

Секция «Иностранный язык в профессиональной деятельности»

### Туристский дискурс: общие вопросы

**Кузовенкова Арина Андреевна**

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный университет, Россия

*E-mail: linguaacademica@mail.ru*

Туризм всегда был неотъемлемой частью жизни людей. С одной стороны, туризм является одним из видов отдыха, во время которого человек отвлекается от повседневной рутины, покидает привычную для себя среду и насыщается яркими положительными эмоциями. С другой стороны, туризм несет в себе и образовательную составляющую, поскольку он направлен на знакомство со своеобразием других городов, регионов или стран, через которые проходят туристические маршруты.

Туристическая деятельность постоянно меняется, поскольку туристические агентства постоянно разрабатывают новые маршруты и совершенствуют существующие. Однако все маршруты формируются в зависимости от желаний и потребностей самих путешественников.

Европейская комиссия определила туризм как ключевой сектор европейской экономики, включающий широкий спектр продуктов и направлений и множество заинтересованных сторон. Туризм является движущей силой экономического роста, развитие и глубокая диверсификация которого способствовали его превращению в один из самых быстрорастущих секторов экономики в мире. Туризм также стал одной из важнейших форм взаимодействия культур. Таким образом, туризм является хорошо зарекомендовавшей себя социальной практикой, охватывающей различные области, включая финансы, маркетинг, антропологию, географию, искусство и историю, и выражается посредством языка.

Туризм приобретает все большее значение и занимает видное место на международных деловых рынках. В последние несколько десятилетий стремительный рост спроса на туристические услуги потребовал еще более быстрой трансформации туристической отрасли. Туристы больше не рассматриваются как пассивные клиенты, это скорее опытные, образованные, ориентированные на направление, независимые и осведомленные люди, которые тщательно выбирают свой отдых.

Общение в сфере туризма и оказания туристических услуг является уникальной областью применения лингвистических знаний. Язык туризма имеет черты, отличающие его от обычного дискурса. Во-первых, он очень убедителен, потому что конечная цель общения между туристическим агентом и клиентом состоит в том, чтобы продать продукт. Для достижения этой цели агенту необходимо так описать реальность, чтобы она воспринималась потенциальным покупателем (туристом) как что-то новое и неизведанное, как абсолютно уникальный отличный от других продукт.

Во-вторых, язык туризма многообразен, поскольку туризм сам по себе ориентирован на географию, экономику, психологию, социологию, историю, искусство, архитектуру, археологию, экологию, религию, бизнес, а также гастрономические, развлекательные и спортивные мероприятия. Следовательно, туристический дискурс будет включать в себя все вышеперечисленные аспекты, что иногда затрудняет его идентификацию. Тем не менее, большинство исследователей считают, что туристический дискурс, является одним из подвидов рекламного дискурса, поскольку он объединяет рекламу туристических услуг и направлен на их продвижение.

### Источники и литература

- 1) Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 19 с.