтримки туризму і займає особливе місце в підготовці фахівців сфери туристичних послуг.

Незважаючи на те, що феномен туризму вивчається різними дисциплінами (економіка, соціологія, географія, історія, культурологія та ін.), роль мови у просуванні туризму та роботі працівників цієї галузі ще недостатньо вивчена. Актуальність роботи зумовлена необхідністю висвітлення туристичного дискурсу в інтеграції з лінгводидактикою та вивчення туристичного дискурсу (далі – ТД) як фахової мови туризму (мови для спеціальних цілей – *Language for specific purposes*).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явище дискурсу як таке, питання його сутності, структури та класифікації наразі є одним із основних напрямів світової лінгвістики та темою досліджень багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців (Н.Д. Арутюнова, І.С. Шевченко, В.С. Лук'янець, В.І. Карасик, М. Фуко, Н. Ферклаг та ін.) [1]. У сучасній лінгвістиці дискурс є складним комунікативним явищем, що включає, крім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, особисті погляди, інтенції адресата тощо), необхідні для розуміння тексту. Туристичний дискурс як окремий вид розглядається в працях С. Францесконі, К. Терлоу, Дж. Уррі, Р. Халета та ін. [2–4]. К. Терлоу та А. Яворський вивчали відношення туризму та лінгвістики, місце та роль туризму в епоху глобалізації, роль мови та комунікації у сфері туризму. Наразі дослідження ТД проводяться в декількох напрямках: прагматичному (дослідження способів аргументації, рекламних стратегій), когнітивному (визначення груп концептів, на яких базується дискурс, опис деяких кон-

цептів, визначення основної групи концептуальних метафор), зіставному (визначення національних відмінностей у ТД).

Метою статті є визначення лінгвістичних особливостей туристичного дискурсу для оптимізації навчання майбутніх спеціалістів сфери туризму. Незважаючи на численні дослідження явища дискурсу як лінгвістичного поняття, більше уваги приділяється класифікації видів і жанрів дискурсу, їх особливостям, ніж інтеграції дискурсу та лінгводидактики у навчання студентів певної спеціальності. Об'єктом дослідження були обрані англомовні туристичні путівники, які є універсальним джерелом інформації для туристів і належать до такого жанру ТД, що має складну структурну організацію та різноманіття мовленнєвих тактик.

Виклад основного матеріалу. Перш за все, необхідно визначитися з дефініцією дискурсу. Більшість визначень сучасних мовознавців зводяться до того, що дискурс – одне з найскладніших і комплексних явищ, яке важко детермінувати. Деякі науковці вважають, що «дискурс існує, перш за все, у текстах з особливою граматикою, лексиконом, правилами вживання слів, особливою семантикою, – врешті-решт, особливим світом» [5, с. 37]. Інша позиція полягає в тому, що «дискурс – це цільнооформлена одиниця інформації, що характеризується зв'язністю та зумовлена лінгвістичними й екстралінгвістичними параметрами і є сукупністю текстів, що мають схожі теми, принципи побудови й однакові прагматичні параметри» [1, с. 25].

Мовознавець О.С. Попова вважає, що «дискурс за своєю структурою відрізняється від усіх інших одиниць певної мови», та переконана, що «дискурс має здатність функціонувати як єдине ціле». На її думку, «дискурс однієї мови перекладається на іншу мову як цільна одиниця. Можливі не тільки лакуни лексичного типу, але й стилістичні лакуни, тобто відсутність певного стилю в мові перекладу». О.С. Попова наголошує, що «дискурс має мовну й етномовну специфіку, а також лінгвістичні та лінгвокультурні нюанси» [6, с. 641–642].

Нині існують різноманітні види та типи дискурсу, залежно від базової класифікації та основних критеріїв. Мовознавець В.І. Карасик виділяє два типи дискурсу: персональний (особистісно-орієнтований) та інституціональний (статусно-орієнтований) [7]. Також, згідно з іншою класифікацією, виділяють такі види дискурсу, як педагогічний, спортивний, політичний, дипломатичний, юридичний, військовий, адміністративний, науковий, релігійний, медичний, діловий, рекламний, масово-інформаційний та ін. [7; 8].

Робота Грема Данна «Мова туризму» вважається першим значним дослідженням мови туризму, автор якої стверджує, що індустрія туризму використовує мову не лише для привабливості потенційних туристів, але й для контролю їх туристично-

го досвіду. Науковець запропонував новий метод класифікації туристичних медіа у моделі туристичного процесу на трьох етапах: до-, під час- та після самої подорожі (*pre-, on- and post-trip stages*). Г. Данн вивчає мову з погляду соціолінгвістичної перспективи у таких чотирьох ракурсах: автентичність, новизна (*stranger hood*), гра та конфлікт [9, с. 6–31]. Науковець робить важливий та основоположний висновок про загальну роль мови в туризмі одним дуже знаковим висловлюванням: «In other words, in the tourism process *«phrase precedes gaze»* [9].

Р. Халет і Д. Вайнгер доповнюють і розширюють цю ідею: «*The discourse of tourism is a discourse of identity construction, promotion, recognition, and acceptance. It is a discourse created through the creation and manipulation of linguistic and visual texts. These texts are specific to their locale. They share common goals through the work of discourse analysis. They involve: both producer and audience»* [4, с. 11].

Рекламний і туристичний тип дискурсів тісно пов'язані – дуже часто екскурсійні об'єкти виконують не тільки функцію туристичного продукту, але й маркетингові завдання, пов'язані з позиціонуванням компанії та її продукції. Туристичний текст є прикладом такого лінгвістичного феномена, як *полістилізм*, оскільки має характерні риси наукового, публіцистичного, розмовного стилів і стилю реклами. Від наукового стилю ТД отримав високий рівень узагальнення й інформативність. Враховуючи стилістичні особливості ТД, багато науковців вважають, що ТД є одним із підвидів рекламного та ділового дискурсу. ТД представлений медіатекстами, через невідчутність і нематеріальний характер багатьох явищ, що описуються в ТД.

У свою чергу, ТД може бути класифікований на такі підвиди, кожен із яких відрізняється специфікою лексичного складу, жанрово-стилістичними особливостями, певними комунікативними стратегіями та тактиками: *професійний* (стосується ділової діяльності у сфері туризму), *академічний* (застосовується у сфері підготовки спеціалістів туристичної індустрії, а також для наукового аналізу цієї сфери), *публічний* (направлений на розповсюдження інформації та приваблення клієнтів). ТД та дотичні до нього дискурси детально вивчаються й аналізуються, наприклад, інформаційні листи конференцій – як складова частина наукового туризму, листівка з відпустки – як культурна традиція Німеччини, аудіогід – як жанр ТД. Текст і дискурс взаємозалежні та взаємопов'язані, будь-який дискурс є текстом, але не кожен текст є дискурсом. «Дискурс – категорія процесу, текст – категорія результату (він є статичним)» [6].

Наразі існує декілька класифікацій жанрів ТД, але жодна з них не є вичерпною, тому що в умовах глобальної інтернет-комунікації з'являються нові жанрові форми, які інколи є поєднанням вже наявних жанрів. Найбільш поширеними письмовими жанрами ТД є путівник, щоденник подорожі, проспект, брошура, буклет, інформаційно-рекламні матеріали, а також комп'ютерно опосередковані жанри, що представлені на сайтах туристичних агенцій, музеїв, форумів (віртуальна екскурсія, відгуки туристів, що мають певні структурно-семантичні особливості та ін.). Наприклад, туристичні проспекти, що мають невеликий формат, характеризуються лаконічністю надання інформації – спрощений синтаксис, багато скорочень, повідомляється тільки найбільш вагома інформація. А туристичні брошури, навпаки, переважані інформацією – багато повторів, значна кількість історичних, культурологічних, географічних та інших фактів, складні синтаксичні конструкції, стилістичні засоби (епітети, метафора, питальні речення) та ін.

Але, згідно з думкою більшості дослідників, путівник, без сумнівів, є найбільш інформативним із текстових жанрів ТД. До усних жанрів належать екскурсія, діалог між туристом (або потенційним туристом) і представником сфери туризму, а також мовленнєва взаємодія за особливих (певних) обставин (усний різновид безпосереднього спілкування).

Також ТД розглядається як у широкому, так і у вузькому значеннях. У широкому значенні ТД визначається як комунікативна дія, явище: мова, мовлення, діалог, полілог, що містять знання про світ, культурні традиції, історичні факти та іншу інформацію, і це зумовлює основну функцію ТД – інформативну. Науковці виділяють також акумулятивну та регулятивну функції дискурсу, що реалізуються в певних видах комунікацій і визначають вже більш вузьке розуміння дискурсу як продукту комунікації, актуального тексту, вербального чи невербального продукту. Відповідно, жанри ТД можна також умовно поділити на вербальні та невербальні. Досить часто в спрощеному варіанті терміном ТД визначається сукупність текстів, що становлять продукт мовленнєвої діяльності у сфері туризму.

Об'єктом дослідження були обрані англomовні туристичні путівники, які опрацьовувалися й аналізувалися на практичних заняттях студентів спеціальності «Туризмознавство», а також були частиною індивідуальних завдань. У загальному огляді різноманіття путівників вражає, але лідерство належить видавництву Lonely Planet, путівники якого написані легкою та доступною мовою. Також є «наочні путівники», що роблять акцент на візуальне сприйняття (Dorling Kindersley, National Geographic). Студенти робили оглядові презентації про різні види путівників, але аналітичний аналіз і навчальні завдання виконувалися за досить популярною серією путівників **The Which?** (*The Which? Guide to Tourist Attractions*) [10], тому що серія дуже широко представлена різноманітними темами, від *Guide to Weekend Breaks in Britain* до *Guide to Pub Walks*). Емпіричні спостереження та детальний аналіз змісту путівників дав змогу узагальнити певні лексичні та граматичні особливості путівників, про які студенти мали тільки теоретичні знання, і виокремити декілька підходів до класифікації лексичного матеріалу путівників.

Лексика, що використовується для написання туристичних текстів, може бути поділена на такі категорії: загальноповживані, стилістично нейтральні слова та вирази (*cultural, historical sight, landscape*), загальнонаукові слова (*phenomenon, relic, replica*), терміни з таких сфер, як архітектура, історія, географія, біологія, політика (*vaulted pendant ceiling, moated castle, mullioned windows, pedestrian zed street, Tudor building, thatched houses, Gothic cathedral, mulberry grove, slopes, primate, agoutis, mongooses, Siberian Amur leopard, red-breasted geese, parliament, monarchy*), також можна зустріти історизми (*guillotine, Stuart and Hanoverian periods, Pre-Raphaelites*), етнографізми (*Mardi Grass celebrations at Easter, Cellarer's Sausage Casserole*), екзотизми/варваризми (*scampi, tour de force, garden-cum-orchard, syllabub* (напій із вершків чи молока з вином, сидром і цукром), топоніми (*Hadrian's Wall*)).

Також студенти ще класифікували лексику путівників на такі категорії, або лексико-семантичні групи, як: Food and Drink (*candy floss, smoked-chicken salad with sundried tomatoes, jacket potatoes, Her Ladyship's afternoon tea*), Places (*reptile house, Romanesque crypt, shrine*), People (*Duke of Wellington, ubiquitous Henry VIII, oenophiles, diarist*), Objects (*agricultural and domestic bygones – the medical instruments, costumes and patchwork quilts are especially interesting, fur-trimmed cape, gardening paraphernalia*), Local Customs and Traditions (*majolica, Christmas carols*),

Festivals and local events (*Living Crafts festival, Flower show, music festival, painting/sketching events, music/fireworks concerts, book fairs, occasional lecture lunches, water ride*), Sport (*battledore, shuttlecock*), Arts, Music and Literature (*silverware collection*), Architecture (*art-nouveau wrought-iron balustrades*), Flora (*Wellingtonia tree, weathered oak, begonias, juniper*), Fauna (*ice-age animals such as the mammoth and woolly rhinoceros, birds-of-prey, pink-backed pelicans, otters, bottle-feeding lambs, hand-milking cows*), Religion and Mythology (*pilgrims, haunted house*).

Був здійснений аналіз змісту путівників за методом контент-аналізу (методика семантичного частотного аналізу, розроблена на базі психолінгвістичного методу ключових слів), що дало можливість виділити такі дискурс-категорії (у статті надаються тільки деякі з них):

Дискурс-категорії Мовні репрезентанти

Ідентифікація: *Museum, gallery, exhibitions, theme park, brick quayside ware house, adventure playground, dwelling, aviary.*

Діяльність: Концепт «рух»: *you can meander your way, then heading for, to stroll through.*

Концепт «навчання»: *interactive activities, explanatory labels, explanatory panel, educational purposes, background details, descriptive, The only drawback is that there are not enough interactive possibilities, making it more of a look-and-learn museum rather than a touchy-feely one (about Museum of London) [10, p. 77], design your own coat of arms, history is provided in bite-sized pieces.*

Концепт «нове»: *innovative design concepts, factual information, renovation.*

Концепт «види діяльності»: *falconry, carol-singing, battle re-enactments, ferret racing, country-craft demonstrations, meet the shire horses.*

Атрибутивність: *a clear and engaging audio tour, incredibly atmospheric, child-oriented, overall the effect is amateurish, thought-provoking, touching marble effigy, a jaw-dropping contrast, unique and captivating collection,, an arrow-gauge railway.*

Загальний лексико-семантичний аналіз ТД підтвердив теоретичні розвідки мовознавців і дав змогу виділити емпіричним шляхом такі особливості лексичного рівня:

– Наявність емотивної (оціночної) лексики, епітетів, метафор, лексики з позитивною конотацією, прислівників, що мають оціночний характер: *Presentation is immaculate. Stalactites and stalagmites in otherworldly formations are atmospherically lit to bring out their true beauty in the two show caves (about Cheddar Caves and Gorge) [10, p. 17]. The house contains a fascinating collection of art and furnishings, displayed in a series of grandiose state apartments. Beneath sumptuously painted ceilings ... (about Chatsworth House) [10, p. 168]. An impressive display of lavender and herbs attracts numerous insects, while multicoloured butterflies flit around tropical and sub-tropical plants in warm glasshouses (about Blenheim palace) [10, p. 144]. It is a stunningly displayed mind-stretching exhibition (about National Maritime Museum) [10, p. 4]. In the garden, the parterre of meticulously trimmed yews and formal herbaceous beds handsomely complements the graceful exterior of the house (about Blickling Hall) [10, p. 148]. This holiday centre is aimed squarely at families with young children [10, p. 155]. A stylish, minimalist restaurant; hair-rising names of rides; seasoned thrill-seekers; tried-and-tested family favourites; under-5s; important stronghold.*

– Наявність стильової варіативності (від високого стилю до розмовної лексики), а також вживання фразеологічних одиниць: *What complacent humbug! [10, p. 7], vomit-inducing rides,*

chips-with-everything variety, by and large, shows signs of wear and tear and is rather tatty [10, p. 108]. A pat on the back for Glasgow [10].

– Завдяки наявності значної кількості числівників, топонімів, термінів забезпечується точність наданої інформації.

– Характерною особливістю ТД є часте вживання кліше (*to be famous for, to be popular with, to be interested in, to be fond of, etc.*).

– У туристичному дискурсі широко вживаються гра слів та різні засоби виразності (лексичні – метафора, гіпербола, порівняння, іронія: *Children too young to be whisky connoisseurs may wonder what all the fuss is about. (about Glen turret Distillery) [10, p. 42]. Adults without children or sense of humour could find the actors annoying (about London Dungeon) [10, p. 67]. In 1536 Henry VIII dissolved it literally as well as politically, by melting the lead from its roof and bells [10, p. 480] ... the place will be bursting at the seams [10, p. 319]. The biggest tourist money-spinner; There's also a phone box if you're desperate to talk, but no toilets [10, p. 142]; синтаксичні – риторичні запитання, повтори; фонетичні засоби виразності). Навіть знайшовся приклад англійського гумору: *You can even sit on the settle where Shakespeare is supposed to have parked his literary bottom [10, p. 119].**

Аналітичний аналіз граматичного рівня практично підтвердив такі основні положення щодо особливостей ТД:

– Значне використання імперативу (імперативних конструкцій): *If you have the puff do climb the steps to the Whispering Gallery; the views are beautiful and you can sit and survey the splendor (about St Paul's Cathedral) [10, p. 92]. Indulge in some interactive activities. If you're after an adrenaline rush, then look no further.... Chessington has some state-of-the-art rides... (about Chessington World of Adventures) [10, p. 172].* Г. Данн у своїй роботі наголошує, що наказовий спосіб в ТД є прикладом «соціального контролю» (*social control*), що здійснюється мовою туризму [9].

– Для ТД характерні домінуюче вживання теперішнього часу, синтаксична інверсія та питальні речення, порівняння, прикметники у найвищому ступені порівняння: *This museum takes a potentially dry subject and makes it in fascinating, fun and thought provoking (about London Transport museum) [10, p. 68]; dry-as-dust description. Off the hall are a dining room, used for a while as a tea-room, and a breakfast par lour. The biggest tourist money-spinner.* Часте вживання пасивного стану та безособових речень забезпечує імперсональність (безособовість) надання інформації.

Освітній процес базується на дидактичних і методичних принципах, кількість яких може значно варіюватися, залежно від класифікацій їх дослідників. Розглянемо деякі з них стосовно роботи з англійським туристичним дискурсом (зауважимо, що дидактичні та методичні принципи розглядаються в сукупності, а не поділені на окремі категорії). По-перше, в усій повноті забезпечується принцип *наочності*, особливо зорової, але й слухової також (під час роботи з аудіогідами, наприклад). У роботі з путівниками (а тексти туристичних путівників є креслованими) удосконалюються навички роботи з картами, схемами і навіть малюнками та фотографіями як доповненнями до тексту та як опорами до інтерпретації історичних подій та ін.

Принцип *міцності* засвоєння мовленнєвого та мовного матеріалу застосовується завдяки частому використанню розмовних кліше й усталених виразів, вивченню часто вживаних словосполучень та особливостей поєднання лексичних одиниць (відомих як *collocations*), а також специфічної лексики різної

семантики (історизми, топоніми, терміни різних галузей знань, як було зазначено раніше). До того ж, на думку більшості мовознавців, туристичний дискурс є тавтологічним, і ця риса може бути помічена на двох рівнях: лексичні повтори широко використовуються в туристичних текстах; маршрути, прописані в брошурах, повторюються туристами, тобто проговорюються в реальності (у блогох та під час міжособової комунікації).

Такий дидактичний принцип, як принцип *виховного навчання*, сприяє гармонійному розвитку особистості студента, розширює його світогляд та розуміння інших культур, сприяє міжкультурній комунікації. У статтях путівників можна знайти значну кількість енциклопедичної інформації: в ТД домінує культурно-історичний і науково-популярний аспект, а також загальнолюдські, загальнонаціональні цінності у подачі інформації.

Принцип *міжпредметної координації* реалізується в інтеграції різних галузей знань у путівниках (географія, історія, мистецтво та ін.), враховуючи той факт, що і туризм виник на перетині декількох галузей знань і є інтегрованою дисципліною. Принцип *новизни* охоплює весь навчальний процес: від різноманітних джерел інформації (вербальні, невербальні, креолізовані, Інтернет, книги, преса та ін.) до різних приймів роботи та виконання вправ, а також нові (для студентів) значення таких лексичних одиниць, які здавалися абсолютно знайомими (дуже часто це інше сприйняття омонімів та омографів, що покращує навички роботи з автентичними текстами). Як ілюстрацію до цього можна надати такий приклад: *The parterre garden stretches to the ha-ha at the rear of the house... (about Audley End House)* [10, p. 123] (*ha-ha* – низький паркан навколо саду, поля). Наприклад, працюючи з текстами, студенти визначили різницю між прикметниками *Italianate (Italianate garden)* та *Italian (Italian cuisine)*.

Принцип *комунікативної спрямованості* та принцип *професійної спрямованості навчання* передбачають створення ситуацій професійного спілкування на заняттях з іноземної мови, формування готовності до здійснення комунікації, що можна успішно реалізувати у роботі з туристичними путівниками.

Принцип *соціокультурної спрямованості* пов'язаний із країнознавством і є одним з основоположних принципів вивчення іноземної мови фахівцями з туризмознавства. Цікавим є спостереження студентів щодо рекомендацій стосовно доцільності відвідування певних локацій у дощову погоду (чудова ілюстрація тремтливості ставлення жителів туманного Альбїону до сумнозвісної англійської погоди, що знайшло детальне відображення в путівнику), що водночас є гарним прикладом піклування про потенційних відвідувачів, їх час, задоволення від відвідування локації, здоров'я та безпеку: *an ideal wet-weather outing for families; a good wet-weather attraction* [10, p. 41]; *there's enough under cover to keep your occupied even on rainy days* [10, p. 5]; *opt for a rainy, foggy, late autumn day to set the perfect scene* [10, p. 67]; *the weather is not much of an issue* [10, p. 154]; *and even the cloisters can be joy din the rain* [10, p. 174]; *there are several in door enclosures to visit if the rear showers* [10, p. 175]; *it's not a wet-weather venue* [10, p. 184]; *it's cosy on a rainy day* [10, p. 271]; *there is enough in doors to occupy a showery spell* [10, p. 300]. *The museum is weather proof so anytime is a good time (about Ashmolean Museum)* [10, p. 12].

Висновки. Детальні дослідження англомовного ТД з погляду його лінгвістичної, комунікативної та прагматичної специфіки дадуть можливість активніше використовувати його у навчанні студентів сфери туризму. Доцільною й актуальною

є концепція інтегрованого навчання іноземної мови для спеціальних цілей, що поєднує змістовий матеріал з іншомовним навчанням. Використання туристичних путівників розглядається як один із варіантів роботи з підготовки висококваліфікованого фахівця туристичної сфери, що можливо запровадити у межах як аудиторного, так і автономного (самостійного) навчання.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва: Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Francesconi S. Reading Tourism Texts: A Multimodal Analysis. Bristol: Channel View. 2014. 200 p.
3. Thurlow C., Jaworski A. Tourism discourse: language and global mobility. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. 288 p.
4. Hallet Richard W., Weinger J.K. Official Tourism Websites: A Discourse Analytical Perspective. Chicago: IL, 2010. 136 p.
5. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности. Язык и наука конца XX века. Москва: РГГУ, 1995. С. 35–73.
6. Попова Е.С. Текст и дискурс: дифференциация понятий. Казань: Молодой ученый. 2014. № 6. С. 641–643.
7. Прима В.В. Англомовний путівник як різновид туристичного дискурсу. Записки з романо-германської філології. 2015. Вип. 2. С. 151–156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_2_22.
8. Сухомудь Г.С. Туристичний дискурс та підходи до його аналізу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2015. Вип. 55. С. 250–252. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_55_91.
9. Dann G. The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective. Wallingford: CAB International. 1996. 304 p.
10. The which? Guide to tourist attractions. WhichBooks. Consumers' Association, London, 2000. 544 p.

Бортник С. Б. Лингводидактический ресурс англоязычного туристического дискурса в обучении студентов специальности «Туризмознание»

Аннотация. В статье рассматривается англоязычный туристический дискурс, определяются его виды и жанры. Анализируется семантический состав и стилистические средства туристических путеводителей. Выделяются и иллюстрируются примерами лексические и грамматические особенности туристического дискурса. Дается характеристика лингводидактического потенциала путеводителей относительно дидактических и методических принципов обучения.

Ключевые слова: туристический дискурс, лингводидактика, концепт, язык туризма, дидактические и методические принципы,

Bortnyk S. Linguistic-didactic resource of English tourism discourse in teaching students of "Tourism Study" specialism

Summary. The article views English tourism discourse, its types and genres are being determined. There being analyzed the semantic composition and stylistic means of travel guidebooks. Lexical and grammatical peculiarities of tourist discourse are distinguished and illustrated with examples. Linguistic-didactic potential of travel guidebooks is being characterized considering didactic and methodological principles of teaching.

Key words: tourism discourse, linguistics-didactics, concept, language of tourism, didactic and methodological principles.