

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБДИСКУРСОВ ЭКСКУРСИОННОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРОВ ПУТЕВОДИТЕЛЯ И ЭКСКУРСИИ)

Статья написана при финансовой поддержке РГНФ/РФФИ и Администрации Томской области в рамках научного проекта № 15-14-70004.

Описываются взаимодействия субдискурсов в рамках экскурсионного дискурса. Рассматривается экскурсионный дискурс как сложный дискурс, активно взаимодействующий с другими дискурсами. Экскурсионный дискурс выступает в качестве дискурса высокого порядка, поглощающего и трансформирующего другие дискурсы, в соответствии с целью конкретного коммуникативного воздействия. Функциональная обусловленность коммуникации в рамках экскурсионного дискурса ведет к разному оформлению единого набора судискурсов в жанре экскурсии и путеводаителя.

Ключевые слова: экскурсионный дискурс; речевые жанры; субдискурс; дискурс высокого порядка; жанр путеводаителя; жанр экскурсии.

Одной из актуальных проблем дискурсивного анализа является вопрос взаимодействия дискурсов [1–5]. В центре внимания исследователей оказались отношения субдискурсов в составе дискурса высшего порядка, коммуникативные стратегии, используемые в дискурсах высшего порядка и др. Описан, например, дискурс научно-популярного медицинского журнала, являющийся дискурсом высокого порядка, включающего в себя такие субдискурсы, как медицинский, научный, научно-популярный, публицистический, рекламный [6]. Исследуются особенности взаимодействия рекламного, научного и образовательного дискурсов, присутствующих в текстах рекламных буклетов вузов, и разделы «Абитуриентам» корпоративных сайтов вузов [7].

Экскурсионный дискурс, в свою очередь, еще не описывался как поле междискурсивного взаимодействия. Обслуживая просветительские и ценностно-формирующие цели [8], экскурсионный дискурс пользуется информацией, «хранящейся» в разных дискурсах. Он является пространством, объединяющим рекламный, педагогический, научный и другие дискурсы, циркулирующие в экскурсионной среде. Исследование особенностей отношений и перегруппировки дискурсов позволяет вычлнить механизмы дискурсивного взаимодействия, обуславливающие создание цельной картины мира экскурсионного дискурса.

Экскурсионный дискурс понимается нами как тип речевого поведения субъекта в сфере экскурсионной деятельности, ориентированный на информативную установку, сочетающий в себе информирующие и оценочные векторы естественного языка и других семиотических систем. Ввиду сложной природы дискурса, выступающего в качестве транслятора информации, мы можем говорить о взаимодействии разного порядка [9–11]: как о взаимопроникновении дискурсов, так и субдискурсивных включениях в экскурсионный дискурс.

Цель статьи – описать взаимодействие субдискурсов экскурсионного дискурса на материале жанров путеводаителя и экскурсии.

Материалом исследования послужили:

– диктофонные записи из личной коллекции автора в количестве 5 часов;

– экскурсии в письменной форме, предоставленные Томским областным музеем им. Шатилова, в количестве 50 тыс. знаков;

– видеозапись экскурсии, полученная с помощью мобильного айтрекера, в количестве 5 часов;

– печатные путеводители в количестве 200 тыс. знаков.

Экскурсионный дискурс по своей природе является сложным дискурсом, открытым для проникновения других дискурсов. Он активно взаимодействует с научным, политическим, педагогическим и другими дискурсами. Экскурсионный дискурс «подчиняет» другие дискурсы и формирует особое представление о фрагменте картины мира, «окрашенное» в нужный для адресанта цвет, комментируя и изменяя ту реальность, которая уже отражена в субдискурсах. Принципиально важно, что экскурсионный дискурс переструктурирует и адаптирует информацию из других дискурсов для последующей трансляции. Он невероятно богат содержательно за счет поглощения им диктумного содержания тематических и институциональных дискурсов, на базе которых формируется коммуникативное пространство экскурсионного дискурса. Функционирующие таким образом дискурсы рассматриваются как субдискурсы, входящие в более крупное дискурсивное образование [12]. Поглощение и переструктуризация дискурсов сопровождаются появлением дискурса «более высокого порядка» [14. С. 53–55], образованного на основе множества исходных типов дискурсов (архитектурного, исторического, политического, юридического, наивного и др.), в трансформированном виде [13–15]. Субдискурс является компонентом, составляющим информационное поле экскурсионной коммуникации. Каждый субдискурс, таким образом, представляет отдельную тему с множеством текстов, отсылок, цитат, знаков и т.д. [6]. Взаимодействие субдискурсов в текстовом пространстве дискурса ведет к созданию новой комбинации субдискурсов в каждом жанре экскурсионного дискурса.

Жанр экскурсии является сложным жанром, выполняющим ценностно-формирующую и информационную функцию, где автор-экскурсовод выступает с позиции большей информированности и является ме-

диатором познания экскурсанта. Жанр путеводителя представляет собой письменную модификацию жанра экскурсии, где адресантом является автор текста путеводителя, а адресатом – его читатель. В рамках экскурсионного дискурса жанры решают разные задачи, коммуникативной целью жанра экскурсии являются передача актуальной информации и актуализация ценностей, в жанре путеводителя адресант не только транслирует информацию и актуализирует ценности, но и активно «эксплуатирует» их для привлечения адресата к посещению места, описанного в путеводителе, и таким образом, выступая в роли «продавца» и формируя особую ситуацию общения. Адресант жанра «путеводитель» в первую очередь при формировании текста решает задачу, где ему требуется привлечь внимание и заинтересовать адресата предлагаемым продуктом.

Оба жанра обращаются к одному и тому же набору дискурсов и пользуются одинаковым набором коммуникативных стратегий, в том числе теми, что отработаны в рамках рекламного дискурса. Однако на этапе реализации этих стратегий жанры обнаруживают различия, обусловленные разным функционалом жанров. Так, в жанре путеводителя в первую очередь используются рекламные, а не информирующие стратегии. Например, описывая город, оба жанра обращаются к историческому и архитектурному дискурсам, по-разному используя их информационный потенциал. В жанре экскурсии адресант делает акцент на фактологической составляющей своей речи: **«Город был заложен в IX ст. на порогах реки Влтавы. Отсюда происходит название – Прага, т.е. город, построенный на порогах. IX век считается периодом, когда, по мнению археологов, на этом месте возникла резиденция рода Пршемысловичей, основанная князем Борживым. Знакомство с Прагой начинают с Градчан – квартала, где в былые времена проживали чешские дворяне»**, в то время как в жанре путеводителя акцент сделан на привлекательных сторонах этого места: **«Сегодня площадь окружена кольцом исторических и архитектурных памятников: дворцы в стиле ренессанс и барокко, известные пивные, кофейни, винные погребки. Множество мест для отдыха и развлечений. Шедевр пражского барокко – церковь Святого Микулоша...»**. Такого рода смещение акцента обусловлено различиями в задачах жанров.

В жанре экскурсии автор подчеркивает уникальность города и страны (посредством лексем «сказочный», «чудесный»), актуализируя историко-культурные доминанты – имена правителей, географическое положение; в то время как в жанре путеводителя он упоминает названия мест и архитектурных стилей, чтобы показать самобытность этого места. Также адресант перечисляет места, которые может посетить адресат: **«дворцы <...> пивные, кофейни, винные погреба»**, номинируя последние как **известные**, а следовательно, рекомендуемые к посещению. Автор в одном ряду упоминает исторические и архитектурные памятники и места отдыха, поскольку основная задача путеводителя – дать подробную информацию для удовлетворения познавательных интересов адресата и «разжигания» его интереса к конкретному месту. Од-

новременно с этим жанр экскурсии более научен, текст экскурсии наполнен терминами и нацелен на создание законченного представления об объекте. Отметим, что экскурсионный дискурс, пересекаясь в этом с педагогическим, тяготеет к научному знанию и вследствие этого к научному дискурсу. Адресант транслирует в адаптированном виде научную информацию неподготовленному адресату.

Экскурсионный дискурс имеет очерченный набор субдискурсов, который перестраивается для каждого речевого жанра, субдискурсы могут добавляться, убираться и переформировываться в соответствии с темой, которая обусловлена коммуникативной целью адресанта или целевой аудиторией. Вследствие этого набор субдискурсов комбинируется в зависимости от того, кому будет предназначаться конечный текст и для какой цели его будут использовать.

1. Цели коммуникации. Несмотря на то что жанры путеводителя и экскурсии имеют общую информативно-оценочную цель, они выполняют разные функции с точки зрения конечной цели коммуникации. Так, в тексте в жанре экскурсии, посвященном теме «Турция», можно выделить множество подтем: «История», «Архитектура», «Политика» и др., каждая из которых фактически обслуживается самостоятельным субдискурсом: **«История собственно Турции началась лишь в XI в., когда тюркские племена пришли в Малую Азию и создали здесь свое государство, постепенно подчинившее весь полуостров и множество соседних земель...»**. Цель адресанта в этом случае состоит в донесении информации, в создании целостной картины, когда говорящий связывает подтемы в цепь, как бы «нанизывая бусы на нить» исторического дискурса. В данном случае исторический дискурс выступает в качестве модели с пустыми слотами, которая наполняется информацией в зависимости от цели коммуникации в каждом отдельном жанре. Так, жанр путеводителя имеет более развлекательную направленность и фокусируется на описании достопримечательностей Турции: **«29 мая 1453 года султан Мехмед II Фатих переименовал город в Истамбул <...>. Подавляющее большинство достопримечательностей Стамбула находится в округах, расположенных по берегам Босфора и...»**. В приведенном фрагменте адресант обращается к тому же архитектурному дискурсу для создания привлекательного образа объекта, но наполняет модель исторического дискурса другой информацией. В жанре экскурсии в фокусе внимания адресанта находится историческое событие само по себе, в жанре путеводителя же оно выступает в качестве контекста, общего фона для описания достопримечательностей, являющихся основным объектом описания.

Адресант обращается к историческому дискурсу не только за фактами, как в жанре экскурсии, но и за «приманкой» для туристов, в качестве которой может выступать как интересная история: **«В представлении завистливых европейцев жизнь султана в гареме была подобна мусульманскому раю, где властелин не жил в объятиях сотен гурий одновременно»**, так и высказывание знаменитого писателя: **«Как писал Бродский: существуют места, где история неизбеж-**

на, как дорожное происшествие, – места, чья география вызывает историю к жизни. Таков Стамбул, он же Константинополь, он же Византия. Спявший светофор, все три цвета которого загораются одновременно».

Таким образом, функции отдельного жанра обуславливают набор субдискурсов, тип информации и ее оформление для речевых произведений этого жанра. Отметим, что исторический субдискурс является наиболее частотным для экскурсионного дискурса ввиду некоторой ретроспективности экскурсионной коммуникации, формирующей модель реальности и наполняющей её информацией из других дискурсов: *«По распоряжению Юстиниана I (527–565) в городе даже построили дворец и общественные бани на источниках. <...> Социальные и экономические нововведения Юстиниана еще больше укрепили силу и политический вес Константинополя».*

2. Целевые аудитории. Целевая аудитория тоже играет свою роль в формировании конечного набора субдискурсов. Характеристики этой аудитории являются одним из факторов, влияющих на конечный вид текста. В роли адресата выступает либо один человек, либо группа экскурсантов, разная по своему составу в гендерном, социальном и возрастном планах, заинтересованная в получении информации. Разнообразие целевой аудитории ведет к различиям в содержательной части текста. Адресант может по-разному оформить рассказ об одном и том же объекте, может уменьшить объем информации по одним объектам, увеличивая его по другим, для того чтобы подстроиться под уровень аудитории и цели конкретного коммуникативного воздействия. Пласт же основной информации остается практически неизменным, снабженным только какими-либо специфичными пояснениями, перекодированным таким образом, чтобы не только дать представление о фактах реальности, но и оценку этим фактам. Например, в экскурсии по музею космонавтики для школьников автор-адресант рассказывает о строении ракеты, опираясь на научно-популярный дискурс: *«Ракета “Восток” состояла из двух частей, основной части, в которой и сидел космонавт, и ступени с топливом, которая сбрасывалась после полета»*, в то время как экскурсия для взрослых строится вокруг исторических фактов и политической ситуации: *«В 1938 г. Королев был арестован по ложному обвинению во вредительской деятельности и...».*

Мы можем заметить также разницу в лексическом оформлении речи в экскурсии для разных возрастных групп, например, экскурсионный текст для взрослых насыщен терминами и датами в отличие от экскурсии для школьников: *«В 1958–1959 гг. коллективом, возглавляемым С.П. Королевым, на базе ракеты-носителя “Спутник” была разработана трехступенчатая ракета-носитель “Восток” с ракетным блоком Е в качестве третьей ступени».* Иногда адресант использует сложную терминологию и в текстах экскурсий для младших школьников, но мы считаем это скорее речевой ошибкой, чем устойчивой тенденцией: *в этом отделе собраны не только классическая русская и зарубежная литература, книги современных*

авторов, но и ценные и редкие филологические издания, литературоведческие словари и справочники, литературные энциклопедии и критика, занимательные и познавательные книги по русскому языку. Использование специальной лексики в данном примере, возможно, говорит о нечетком целеполагании автора экскурсии и, по нашему мнению, лексемы «филологические», «литературоведческие» и другие, скорее всего, будут не понятны им в силу возраста и отсутствия специального филологического образования.

Коммуникативная цель экскурсионного дискурса – это передача идеологически выверенной информации. В дискурсе высокого порядка личностная составляющая субдискурса стирается и заменяется идеологической составляющей экскурсионного дискурса, отражающего официальную и общепринятую в социуме картину мира. Например, в качестве субдискурса юридический дискурс оставляет информационную интенцию, посредством которой происходит актуализация, например, правовых норм, действующих в определенной стране: *«Беспошлинный статус Макао обуславливает низкие цены на импортные товары»* (путеводитель). Институциональные дискурсы, такие как политический, юридический и другие, отрываются от своего «института» и также становятся лишь источником знаний о тех отношениях и нормах, которые существовали в институциональном дискурсе. Например, если в юридическом дискурсе коммуникация скована иерархическими отношениями, подкрепленными законами, где один участник является агентом, а второй – клиентом этой системы, то в рамках экскурсионного дискурса, во-первых, ситуация характеризуется такими отношениями, где за одним из участников закреплена роль пассивного слушателя, а за вторым – более информированного медиатора познания, а во-вторых, законы государства являются уже не регуляторами этой коммуникации, а только диктумным наполнением дискурса, зафиксированным в тексте: *«До оформления страховых документов узнайте подробности об условиях наступления страхового случая, лимите покрытия и прочих пунктах договора»* (путеводитель). Коммуниканты не становятся напрямую участниками юридического взаимодействия, а только носителями информации, наблюдающими за ситуацией общения в рамках юридического дискурса как бы со стороны. Отметим, что экскурсионная коммуникация функционирует вне рамок закрепленного института и нормы оформления коммуникации являются результатом социальной конвенции, в которой роли закрепляются путем договора перед началом коммуникации.

Таким образом, «собственные интенции» субдискурсов подавляются экскурсионным дискурсом, который превращает их зачастую только в хранителей фактуальной информации, вырывая их из привычного контекста и рассматривая их лишь как набор текстов, посвященных какой-либо теме. Так, текст экскурсионного дискурса выступает в качестве совокупности тематически соотнесенных текстов, организованных в соответствии с целью коммуникации.

Не представляется возможным выделение «чистых» субдискурсов в рамках экскурсионной комму-

никации. Тематическое развертывание в ходе коммуникации ведет к тому, что субдискурсы взаимодействуют, и, например, архитектурный дискурс почти всегда переплетен с историческим дискурсом: «Здесь сохранился колониальный стиль и находятся наиболее известные здания, построенные преимущественно в XVIII веке...» (экскурсия), к которому может примешиваться религиозный: «Значительно большее влияние на облик города оказала готика. Под влиянием идей монашеского нищенствующего ордена цистерцианцев в это время были построены церкви Мария-ам-Гештаде, Аугустинкирхе и Миноретенкирхе, а также собор СВ. Стефана в его теперешнем виде»; политический: «При императоре Франце Иосифе, с 1860 г., Вена начинает превращаться в современную метрополию <...>. Растущая метрополия становится политическим, торговым и культурным центром», и другие дискурсы.

Таким образом, смешение дискурсов, формирующих коммуникативное пространство экскурсии, приводит к образованию особой экскурсионной картины мира, содержащей в себе ключевые концепты, диктумное содержание и ценности этих дискурсов, и порождает новую, «переработанную» картину мира: «Обратите внимание, что между лапами у льва – Царевна Лебедь. Это, наверное, некоторая метафора того, как мы – нынешнее поколение, бережно храним культурное наследие прошлых поколений, в частности Пушкина. А соседний лев хранит белочку, которая ест орешки, ядра чистый изумруд» (видеоэкскурсия).

Здесь мы видим, как адресант, рассказывая о памятнике во время экскурсии, цитирует строчку из Пушкина «ядра чистый изумруд», обращаясь таким образом к другим дискурсам, «заставляя» их взаимодействовать для достижения цели коммуникативного воздействия. Так, адресант выстраивает интертекстуальную среду и обращается к прецедентному тексту с помощью аллюзии, смешивая архитектурный и литературный дискурсы, и вплетает их в общий рассказ о

городе. Такое обращение к другим дискурсам позволяет адресанту наполнять экскурсию необходимой информацией, создавать «трехмерную картину» объекта, выстраивая продуктивную ситуацию коммуникации, и одновременно отсеивать ту информацию, которая не нужна для достижения цели. Отметим, что введение субдискурсов в коммуникацию происходит посредством использования коммуникативных стратегий.

Итак, потребность в обращении к разным подтемам в рамках одного текстового образования требует обращения к разным субдискурсам, а тематическое единство связывает субдискурсы в дискурс высокого порядка. Целостное же представление об объекте формируется путем развертывания темы во времени, где каждая подтема обслуживается отдельным субдискурсом или комбинацией нескольких. Дискурс имеет четко очерченный набор основных субдискурсов, где адресант оформляет и комбинирует их в соответствии с характеристиками целевой аудитории и целью коммуникации. Выполняя информирующую функцию, дискурс поглощает диктумное и ценностное содержание тематических дискурсов, перестраивает его удобным для понимания образом, отрывая дискурсы от своего окружения и воспринимая их как хранилище информации. Адресант дискурса отсекает или, наоборот, добавляет подробности, «оценивая» информацию и смешивая ее с информацией из своих субдискурсов. Адресант экскурсионного дискурса обращается к тем текстам, которые существуют в рамках самостоятельных дискурсов, и «вытягивает» из них ту информацию, которая необходима для коммуникации в данный момент, пользуясь для этого набором коммуникативных стратегий и тактик. В рамках экскурсионного дискурса субдискурсы взаимодействуют и не опознаются как отдельные дискурсивные образования. Таким образом, экскурсионный дискурс выступает в качестве открытой системы, которая, выполняя цель донесения информации, поглощает и перерабатывает разные дискурсы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Косицкая Ф.Л. Письменно-речевые жанры рекламного дискурса моды в аспекте межъязыковой контрастивности (на материале французских и русских каталогов моды) : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. 269 с.
2. Силантьев И.В. Текст в системе дискурсивных взаимодействий // Критика и семиотика. Новосибирск, 2004. Вып. 7. С. 98–123.
3. Силантьев И.В. Газета и роман : риторика дискурсивных смещений. М. : Языки славянской культуры, 2006. 222 с.
4. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Ин-т языкознания РАН ; Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
5. Эмер Ю.А. Праздничный дискурс : когнитивно-дискурсивное исследование // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2011. № 4. С. 53–68.
6. Костяшина Е.А. Дискурсивное взаимодействие в текстовом пространстве научно-популярного медицинского журнала : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2009. 232 с.
7. Денисова Н.В. Рекламные жанры научно-образовательного дискурса : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2008. 207 с.
8. Лиханов М.В. Экскурсионный дискурс: к модели описания // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 404. С. 5–14.
9. Горина Е.В. Тематическое преобразование – структурная особенность Интернета // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2014. Вып. 3 (49). С. 164–171.
10. Горина Е.В. Дискурсивная модель интернета // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург, 2015. № 2 (138). С. 22–30.
11. Тубалова И.В. Полифонический текст в устных личностно-ориентированных дискурсах : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2015. 539 с.
12. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине : по ту сторону знания, власти и сексуальности. М. : Касталь, 1996. 448 с.
13. Серно П. Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. М. : Прогресс, 1999. 415 с.
14. Чернявская В.Е. и др. Дискурс // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М. : Флинта ; Наука, 2003. 696 с.
15. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса : сб. науч. тр. ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. СПб., 2001. С. 11–22.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 20 января 2017 г.

INTERACTION OF SUBDISCOURSES IN EXCURSION DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF EXCURSION AND TRAVEL GUIDE GENRES)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2017, 415, 12–16.

DOI: 10.17223/15617793/415/2

Maxim V. Likhhanov, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: maximus.minimus@mail.ru

Keywords: excursion discourse; speech genres; subdiscourse; high-order discourse; travel guide genre; excursion genre.

This article discusses the interaction of subdiscourses within excursion discourse which acts as a high-order discourse absorbing and transforming other discourses in accordance with the purpose of a specific communicative situation. The necessity to handle different sub-themes within the same text formation requires resorting to different subdiscourses, while the unity of a global theme binds subdiscourses in a high-order discourse. A full picture of the object is formed by the evolution of the theme in time, where each sub-theme is served by a separate subdiscourse or by a combination of several ones. Discourse has a clearly defined set of core subdiscourses, where the addresser prepares and combines them according to the characteristics of the target audience and the purpose of communication. Diversity of communicative aims within excursion discourse leads to a different design of subdiscourses in each of the two genres: the excursion genre, and the genre of travel guide. The purpose of the guide in the excursion genre is to transmit accessible knowledge and create a complete world view, where sub-themes are chained like beads on a string of historical discourse. The travel guide genre in turn has an intentional nature, where the combination of information and affective functions forms a kind of “bait” and serves to attract the addressee to a city, a resort or a museum. 2) The target audience is an important factor in the organization of the subdiscourse set and the actual shape of the final text. Bearing in mind the characteristics of the audience, the addresser can arrange their speech on one object differently. They can reduce the amount of information for one object and increase it for another one to adjust to the audience perception level. But the core information remains largely untouched, except for probably minor changes in the details and emotional tone. Having a purpose to give new information, discourse absorbs the dictum and axiological content of thematic discourses, reconstructs it in easy-to-understand manner, isolating the discourses from their environment and perceiving them as a repository of information. Discourse omits or, vice versa, adds details, “assessing” information and mixing it with the information from their subdiscourses. The addresser refers to texts which exist in independent discourses, and makes use of the information that is necessary for a present communicative situation, using a set of communicative strategies and tactics for that. Subdiscourses interact and are not recognized as separate discursive formations, being part of excursion discourse. Thus, excursion discourse is an open system which, aiming to convey information, absorbs and processes different discourses.

REFERENCES

1. Kositskaya, F.L. (2005) *Pis'menno-rechevye zhanry reklamnogo diskursa mody v aspekte mezh'yazykovoy kontrastivnosti (na materiale frantsuzskikh i russkikh katalogov mody)* [The writing-speech genres of fashion advertising discourse in interlingual contrastive aspect (on the material of French and Russian fashion catalogs)]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
2. Silant'ev, I.V. (2004) *Tekst v sisteme diskursnykh vzaimodeystviy* [Text in the system of discursive interactions]. In: *Kritika i semiotika – Critique and Semiotics*. 7. pp. 98–123.
3. Silant'ev, I.V. (2006) *Gazeta i roman: ritorika diskursnykh smesheniy* [The newspaper and the novel: the rhetoric of discourse transfusions]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
4. Sheygal, E.I. (2000) *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Volgograd: Peremena.
5. Emer, Yu.A. (2011) Festive discourse: a cognitive-discursive study. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 4. pp. 53–68. (In Russian).
6. Kostyashina, E.A. (2009) *Diskursivnoe vzaimodeystvie v tekstovom prostranstve nauchno-populyarnogo meditsinskogo zhurnala* [Discourse interaction in the text of the popular scientific medical journal]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
7. Denisova, N.V. (2008) *Reklamnye zhanry nauchno-obrazovatel'nogo diskursa* [Advertising genres of scientific and educational discourse]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
8. Likhhanov, M.V. (2016) Excursion discourse: on the model of description. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 404. pp. 5–14. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/404/1
9. Gorina, E.V. (2014) Thematic transformation – a structural feature of the Internet. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 3 (49). pp. 164–171. (In Russian).
10. Gorina, E.V. (2015) *Diskursivnaya model' interneta* [Discourse model of the Internet]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. 2 (138). pp. 22–30.
11. Tubalova, I.V. (2015) *Polifonicheskiy tekst v ustnykh lichnostno-orientirovannykh diskursakh* [Polyphonic text in oral personality-oriented discourses]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
12. Foucault, M. (1996) *Poryadok diskursa* [The order of discourse]. In: Foucault, M. *Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksual'nosti* [Will to truth: Beyond knowledge, power and sexuality]. Translated from French by S. Tabachnikova. Moscow: Kastal'.
13. Seriot, P. (1999) *Kvadratura smysla. Frantsuzskaya shkola analiza diskursa* [The area of sense. The French school of discourse analysis]. Translated from French. Moscow: Progress.
14. Chernyavskaya, V.E. et al. (2003) *Diskurs* [Discourse]. In: Kozhina, M.N. (ed.) *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka* [Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian language]. Moscow: Flinta; Nauka.
15. Chernyavskaya, V.E. (2001) *Diskurs kak ob'ekt lingvisticheskikh issledovaniy* [Discourse as object of linguistic research]. In: Chernyavskaya, V.E. (ed.) *Tekst i diskurs. Problemy ekonomicheskogo diskursa* [Text and Discourse. Problems of economic discourse]. St. Petersburg: SPbSUEF.

Received: 20 January 2017