

ՏՈՒՐԻԶՄԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԴԻՍԿՈՒՐՍԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

ՍՈՆԱ ԳՈՒԼՅԱՆ

Հոդվածում քննարկվում են տուրիզմի մասնագիտական դիսկուրսի հատկանիշները անգլերենում, որոնք առնչվում են միջգիտակարգային մի շարք ուղղությունների և այնպիսի լեզվի հետ, որը տարբերվում է ընդհանուր անգլերենից և օժտված է իմաստաբանական, գործնական, լեզվամշակութային, տերմինաբանական և այլ գործառնություններով¹: Փորձ է արվում ներկայացնելու տուրիզմի լեզվի շարահյուսական, գործառական, բառային և ժանրային հատկանիշները, որոնցով հիմնավորվում է նրա մասնագիտական բնույթը և տարանջատվում ընդհանուր անգլերենից:

Բանալի բաներ – տուրիզմի դիսկուրս, մասնագիտական լեզու, ժանրային, շարահյուսական և բառակազմական հատկանիշներ:

Տուրիզմի լեզվի դիտարկումը որպես մասնագիտական դիսկուրս տարաբնույթ քննարկումների առիթ է տվել. այն նման չէ ավանդաբար ձևավորված այլ մասնագիտական անգլերեններին, ինչպիսին տեխնիկական, գիտական կամ իրավաբանական տեքստերի լեզուն է, քանի որ տուրիստական տեքստերը հիբրիդային բնույթ ունեն, միտված՝ ոչ-մասնագետ ընթերցողին²: Առաջին հայացքից կարող է թվալ, որ տուրիզմի դիսկուրսը չի տարանջատվում, քանի որ շատ մասնագիտական եզրեր հավասարապես գործածական են նաև ընդհանուր անգլերենում, այսուհանդերձ, տուրիզմի զարգացման, նոր տեսակների ի հայտ գալուն զուգընթաց ստեղծվում են նոր եզրեր, որոնց որոշիչ գործառնություններով հղկվում և հստակեցվում է տուրիզմի մասնագիտական լեզվի ոլորտը:

Տուրիզմի լեզվի՝ որպես մասնագիտական հատուկ լեզու համարվելու խնդիրը պայմանավորված է բառապաշարի մատչելիությամբ. սակայն մատ-

¹ Մասնագիտական դիսկուրսի ինքնավարությունն ու տարբերությունը ընդհանուր լեզվից առաջին անգամ ուսումնասիրվել է Պրահայի դպրոցի ներկայացուցիչների կողմից 20-րդ դարի 20-30-ականներին: Այսօր գիտական ուսումնասիրություններում Մասնագիտական դիսկուրսը տարբեր անուններով է հայտնի, օրինակ՝ restricted code – սահմանափակ կոդ, special language – հատուկ լեզու, microlanguage – միկրոլեզու, jargon-ժարգոն և այլն:

² Fusari S. Multilingual Tourist Videos as Specialized Discourse: The Case Study of Val Gardena // Quaderni del CeSLiC. Occasional Papers, Centro di Studi Linguistico-Culturali (CeSLiC), Bologna, 2009 // <http://amsacta.cib.unibo.it/2568/> (03.05.2011).

չելի բառային միավորներն օգտագործվում են գործառական առումով որպես մասնագիտացված եզրեր, տուրիզմի դիսկուրսի տարբերակիչ միավորներ՝ կարևորելով տեղի ու տարածքի նկարագրությունների լեզվական ռազմավարությունը³։ Տուրիզմի արդյունաբերության զարգացմանը զուգընթաց, անգլերենի արդյունավետ կիրառությունը միջմշակութային հաղորդակցության գործընթացում կենսական նշանակություն ունի տուրիզմի բիզնեսում հաջողության հասնելու համար. այն խթանում և կարևորում է բազմաթույթ տեղեկատվություն ներկայացնող տեքստաստեղծ միտումներ՝ ուղղված տարբեր մշակույթների, պատմական անցյալի ու ներկայի հանրահռչակմանը, և նպաստում է գործակալությունների աշխատառժի, օդանավերի թռիչքների, հյուրերին դիմավորելու, բողոքներում առկա թերությունների ու բազում այլ հարցերի շտկմանը։ Այս համատեքստում էլ ձևավորվում են տուրիստական տեքստերի ժանրերը՝ *տուրիստական տեղեկատվություն, կայքերում կամ բրոշյուրներում տեղադրված գովազդներ, ուղեցույցեր, ամսագրերային հոդվածներ, մասնագիտական նամակագրություն*,⁴ *ճանապարհորդական բլոգեր, սոցիալական տուրիստական կայքերի վերաբերյալ ակնարկ-կարծիքներ*։

Տուրիստական տեղեկատվություն կամ *ուղեցույցեր* գործառույթը տեղեկատվական է. այս ժանրի տեքստերն իրազեկում և ներկայացնում են տեսարժան վայրեր, կացարաններ, ռեստորաններ, տրանսպորտ, մշակութային իրադարձություններ, ժամանցի և տարաբնույթ միջոցառումների առաջարկներ, ինչպես նաև ամբողջական փաթեթի արժեքին վերաբերող մանրամասներ։ Տուրիստական գովազդներում կամ բրոշյուրներում տեղեկացման ու համոզման գործառույթները զուգակցվում են, սակայն հարկ է նշել, որ համոզումն ու այն արտահայտող լեզվական բառամիավորներն առաջնային են, քանի որ կարևորվում է ծառայության վաճառքը։

Ճանապարհորդական բլոգերը/վլոգերը օրագրերի կառուցվածք ունեն, որտեղ ցանկացած զբոսաշրջիկ կարող է գրել իր այցելած վայրերի մասին, տալ խորհուրդներ, տեղադրել նկարներ և տեսահոլովակներ՝ ընկերների և այլ օգտատերերի համար։ Ճանապարհորդական բլոգերները (travel writers/bloggers) բաժանվում են պրոֆեսիոնալների, որոնք վճարվում են իրենց դիտարկումների ու պատմությունների համար, և ոչ պրոֆեսիոնալների։ Այս ժանրի

³ **Cappelli G.** Travelling in Space: Spatial Representation in English and Italian Tourism Discourse, in "Textus. English Studies in Italy", 25 [1], 2012, p. 19-35.

⁴ **Gotti M.** The Language of Tourism as Specialized Discourse, in Palusci O., Francesconi S. (eds). Translating Tourism. Linguistic/Cultural Representations. Trento, 2006, p. 31-32.

գործառույթը ավելի հուզական է և միտված է ազդելու, տպավորելու և համոզելու, քանի որ ճանապարհորդական բլոգերների լեզուն խիստ արտահայտչական, գնահատողական է և մեծ ազդեցություն ունի ընթերցողի վրա. հաճախ նաև հնարավոր է հեղինակի հետ կապ հաստատել և քննարկել նրա գրառումները: Հիմնականում բլոգը պատկանում է մեկ հեղինակի. ըստ էության տվյալ բլոգը ներկայացնում է ավանդական օրագրերի ժանրով գրված հեղինակային նոթեր (travel notes, sketches):

Սոցիալական տուրիստական կայքերում տեղադրված ակնարկների և քննարկումների լեզվաոճաբերականական կառուցվածքը նույնական է ճանապարհորդական բլոգերին, միակ տարբերությունն այն է, որ այնպիսի կայքեր, ինչպիսիք tripadvisor-ը կամ trover-ն են, ունեն բազմաթիվ օգտատերեր:

Ամսագրերի հոդվածներում տեղեկատվություն տրամադրելուց բացի, համեմատվում են նպատակատեղերի վերաբերյալ տարբեր առաջարկներ՝ գին, որակ, ծառայություններ և, ի տարբերություն տուրիստական տեղեկատուների, այստեղ լեզվական ձևակերպումներն ավելի սուբյեկտիվ են:

Մասնագիտական նամակագրությունը գործակալությունների և հաճախորդների, ինչպես նաև գործակալությունների և տուր օպերատորների, հյուրանոցների, ավիաուղիների միջև է տեղի ունենում. հարկ է նշել, որ տուրիզմի մասնագիտական լեզվի բաղադրիչների կիրառությունն անհրաժեշտ է արդյունավետ հաղորդակցություն ապահովելու համար:

Ըստ տեսական ուսումնասիրությունների՝ անգլերենում տարանջատվում են տուրիզմի դիսկուրսին մասնագիտական բնույթ հաղորդող հետևյալ առանձնահատկությունները՝ *միավերաբերականությունը, հակիրճությունը, ընդհանուր և այլ մասնագիտական լեզուների հետ ունեցած կապը, արտահայտչական լեզվի⁵, ինչպես նաև հիմնաբառերի և իրակությունների կիրառումը:*

- Միավերաբերականությունը այն երևույթն է, երբ որոշակի համատեքստում, այս դեպքում՝ տուրիզմի դիսկուրսում, տվյալ եզրն ունի միայն մեկ իմաստ/ռեֆերենտ: Օրինակ, tour operator, package holidays, green hotel, check-in date, check-out date, tour/ticket assistance, front desk, 24-hour front desk, wake-up call, porter service, room service և այլն: Վերոնշյալ բառակապակցությունների համատեքստային կիրառություններից են՝

⁵ Ibidem, p. 22-27.

Hamiltons is *a bed & breakfast* located in Westminster, in the heart of London⁶.

If you are looking for *a green hotel* as well as an eco-friendly way to experience the world, you came to the right place⁷.

Հակիրճությունն իրականացվում է մի շարք շարահյուսական կադապարների միջոցով՝ պարզեցում, գործողությունը կատարողի զեղչում, բայի կրավորական սեռի կիրառում, գոյականի՝ որպես ածականի օգտագործում և համադրություն՝ զուգակցման և հապավումների միջոցով:

- *Պարզեցման* օրինակներ են հետևյալ բառակապակցությունները՝ *add-on* – any component of a package tour that is not included in the package price; *after-departure charge* – expenses such as telephone charges that do not appear on a guest's account at check out; *back-to-back* – tours operating on consistent, continuing basis, usually without time between:
- *Գործողությունը կատարողի սղման և բայի կրավորական ձևի կիրառման* օրինակներ են՝ *accompanied child* – a child passenger travelling with an adult; *accompanied baggage* – baggage belonging to passenger who is travelling on the same plane:
- *Գոյականի՝ որպես ածական օգտագործուման օրինակներ են՝* tour operator, airline ticket, charter flight, travel agency, first-class fare, nature reserved:
- *Չուգակցման օրինակներ են՝* motorcoach = motor+coach, airpass = air+pass, backpack=back+pack, bednight=bed+night:
- *Հապավման օրինակներ են՝* O/W = one way, BB = Bed and Breakfast, FAM tour = familiarization tour, RO = Room only, HB = Half Board (Breakfast and Dinner normally), FB = Full Board (Breakfast, Lunch and Dinner):

Տուրիզմի դիսկուրսի քննարկումներում հատուկ կարևորություն է տրվում *լենգուիջինգի* (language –իրականություններ/ռեալիաներ) և *հիմնաբաների* կիրառությանը:

Լենգուիջինգի առկայությունը տուրիզմի լեզվաբանական և հանրալեզվաբանական ուսումնասիրություններում մեկնաբանվում է որպես անհատի՝

⁶ London hotel // <https://booki.ng/2ntaiLc/> (02.06.2018).

⁷ Green Hotels // <https://www.bookdifferent.com/en/page/green-hotels/> (02.06.2018).

որոշակի սոցիալական համատեքստում սեփական ինքնությունը բարձրաձայնելու միջոց: Տեղական լեզվի կամ բարբառային ձևերի ներմուծումը՝ որպես օտարաբանություն, նպատակ ունի օգնելու զբոսաշրջիկին ներգրավվելու ավանդական մշակույթի մեջ և ձեռք բերելու տվյալ երկրի լեզվամշակութային զգացողություն⁸:

Հայաստանը ներկայացնող կայքերից առանձնացրել ենք ազգային մշակույթի տարբեր ոլորտներում կենցաղավարող *Languaging*-ի բառամիավորներից որոշ օրինակներ. *duduk, tsiranapogh, carpet, basturma, Dolma, Qufta, Lavash, Zhengyalov Hats, Spas, Sujukh, Ghaurma, Khash, Khorovats, Gata, Oghi, Vernisaj, Matenadaran, Aragats, Garni-Geghard, Tsakhkadzor, Jermuk, Tsitsernakaberd, Karahoonj* և այլն: Հայերեն բառերն ու արտահայտությունները գրվում են տառադարձմամբ, որպեսզի ընկալելի լինեն օտար ընթերցողի համար:

Անդրադառնանք նաև տուրիզմի հայերեն մասնագիտական դիսկուրսին՝ հազեցած անգլերենից փոխառված բազմաթիվ բառերով, եզրերով, հապավումներով, արտահայտություններով ու բառակապակցություններով, որոնք վերցված են վիրտուալ տիրույթից. *տուրեր, տուրօպերատոր, տուր մենեջեր, էկոտուրիզմ, գաստրոտուրիզմ, B&B հյուրատներ, զիփլայն ատրակցիոն, էքսպրիմ, promotion, տուրիստական պոպենցյալ, բրենդ, տուր փաթեթ, ռեզիդենսալ տուր, հոսթել, check-in, check-out, բլոգ, աուդիոգիդեր, քինգ, քուին, ջունիոր սուիտ, դեյլուքս սփափուս սուիտ, սուպերիոր մեկտեղանոց, վիրտուալ տուրիզմ, թրենդային ուղղություններ* և այլն:

Հիմնաբառերը նույնպես տուրիզմի լեզվի առանձնահատկություններից են. տուրիստական ուղեծրերը ցայտուն արտահայտված, հակիրճ, ժամանակակից հնչերանգով, տպավորիչ և *հիմնաբառերով* եզրափակվող տեքստեր են: Նշված չափանիշների գործառույթն է՝ ապահովել պարզ, հասկանալի և հստակ տեղեկատվություն, խթանել երևակայությունը՝ ազդեցիկ բառերի շնորհիվ: Տուրիզմի դիսկուրսում հաճախ հանդիպող հիմնաբառերի օրինակներ են՝ *away, distance, destination, adventure, escape, dream, imagination, lust, pleasure, genuine, authentic, real thing, sanctuary, of unusual interest* և այլն⁹:

⁸ **Cappelli G.** Travelling words: Languaging in English tourism discourse, in S. Villani & A. Yarrington (Eds.). *Travels and Translations*. Amsterdam, New York: Rodopi, 2013, p. 353-364.

⁹ **Dann G.M.S.** *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford, 1996, p. 174-175.

Տուրիզմի լեզվի շարահյուսական, ձևաբանական, ժանրային առանձնահատկությունների, հակիրճության, բառապաշարի ընտրության, նորաստեղծ բառակապակցությունների և կառուցվածքային յուրատիպության դրսևորումների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ դրանք հաճախ ոչ նորմատիվ քերականական կիրառություններ են, որոնք ստեղծվել, բնութագրական և ընկալելի են դարձել բացառապես տուրիզմի մասնագիտական ոլորտում:

Տուրիզմի լեզվի քննության արդյունքները թույլ են տալիս այն իրավամբ դասել մասնագիտական լեզուների շարքը, դիտարկել ու համեմատել այն այլ մասնագիտական լեզուների հետ, ի ցույց դնել նրա հիմնական տարբերությունները՝ որպես տեղեկատվական ուրույն արտահայտչամիջոցներով հարուստ լեզու:

ОСОБЕННОСТИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

СОНА ГУЛЯН

В статье рассматриваются особенности английского туристического дискурса. Специфика специализированного дискурса определена междисциплинарной сущностью данного феномена. Изучение его семантики, синтаксических особенностей, различных жанровых проявлений, а также лексического компонента приводит к заключению, что дискурс туризма – специализированный дискурс, который по своим параметрам выделяется из общего языкового комплекса.

Ключевые слова – специализированный дискурс туризма, язык, жанры, синтаксические и лексические особенности.

THE PECULIARITIES OF TOURISM SPECIALIZED DISCOURSE

SONA GULYAN

The article considers the peculiarities of English tourism discourse – its semantics, syntax, vocabulary and genre. Its results show that it varies from other traditionally established Englishes for special purposes, yet, is similar to other specialized discourses and disciplines. Theoretical approaches, investigations and authentic materials have been considered to claim that the language of tourism is a specialized discourse.

Key words – specialized tourism discourse, language for special purposes, genres, syntactic and lexical features.