

Матеріалом даного дослідження послужили романи-путешествие наиболее популярных представителей современной немецкой литературы путешествий. В процессе анализа изучен образ автора в представленных произведениях и установлены типичные формы повествования в романе-путешествие. В статье также уделяется внимание понятиям «авторская картина мира», «авторская позиция», «авторское сознание», «авторская рефлексия», «адресант художественного текста», которые являются неотъемлемой частью понятия «образ автора». В ходе изучения художественных произведений немецких авторов-путешественников установлено, что наиболее часто используемой формой повествования является повествование от 1го лица единственного числа, поскольку именно она отличается наибольшей степенью субъективности и отражает авторское отношение к изображаемому. В перспективе дальнейшего рассмотрения и исследования данной темы целесообразно изучить и сравнить типологию повествователя в современном украинском романе-путешествие, определить общее и отличительное в типологии повествователя в романе-путешествие XXI века.

Ключевые слова: образ автора, повествователь, постмодернистский роман, роман-путешествие, роман в новеллах, роман-дневник, путешествие

УДК 811.112.2`42

Iryna Gaman
(Kiew)

KONTEXTUELLE EINBETTUNG DER TEXTSORTE «ZOOFÜHRER»

Комунікативно-прагматичний підхід до розгляду тексту передбачає аналіз не лише його внутрішньої структури (одиниць змісту тексту та лексико-граматичних засобів), а й екстралінгвальних чинників, які мають безпосередній вплив на створення тексту та його специфічні ознаки. Основними екстралінгвальними чинниками виступають сфера діяльності та комунікативна ситуація. Серед елементів останньої вирізняємо комунікативну мету, предмет комунікації, адресанта, адресата та додаткові умови комунікації. На прикладі німецькомовних путівників по зоопарку, які досі не були об'єктом наукових досліджень, розглядаються сфера діяльності, а також адресант та адресат у різний час існування путівників по зоопарку. Адресантами текстів путівників по зоопарку виступають директори, куратори зоопарку або ж особа «поза зоопарком», а адресатами – (потенційні) відвідувачі зоопарку. Оскільки путівники по зоопарку належать до сфери позафахової комунікації, яка охоплює передачу фахового знання зацікавленій публіці, є текстами-трансферами і спрямовані на зменшення різниці в обсягах знання між учасниками комунікації, вони розміщуються відразу у декількох сферах, а саме у сфері науки (приналежність сигналізується фаховою лексикою з області зоології та географії, яка, проте є зрозумілою для більшості адресатів, викладом матеріалу для реципієнтів не з фахового середовища – пояснення, «прямі» та «приховані» дефініції, унаочнення – екземпліфікація, метафоризація, порівняння), у сфері дозвілля (зміст путівників, дистанціювання від буденності) та є невід'ємною складовою інституції «зоопарк» поряд з «конкуруючими» типами текстів (журнали, газети, флаєри, книги, брошури, гіпертексти, вхідні квитки, річні звіти). Путівник по зоопарку є однією з перших форм типу тексту путівник, що вимагає його детального вивчення.

Ключові слова: путівники по зоопарку, сфера діяльності, адресант, адресат, наукова сфера, тексти-трансфери

Einleitung. Die Produktion und Rezeption von Texten gehört zu den alltäglichen Handlungen. Man ist von Texten umgeben und die Orientierung im Textuniversum erfolgt durch die Identifizierung eines Textes als ein zu einer bestimmten Textsorte (TS) gehörendes Exemplar anhand von Merkmalen, die für diese TS spezifisch sind. Eine richtige Zuordnung ist dank der kommunikativen Erfahrung möglich, die zum Wissen über TS nach dem Schema „Text Y situiert sich in der Situation X und hat die Merkmale A, B, C... → gehört zur Textsorte Z“ führt. Beim Textverfassen benutzt man abhängig von der kommunikativen Aufgabe einen mehr oder weniger standardisierten Textaufbau und eingeschliffene sprachliche Formulierungen, weil sie das Textsortenwissen beim Rezipienten präsupponieren. Die Vertrautheit mit dem situativen Kontext, in den der Text eingebettet ist, hilft auch in komplizierten Fällen (z.B. wenn sich Werbung als ein reiner Informationstext gibt) bei der Erkennung der TS und ihrer Funktion. Der Grad der Vertrautheit mit der TS hängt von den sozialen Rollen ab, die der Kommunizierende in unterschiedlichen kommunikativen Situationen einnimmt. Zum Beispiel setzt man sich als Dozent an der Universität intensiv mit den TS des Wissenschaftsbereichs (Dissertation, Forschungsbericht, Gutachten usw.) auseinander, als Patient nimmt man Beipackzettel, Aufklärungsbögen, Krankenscheine u.Ä. wahr, als Fahrgast rezipiert man Fahrpläne, Fahrkarten, evtl. Zollbestimmungen und als Fußballfan Spielberichte, Reportagen zum Spiel usw. Es gibt hochfrequentierte TS, mit denen man fast täglich umgeht: E-Mail, Kontoauszug, Kaufzettel, Texte der Massenmedien. Dem Rezipienten sind zwar viele Textsortenbezeichnungen bekannt, von den Bestandteilen einiger Textsorten hat er aber gar keine oder nur vage Vorstellungen, weil er in den entsprechenden gesellschaftlichen Bezugsbereichen nicht (sprach)handelt. (So kann ein Mensch ohne juristische bzw. wirtschaftliche Ausbildung über inhaltliche Blöcke von internationalen Verträgen und deren Sequenzierung nur Vermutungen anstellen.)

Meine Untersuchung ist nun einer TS gewidmet, die wenig Beachtung bei den Rezipienten findet, obwohl die Institution und das Umfeld, auf die sie sich bezieht, allgemein bekannt und vielen vertraut ist. Im Gegensatz zu Reiseführern, deren Charakteristik keine Schwierigkeiten bereiten wird, hat sich eine genaue Vorstellung von Zooführern als TS nicht etabliert und so erweist sich deren Präsenz für viele als Überraschung. Die meisten Zoos geben regelmäßig Zooführer heraus (in der Regel alljährliche Neuausgaben), obwohl sich seit den 2000er Jahren immer stärker die Tendenz zum Verzicht auf Zooführer zugunsten der Platzierung von Informationen auf Internetseiten oder auf Apps für Smartphones abzeichnet.

Forschungsstand. Zooführer waren noch nie Gegenstand wissenschaftlicher Forschung. Einige Zooführer werden neben anderen Schriftquellen für die Widerspiegelung außersprachlicher Wirklichkeit analysiert („Tiere und Menschen als Exoten – Exotisierende Sichtweisen auf das ‚Andere‘ in der Gründungs- und Entwicklungsphase der Zoos“ von Utz Anhalt (2006), „Gefühlswelten im Zoo – Eine Emotionsgeschichte 1900-1945“ von Nastasja Klothmann (2015)). Vom Biologen und Zoonhistoriker Dr. Harro Strehlow stammen kurze populäre Aufsätze über die Berliner Zooführer „Schauerliches von der Schleiereule“ „Gorilla Bobby auf dem Titelblatt“ „Die Führer des Berliner Aquariums“, in denen äußere Gestalt wie Format, Seitenzahl, Abbildungen sowie inhaltliche Grundelemente beschrieben werden. Das Forschungsdesinteresse an Zooführern als Textsorte lässt sich insbesondere dadurch erklären, dass es sich im Fall der Zooführer um ein freies Forschungsfeld handelt. Deswegen wurden Anknüpfungspunkte zunächst in Forschungen zur nächstliegenden Textsorte, den Reiseführern, gesucht. Dabei stellte sich jedoch heraus, dass die einschlägigen Arbeiten auf die Analyse der Darstellung anderer Kulturen fokussieren (kulturwissenschaftliche Perspektive, Inhaltsanalyse): Vgl. Popp H. (1994): Das Marokkobild in den gegenwärtigen deutschsprachigen Reiseführern; Steinacher S. (1995): Das Frankreichbild in deutschen Reiseführern – das Beispiel der Provence; Wetzel H. (1994): Von Riedesel zu DuMont. Das Bild Siziliens in den deutschen Reiseführern; Kluck N. (2009): Wohnt da nicht Frau Antje? Stereotype in Niederlande-Reiseführern; Agreiter M. (2003): „Mad King Ludwig“, „Père Rhin“ und „Foresta Nera“. Das Deutschlandbild in englisch-, französisch- und italienischsprachigen Reiseführern. Nur in wenigen Fällen werden Reiseführer mittels textanalytischer Ansätze ausgewertet (vermittelte Inhalte, Sprache und Stil, extrasprachliche Merkmale wie Autorenschaft

und Rezipienten), wobei dann auch ihre Einordnung in die Reiseliteratur (literaturwissenschaftliche Aspekte) und praktische Fragen nach den Kriterien eines „idealen“ Reiseführers sowie die nach den Erwartungen von Produzenten und Rezipienten an die Merkmale eines Reiseführers eine Rolle spielen (angewandte Kulturwissenschaft, Tourismus): Vgl. Fandrych Christian/Thurmair Maria (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht; Pretzel, Ulrike (1995): Die Literaturform Reiseführer im 19. und 20. Jahrhundert. Untersuchungen am Beispiel des Rheins; Gorsemann, Sabine (1995): Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern; Wagner, Antonia Maria (2012): Der literarische Reiseführer. Textsorte und Verlagsobjekt; Helsper Alette (2014): Gibt es den idealen Reiseführer? Theorie und Praxis, untersucht am Beispiel eines Reiseführers für die Stadt Norden. Wenn schon die Forschungslage zu den Reiseführern ziemlich dünn ist, so kann es kaum verwundern, dass spezifischere Textsorten wie z.B. die Zooführer in der Forschung noch mehr vernachlässigt werden.

Pragmatische Einbettung der Zooführer. Die vorliegende Arbeit konzentriert sich bei der Analyse der Zooführer auf die kommunikativ-situativen Faktoren, insbesondere werden Handelsbereiche, in denen sich die Zooführer situieren und die Emittent-Rezipient-Konstellation behandelt. Bei den Zooführern als wissensvermittelnder Textsorte handelt es sich um einen Teilbereich der fachbezogenen Kommunikation, der „den Transfer von professionellem Wissen zu einer interessierten, betroffenen Öffentlichkeit umfaßt“ [5, S. 563]. Es liegt die übliche Situation vor, in der ein Wissensunterschied zwischen Kommunikationspartnern durch fachexternen Transfer reduziert/aufgehoben werden muss. Fachexterne Kommunikation erweist sich als Massenkommunikation, bei der eine Mehrfachadressiertheit vorhanden ist [5, S. 564]. Der Autor eines Zooführers wird namentlich erwähnt:

1) Auf der ersten Seite unter dem Titel, ggf. mit Partizipialkonstruktion: *Führer durch den Zoologischen Garten Berlin (herausgegeben/bearbeitet) von ..., wissenschaftlichem Direktor*; oder 2) am Ende des Buches im Impressum, eingeleitet durch das Lexem „Text“ und Doppelpunkt: *Text (und wissenschaftliche Bearbeitung):...* In der Regel werden heutzutage die Texte von den Kuratoren des Zoos verfasst und vom Zoo-Direktor autorisiert. Der Zoo kann auch eine externe Person mit der Abfassung des Textes beauftragen (z.B. Leipziger Zooführer, 1883, von Georg Westermann, Schriftsteller und Privatgelehrter, der auch statistische Beiträge zum Tierbestand vorbereitete; die Zooführer des Erlebnis-Zoos Hannover werden seit 2005 von der Park Scout Redaktion, also nicht vom Zoo selbst publiziert). Alle Zoo-Mitarbeiter können sich dem Autorenteam anschließen, indem sie z.B. Fotos der Zootiere im Zooführer (mit Namenangabe) publizieren lassen. Die ersten Zooführer wurden mit hoher Frequenz herausgebracht (z.B. Leipziger Zooführer, 15. Auflage 1886 – 23. Auflage 1887), was jedoch bald als Ausnahme gilt, da gewöhnlich eine Ausgabe pro Jahr erscheint (beim Zoo Hannover wurden im Zeitraum 1949-2012 33 verschiedene Ausgaben aufgelegt). Zooführer können dem Aktualitätsanspruch nicht gerecht werden, da im Zoo zwischen der vorherigen und der neuen Auflage bzw. zwischen dem Produktions- und dem Rezeptionszeitpunkt viel passiert (Veränderungen im Tierbestand, Renovierung von Gebäuden, die daher für Besucher nicht zugänglich sind usw.). Um die Folgen der Raum-Zeit-Diskontinuität zu eliminieren wurde auf solche Gegebenheiten explizit hingewiesen: *Sollte das eine oder andere im Führer aufgeführte Tier an der darin angegebenen Stelle nicht zu finden sein, so ist dasselbe entweder nicht mehr im Garten vorhanden, oder an eine andere Stelle gebracht worden; Änderungen in der Besetzung der Gehege und Käfige sind aus betriebstechnischen Gründen vorbehalten.*

Als Rezipienten kommen in erster Linie Zoo-Besucher in Frage. Im 19. Jahrhundert gehörten dazu neben fachmännischen Zoologen auch Lehrer der Naturkunde, Tier- und Naturfreunde, studentische Jugend, Kinder und flanierende Bürger, die sich eher für die anderen Zoo-Besucher interessierten und „sehen und gesehen werden“ wollten [4, S. 47]. Die Kaufentscheidung beeinflussten das Vorwissen und das Interesse an weiteren zoologischen Informationen, die man im Zooführer finden konnte. Heutzutage fungieren als potentielle

Rezipienten der Zooführer vor allem Touristen (Nicht-Einheimische, die zum ersten Mal den Zoo besuchen), Mitglieder des Zoofreunde-Vereins und Zooführersammler.

Zooführer treten in vermittelnder Stellung zwischen verschiedenen Kommunikationsbereichen auf. Die Inhalte des Zooführers stellen das Resultat von wissenschaftsspezifischen Handlungen („Eruieren, Erfassen und Beschreiben von Phänomenen“) dar [3, S. 703]. Die Informationen können ursprünglich aus wissenschaftlichen Texten (zoologischen Monographien) stammen; sie werden dennoch für den Laien mittels zusätzlicher Erklärungen, Definitionen, Exemplifizierung usw. als populärwissenschaftlicher Text speziell aufbereitet. Die Zugehörigkeit zum Kommunikationsbereich „Wissenschaft“ wird vor allem durch Fachsprachlichkeit signalisiert: Zoologie (lateinisch), Bezeichnung der Tierarten, Tierkörperteile wie *Gehörnauslage* oder *Haftzehe*, Beschreibung von Prozessen im Körper, von Fähigkeiten usw. mittels fachlicher Ausdrücke wie *Brutbiologie*, *Bekoten der Beine*, *Beutespektrum*, *Verknöcherung* und Geografie (Nennung geographischer Räume als Herkunftsgebiet eines Tieres). Es wird auch vorausgesetzt, dass die zoologischen Angaben den Kriterien Klarheit, Genauigkeit und Wahrheit entsprechen, die für wissenschaftliche Texte typisch sind.

Zooführer erweisen sich als eine der konstituierenden Textsorten des Kommunikationsbereichs „Institution Zoo“, was insbesondere durch einen expliziten Hinweis (Name eines Zoos, ggf. mit dem Logo) ausgedrückt wird. Als Parallel-TS sind zu erwähnen: Sonderhefte, Zeitschriften vom Zoo bzw. des Zoofreunde-Vereins, Zeitungen und Zeitungsbeilagen, Zoobücher (herausgegeben anlässlich wichtiger Ereignisse wie der Zoo-Jubiläen), diverse Flyer und Faltblätter (häufig mit einem Plan auf der Rückseite) mit Informationen zu Attraktionen, zum Artenschutz und zu Patenschaften, Broschüren (10-30 Seiten) zu brisanten Themen (bedrohte Tierarten), Gehegeschilder und Tafeln mit weiterführenden Informationen, Hypertexte auf der Internetseite und Zoo-Jahresberichte. Viele von diesen TS liefern im Gegensatz zum Zooführer aktuelle Informationen oder präsentieren bestimmte Inhalte aus den Zooführern in ausgedehnter Form bzw. heben ausgewählte Sachverhalte hervor. Die Zooführer stehen in Konkurrenz zu anderen Informationsangeboten direkt im Zoo (interaktive Stationen, Informationstafeln, permanente und temporäre, u.U. laufend aktualisierte Ausstellungen usw.), die sie überflüssig machen. Daher weisen Zooführer seit den 1990er Jahren die Tendenz zur Informationsverdichtung auf; der Gesamttext enthält Subtexte, die durch graphische Mittel voneinander abgegrenzt werden, was dem Rezipienten eine nicht-lineare Wahrnehmung ermöglicht.

Von vielen Besuchern wird der Zoo in erster Linie nicht als Belehrungs-, sondern als Vergnügungsort angesehen, an den man hohe Erwartungen bezüglich der Unterhaltung und des Erlebniswertes stellt. Um die Ansprüche der Besucher zu erfüllen und wirtschaftlich profitabel zu sein, muss der Zoo als Raum für Außeralltägliches, Nicht-Gewöhnliches und Einzigartiges auftreten [6, S. 55]. Der Zooführer ist also eine Textsorte, auf die im Interaktionsrahmen der Freizeitgestaltung zurückgegriffen wird (vor, während und nach dem Zoobesuch). Die „Distanzierung“ vom Alltag wird in den Zooführern durch Inhalte (Thematisierung von Tieren, die als Hauptattraktion gelten, bzw. Erlebnissen unterschiedlicher Art wie Showfütterungen, Tierkindergarten etc.; Sinneserfahrungen wie Löwenbrüllen, Farbenpracht der Vögel, Düfte der Tiere und den Besuch künstlich geschaffener Anlagen, sog. Themenwelten, die die natürlichen Lebensräume von Tieren/Pflanzen darstellen) und sprachliche Textgestaltung (Gebrauch interesseerweckender Ausdrücke, z.B. lexikalischer Einheiten mit der semantischen Komponente „exotisch, selten“, Adjektive im Superlativ, nonverbale Mittel wie drei Punkte, Ausrufezeichen usw.) signalisiert.

Einordnung der Zooführer in das Textsortensystem. Die Stellung der Zooführer im Textsortenfeld (die Textsorten eines Kommunikationsbereichs) wurde oben kurz erläutert und es stellt sich die Frage nach der Bestimmung ihrer Position in Hinblick auf andere Textsorten. Adamzik definiert die Textsorte als „Klasse von Texten, die in Bezug auf mehrere Merkmale spezifiziert sind, die also auf einer relativ niedrigen Abstraktionsebene stehen“. Der Text gehört zu einer TS, wenn er auf mehreren Ebenen für diese TS typische Merkmale aufweist (Kommunikationsbereich, Funktion, Thema, sprachliche Gestaltung und Layout) [1, S. 16]. Viele

Textsortenbezeichnungen stellen ein Kompositum dar, in dem das Bestimmungswort auf den bestimmten Weltausschnitt referiert und dadurch zur Spezifizierung der TS beiträgt. Brinker zufolge werden die Text(sorten)klassen aufgrund der Funktion aktiviert (Funktion wird dabei als dominierendes Kriterium auch bei der Textsortenbeschreibung betrachtet). Die Textsorten können durch kontextuelle und thematische Merkmale voneinander abgegrenzt werden [2, S. 140, 146]. In unserem Fall stellen Zooführer eine „Ableitung“ bzw. Spezifizierung der grundlegenden Textsorte „Führer“ dar, in dem informative und instruktive Funktionen ko-dominieren. Zooführer eines einzelnen Zoos unterscheiden sich von solchen „Special-Interest-Reiseführern“ wie Wander-, Museums- oder Sportführern, weil hier nicht mehrere ähnliche Standorte eines Landes/einer Stadt vertieft bzw. im Vergleich dargeboten werden. Im Zooführer wird ein einzelnes Objekt (Zoo) aus unterschiedlichen Perspektiven (Geschichte, Tierbestand / Stationen / Attraktionen, Gartenordnung) betrachtet; die Reise (real oder imaginär) erfolgt durch einen Zoo. Der Zoo wird daher zum Pendant des Landes bzw. der Stadt im Reiseführer. Es gibt aber eine Textsortenvariante, nämlich die Zooführer mit Informationen zu den Zoos in Deutschland (und häufig auch im benachbarten Ausland), die den Spezial-Reiseführern zugeordnet werden kann. Der Rezipient eines solchen Zooführers unternimmt eine „Reise“ durch die deutschen Zoos, indem er über deren Besonderheiten informiert wird, um ggf. einen/mehrere Zoos in der Realität zu besuchen. Solche Zooführer werden nicht nur zum Zweck der Information, sondern auch als Werbemittel für die Zoos konzipiert.

Schlussfolgerungen. Zooführer fungieren als populärwissenschaftliche Texte, in denen zoologisches Wissen (biologische Angaben zu den Tierarten) vermittelt wird. Sie situieren sich daher im Kommunikationsbereich „Wissenschaft“ und werden als eines der konstituierenden Elemente des Bezugsbereichs „Institution Zoo“ im Rahmen der Freizeitgestaltung rezipiert. In der Regel treten als Autoren der Texte die Kuratoren und Direktoren des Zoos auf (in einigen Fällen werden mit dieser Aufgabe externe Organisationen beauftragt). Das Interesse an den Zooführern ist vor allem bei den Touristen (Erstbesuchern), Mitgliedern des Zoofreunde-Vereins und Zooführersammlern zu verzeichnen. Da das erste Exemplar auf das Jahr 1799 datiert (Zooführer der Menagerie Schönbrunn), gelten die Zooführer als eine der ältesten Erscheinungsformen der Textsorte „Führer“. Es wäre angebracht, die Anfänge anderer Typen von „Führern“ (Hotelführer, Führer durch Naturkundemuseen und Theater) zu ermitteln, da die von ihnen gemeinten Institutionen in derselben Epoche wie die Zoos entstanden sind.

LITERATUR

1. Adamzik, Kirsten. Textsorte – Texttypologie. Eine kommentierte Bibliographie. – Münster: Nodus, 1995. – 301 S.
2. Brinker, Klaus. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8. neu bear., erw. Aufl. – Berlin: Schmidt, 2014. – 188 S.
3. Heinemann, Margot. Textsorten des Bereichs Hochschule und Wissenschaft. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik, Ein internationales Handbuch. – Berlin: de Gruyter (1. Halbband), 2000. – S. 702-710.
4. Hochadel, Oliver. Im Angesicht des Affen. Die Besucher des Tiergartens im 19. Jahrhundert. In: Nessel, Sabine/Schlüpmann, Heide (Hg.): Zoo und Kino. Mit Beiträgen zu Bernhard und Michael Grzimeks Film- und Fernseharbeit. – Frankfurt am Main/Basel: Stroemfeld, 2012. – S. 29-49.
5. Möhn, Dieter. Textsorten und Wissenstransfer. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik, Ein internationales Handbuch. – Berlin: de Gruyter (1. Halbband), 2000. – S. 561-574.
6. Steinkrüger, Jan-Erik. Thematisierte Welten: Über Darstellungspraxen in Zoologischen Gärten und Vergnügungsparks. – Bielefeld: Transcript, 2013. – 348 S.

Iryna Gaman

CONTEXTUAL FACTORS OF THE GENRE «ZOO GUIDE»

Pragmalinguistic approach to the consideration of the text involves an analysis of not only its internal structure (units of the content of the text and lexical-grammatical means), but also of its extralinguistic factors that have a direct influence on the creation of the text and its specific

features. The main extralinguistic factors are the sphere of activity and the communication situation. Among the elements of the communication situation we distinguish the communicative purpose, the subject of communication, the addressant, the addressee and the additional conditions of communication. As an example, the sphere of activity as well as the addressant and recipient at different times of existence of the German zoo guides, which have not yet been the subject of scientific research, were examined. The addressants are directors, curators of the zoo or the person "outside the zoo", and as addressees act the (potential) visitors to the zoo. Since the zoo guides belong to the communication, which covers the transfer of professional knowledge to the interested public, are transfer-texts and aimed at reducing the difference in knowledge between the participants of the communication, they are placed in several spheres at once, namely in the sphere of science (the affiliation is signaled by a professional vocabulary in the field of zoology and geography, which, however, is clear to most recipients, the specific presentation of material for lay people – explanations, definitions ("direct" and "hidden"), illustration – exemplification, metaphorization, comparison), in the sphere of leisure activities (the content of the zoo guides, distancing from the everyday life) and are an integral part of the «zoo institution» together with «competing» texts (magazines, newspapers, flyers, books, brochures, hypertexts, entrance tickets, annual reports). The fact, that zoo guides appear as one of the first forms of genre «guide», required its detailed analysis.

Key words: zoo guides, sphere of communication, the producent, the addressee, sphere of science, transfertexts

Ирина Гаман

КОНТЕКСТУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ЖАНРА «ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ЗООПАРКУ»

Коммуникативно-прагматический подход к рассмотрению текста предусматривает анализ не только его внутренней структуры (смысловых единиц текста и лексико-грамматических средств), но также экстралингвистических факторов, которые имеют непосредственное влияние на создание текста и его специфические признаки. Основными экстралингвистическими факторами являются сфера деятельности и коммуникативная ситуация. К элементам последней принадлежат коммуникативная цель, предмет коммуникации, адресант, адресат и дополнительные условия коммуникации. На примере немецких путеводителей по зоопарку, которые еще не были объектом научных исследований, рассматриваются сфера деятельности, а также адресант и адресат в разное время существования путеводителей. Адресантами текстов путеводителей по зоопарку могут быть директор, кураторы зоопарка или лица «вне зоопарка», а адресатами – (потенциальные) посетители зоопарка. Поскольку путеводители по зоопарку принадлежат к сфере коммуникации, которая охватывает передачу научных знаний заинтересованной публике, являются текстами-трансферами и направлены на уменьшение разницы в объеме знаний между участниками коммуникации, они расположены в нескольких сферах: в сфере науки (принадлежность сигнализируется научной лексикой в области зоологии и географии, которая понятна для большинства адресатов, изложение материала для реципиентов не с научной среды – объяснения, «прямые» и «скрытые» дефиниции), наглядность – экзemplификация, метафоризация, сравнения), в сфере досуга (содержание путеводителей, дистанцирование от обыденности) и являются неотъемлемой частью институции «зоопарк» вместе с остальными «конкурирующими» типами текстов (журналы, газеты, флаеры, книги, брошюры, гипертексты, входные билеты, годовые отчеты). Путеводитель по зоопарку рассматривается как одна из первых форм типа текста «путеводитель», что требует его детального изучения.

Ключевые слова: путеводители по зоопарку, сфера деятельности, адресант, адресат, научная сфера, тексты-трансферы