

ЕТНОЛИНГВИСТИЧНИ ЕЛЕМЕНТИ НА ТУРСКАТА КУЛТУРА В ТУРИСТИЧЕСКИЯ ДИСКУРС

Неврие Чуфадар

ETHNOLINGUISTIC ELEMENTS OF TURKISH CULTURE IN TOURISM DISCOURSE

Nevrie Chufadar¹, Shumen University, Bulgaria

<https://doi.org/10.46687/JHIO2653>

Abstract: *The modern era of intensive communication between people is characterized by the growth of the realization of specific communicative tasks through certain texts aimed at communicating and receiving certain information through language. The texts in these cases become mediators between communicators, while at the same time representing a source of information. One of these areas is tourism discourse. The present study is an attempt to discover some ethnolinguistic elements of Turkish culture in tourist discourse such as names of tourist sites associated with legends and names of foods typical of Turkish cuisine. Specification of the concepts of ethnolinguistics, tourism and discourse, the place of ethnolinguistic elements of Turkish culture in tourism discourse and speech influence and interaction of communicants in close connection with practical human activity in tourism discourse.*

Key words: *ethnolinguistics, tourist discourse, folklore, language and communication*

Етнолингвистиката (А. С. Герд, А. М. Копиленко, Н. И. Толстой, Хавилант и др.) е област от лингвистиката, която изучава връзката между език и култура, характерните знаци в езика на дадена етническа група (език, култура, церемонии, ритуали и др.) начина, по който различните етнически групи възприемат света и връзката на езика с колектива, културата и човешкото поведение. Според Н. И. Толстой за етнолингвистиката „е съществено разглеждането не само и не толкова на отражението на народната култура, психологията и митологичните представи в езика..., колкото конструктивната роля на езика и неговото въздействие върху формирането и функционирането на народната култура, народната психология и народното творчество (Tolstoy, 1997, p. 315). Етнолингвистиката разглежда езика и обществото от гледна точка на националното многообразие.

¹ Assoc. prof. Nevrie Chufadar, PhD, is a lecturer at the Department of Turkish language and literature, *Konstantin Preslavsky* University of Shumen, Bulgaria. Her interests are in the field of Turkish folklore, history of Turkish culture, theory of communication and ethnolinguistics. Email: n.chufadar@shu.bg

Copyright © 2023 Nevrie Chufadar



This open access article is published and distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Основател на руската етнолингвистична школа Никита Илич Толстой, полага основите на ключовите понятия и методологическите подходи към систематични етнолингвистични изследвания. Школата е насочена към проблематиката на реконструкция на старославянската духовна култура въз основа на данни от езика, фолклора, религиозните представи и обреди, интересува се от въпросите за символите в езика и културните кодове и категории (Tolstoy, Tolstaya, 2013). Руските етнолингвисти обръщат внимание на различни области на духовната култура: календарната и семейната обредна традиция, демонологията, символиката на растенията, животните и други теми, които могат да се разглеждат не само в границите на един език, народ и култура, но и в целия спектър от славянски и неславянски езици, формиращи различни ареали (Jenyuhova, 2017, p. 181).

За Кузнецов етнолингвистиката е направление в езикознанието, изследващо езика в неговото отношение към културата (Kuznetsov, 1990, p. 597), а според Филкова (Filkova, 2004) в етнолингвистиката изследванията се ограничават в рамките на материалната култура, бита, нравите, обичаите на етноса, на народа, на създателя и носителя на съответния език и култура (Dimitrova, 2008).

Етнолингвистиката като млада научна дисциплина борави в научноизследователската среда с понятията етническа принадлежност, народ, език и култура в най-широкия смисъл на думата. Езикът като културен феномен и средство за общуване се използва в контекста на всяка нация в единство с традиционната ѝ духовна култура (обичаи, обреди, вярвания, словесен фолклор), както и с всички обекти и елементи на материалната ѝ култура. Модерните етнолингвистични изследвания до известна степен прилагат и по-широко дефинирания предмет на етнолингвистиката, като не приемат за изходна точка само традиционната народна култура и език и извеждат на преден план понятието „езикова картина на света“. Съдържанието на това понятие не се ограничава само в рамките на изследване на комуникацията на равнището на фолклорни текстове, но в синхронен и диахронен аспект интензивно преминава в комуникационното пространство на отделните пластове на съвременния книжовен език. Предметът на етнолингвистиката не се свежда само до народния език, фолклора или народната култура, а включва всички разновидности на езика, включително книжовния, в рамките на целия спектър на историческото и синхронното проучване (Bartmiński, 2016, p. 33).

Направени са много проучвания, свързани с проблемите на туризма в икономиката, в журналистиката, в концептологията и ономастиката. Текстовете, свързани с общуването в сферата на туризма, също привлякоха внимание и бяха разгледани с лингводидактически, лингвокултурологични цели. Въпреки това дискурсът на тази сфера като етнолингвистично явление все още не е обект на комплексни специализирани изследвания.

Туризмът в класическия смисъл е пътуване с цел отдих и развлечение. Той може да се разглежда и като стопански отрасъл, който обслужва туристическата дейност. Понятието произлиза от френската дума „tour“ (обиколка).

Има различни дефиниции на понятието туризъм през годините от различни автори – основоположници на туристическата теория - Вилхелм Моргенрот дава едно от първите определения през 1927 г., следван от Артур Борман (1931 г.), Роберт Глюксман (1935 г.), Ханс Позер (1939 г.), Курт Крапф и Валтер Хунцикер (1942 г.), Георг Валтершпийли (1956 г.), Паул Бернекер (1962 г.), Фридрих Вагнер (1970 г.) и др. Всички дефиниции, които дават, позволяват да се открият: всички доброволно осъществявани от индивида пътувания от постоянното му местожителство с изключение на тези до основното работно място; съвкупност от три основни компонента: динамичен (пътуване), статичен (пребиваване) и синтезиращ (резултат от взаимодействието на първите два); обмен на дейности; съвкупност от всички организации и институции, които участват в обслужването на туриста; специфична индустрия, призвана да създава продукти (блага, услуги, стоки) за задоволяване на потребностите на индивида; икономическо, социално-културно, здравно и психологическо явление и др.²

Понятието „дискурс“ е латинско по произход и идва от думата *discursus*, която означава „бягане напред-назад“. В английския е достигнала като *discourse* със следните значения: словесна обмяна, разговор; общуване; проповед; умозаклучение и др. В българския понятието е възприето от английския и с него се означава следното: слово; словесен израз на мисълта; способност за разбиране, процес на създаване на текст, в турския понятието има почти същото значение: *söylem, söyleyiş, söyleniş, sesletim, telaffuz* – изказ, изговор, израз, слово, дискурс, изказване, произношение; *Bir veya birçok cümleden oluşan, başı ve sonu olan bildiri, tez* – Изказване с начало и край, състоящо се от едно или много изречения, теза.

Дискурс – това е свързан текст в съвкупността с екстралингвистични – прагматични, социокултурни психологически и други фактори; текст в събитийен аспект, разглеждан като целенасочено социално действие, като компонент, който участва във взаимодействието между хората и механизмите на тяхното съзнание (когнитивни процеси). Дискурс – това е реч, „потопена в живота“. Затова терминът „дискурс“ за разлика от термина „текст“ не се използва за древните текстове, връзките на които с живота на хората пряко не се реконструират. Понятието е важен термин в семантиката, лингвистиката, антропологията и етнографията, културологията, феминизма, постмодерните теории и анализ, литературния анализ, историята на изкуството и идеите.

Най-общо дискурс в социалните науки следва насоките и идеите на добилите известност през 60-те години идеи на Мишел Фуко и обозначава

2 Лекции по икономика: <https://www.bg-ikonomika.com/2012/11/22.html/>.

начините на мислене и границите, дефиниращи какво може да бъде казано и какво не. Терминът дискурс служи да означаи специализираното знание, което се ползва в комуникационния акт (Diskurs, 2023).

На практика обаче се среща и изразът писмен дискурс (както и писмен текст), т.е. и текст, и дискурс се използват за всяка завършена езикова цялост, устна или писмена, с определено комуникативно предназначение.

В лингвистичната литература се изследват политическият, дипломатическият, административният, правният, военният, педагогическият, религиозният, спортният, научният, сценичният, медицинският, бизнес, рекламният и масово-информационен и др. видове дискурс. Терминът “туристически дискурс“ означава реч, която се реализира в институционалните ситуации на общуване в предметната област на туризма.

Услугите и стоките в туризма се нуждаят от висока информативност. Във връзка с това в сферата на туризма активно се използват разнообразни дискурсивни жанрове: брошура, проспект, справочник и др. Туристическият дискурс изпълнява преди всичко информативна функция и, наред с това, свързаната с нея - убеждаваща функция.

Подборът и предаването на информацията, нейната оценка се осъществяват така, че да могат най-пълно да информират адресата на съобщението и като резултат да го убедят в необходимостта да купи предлагания продукт или услуга, т.е. туристическият дискурс да има рекламен характер.

Туристическият дискурс – това е особена разновидност на рекламния дискурс, която обединява различни видове реклама на туризма и е насочена към позиционирането и предлагането на туристическите услуги чрез стратегиите на аргументацията с лингвокогнитивен характер. Туристическият дискурс включва в себе си един или няколко текстови компоненти, функционално свързани помежду си и имащи определени екстралингвистични параметри. Прагматичната насоченост на текстовете се свежда към създаването на атрактивните образи на една или друга програма. Например като екзотичните дестинации и обекти в Турция: Истанбул – Кулата Галата, Крепостта Топкапъ, Дворецът Долмабахче, Света София, Синята джамия, Сюлеймание джамия, Манастир Хора, Къз Кулеси (Момина кула) и др., Куш адасъ (Птичи остров), Ефес, Храма на Артемида, Къз Куму (Момин пясък), Анталия – Триумфалната арка, Перге, Аспендос и др., Памуккале, Невшехир, Гьореме и Югруп в Кападокия, Мардин, Диярбакър и др.

Ако сравним туристическия с рекламния текст, то има формулен характер, свързан с определена последователност на неговите елементи. Най-разпространената формула на реклама (AIDA) включва в себе си 4

елемента, подредени последователно: attention (привличане на вниманието на адресата), interest (пробуждане на интереса към рекламирания продукт), desire (пробуждане на желанието за притежаване на стоката), action (подбуждане към необходимото действие). Използвайки тази формула може да се осъществи по-голямо разпространение и оттам повече продажби на туристическия продукт.

При анализа на туристическия дискурс може да се забележи, че вниманието на адресатите се привлича от създадените атрактивни названия на една или друга туристическа дестинация (*Muhteşem İstanbul* – Великолепния Истанбул, *Mavi Yolculuk* – Синьо Пътешествие, *Denizli'de Bembeyaz Travertenler Diyarı – Pamukkale* – Земята на белите травертини в Денизли–Памуккале³, *Diyarbakır kalesinin muhteşem 82 burcu* – Великолепните 82 бастиона на крепостта Диарбакър, *Türkiye'nin incisi – Antalya* – Перлата на Турция – Анталия, *Mistik Kapadokya* – Мистичната Кападокия, *Nevşehir – Antik Krallıkta Yaz* – Лято в древното царство Невшехир, *Kız Kumu - Doğa ile denizin buluştuğu yer* – Къз Куму – Там, където природата среща морето, *Manyetik Mardin* – Магнетичният Мардин, *Taş şehir Mardin* – Каменният град Мардин, Внушителният манастир „Мор Габриел“ – „Свети Гавраил“ и т.н.) и използването на изображения, картинки и снимки. В този случай се наблюдава една съществена разлика на туристическия дискурс.

Докато рекламата предлага не винаги отговарящи на интелектуалния и духовния потенциал на купувача изображения и текстове, то в туристическия дискурс се предлагат обекти, които са проверени от времето, предизвикват интерес у хора с високи духовни нужди, например скални църкви, стари крепости, катедрали, исторически и археологически музеи, разнообразието на стоките и храните и т.н. Интересът към рекламния продукт се подкрепя с рекламно-информационни текстове, които обикновено представляват хипертекст. Един от компонентите на дадения дискурс е съкратен текст, който представя мненията на туристите, посетили определена дестинация, хотел, отзиви за екскурзии и т.н.

Често туристическият дискурс се реализира под формата на хипертекст – когато неговите единици не са представени в линейната последователност, а като система от посочените възможности за преходи, връзки между тях. Като следваме тези връзки, можем да прочетем материалите в различна последователност и да образуваме различни линейни текстове. Обикновено се започва от търсенето и рекламните линкове, с които се сблъсква потребителят. По-нататък хипертекстът води към описанието на една или друга програма, която има свой албум, видеофилми, информация за туристическата фирма и нейните служители, линк за въпроси и отговори и др.

³ Името на Памуккале е дадено заради белотата, причинена от калциевия карбонат, съдържащ се във водата.

Приложени са няколко текста, в които е описана планината Немрут (Nemrut Dağ) с интересни названия: *Немрут – гробницата на боговете*, *Немрут – Божествената планина*, *Турски „Олимп“ – каменни глави на боговете в Немрут Даг*, *Анадола – митичната планина Немрут* и др⁴.

Nemrut Dağ (Планината Немрут)

Немрут или Нимрод (на турски: Nemrut Dağı) е планина с височина 2134 метра, разположена в близост до върховете Анкар в Анатолия, на 60 km от Адъяман в Югоизточна Турция. Забележителна е с откритата при върха гробница, датираща от I век пр.н.е. Царят на Комагена Антиох I Теос⁵, който управлява между 69 и 36 г. пр.н.е., построил своята гробница, заобиколена от статуи, високи 9 метра, изобразяващи както самия него, така и божества, възплътени в глава на орел или лъв. Главите на статуите са били отстранени от телата и разпръснати из местността. По следите, оставени по главите, се предполага, че те са отстранени умишлено по време на иконоборството. В култов надпис Антиох декларира, че е построил мястото за вековете и идните поколения като благодарност към боговете и своите предшественици. Гробницата е била открита през 1881 година от германския пътен инженер Карл Зестер. Негово дело са единствените направени до днес археологически разкопки.⁶

През 1987 година планината Немрут е включена в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО.

Планината Немрут

Планината Немрут е невероятна природна забележителност, увенчана с част от историята на Турция, което я прави и една от най-важните исторически забележителности. Върхът на планината е висок 2150 м и от него се открива впечатляваща гледка към заобикалящата я планинска верига Таурус. Върхът на планината е мавзолей и е осеян с издълбани каменни глави на богове като Аполон, син на Зевс, и Хелиос, богът на Слънцето. Планината и нейните каменни глави са достъпни само през лятото, тъй като през останалата част от годината са покрити с тежък сняг и лед.⁷

„Немрут е най-изумителното място за посрещане на изгрева“.

Немрут е едно от най-изумителните места за посрещане на изгрева. Впрочем залезът също е впечатляващ от 2134 м височина. Планината, включена в Списъка на световното културно наследство на UNESCO през 1987 г., винаги е била популярно място за хора от цял свят. До началото на ноември 222 000 туристи са посетили Немрут и мавзолея на цар Антиох I, увенчал един от най-високите върхове на планинската верига Източен Таурус в югоизточна Турция.⁸

4 <https://bg.wikipedia.org/wiki/Немрут>, <http://pochivka.com...>, <https://loyal-travel.com...> - Митичната планина Немрут, <https://www.trt.net.tr>, <https://bg.sumytourism.com/exploring-mount-nemrut>, <https://www.mistralbg.com/zabelejitelnosti-turcia/planinata-nemrut>.

5 Антиох е син на цар Митридат I Калиник от арменската династия Оронтиди и селевкидската принцеса Лаодика, дъщеря на Антиох VIII Грюпос и Трифайна Клеопатра, дъщеря на египетския цар Птолемей VIII. <https://bg.wikipedia.org/wiki/Комагена>

6 [https://bg.wikipedia.org/wiki/Немрут_\(планина\)](https://bg.wikipedia.org/wiki/Немрут_(планина)).

7 <https://www.mistralbg.com>

8 <https://profit.bg/nemrut-e-nay-izumitelnoto-myasto-za-posreshtane-na-izgreva>.

За предизвикване на желание да се закупи туристическият продукт голяма роля играе и фолклорът, особено легендите, свързани с туристическите обекти. В <https://loyal-travel.com> са описани следните легенди за планината Немрут⁹:

- **Християнската легенда за Немрут**

Трябва да се каже, че тази древна област на Мала Азия е населявана с хора още от добиблейски времена. Тайнствената планина Немрут е покрита с множество легенди. В Библията се разказва за човек с горд и упорит нрав, чието име е Нимрод. Той решил да построи Вавилонската кула – огромна постройка с височина до небесата, за да стигне по този начин до Бога. Но той не успява да стори това и Господ разделил народите, хората започнали да говорят на различни езици и престанали да се разбират един друг.

- **Ислямската легенда за Немрут**

Митологията на исляма разказва друга история – че Нимрод е бил враг на Ибрахим (библейския Авраам) и искал да унищожи Авраам. Казва се също, че след разрушаването на Вавилонската кула Нимрод не се успокоил и се опитвал да стигне до високите небеса в сандъче с впрегнати в него четири орела.

- **Арменската легенда за Немрут**

Арменските легенди разказват за това, че Немрут е бил цар от далечни земи, дошъл да завладее Армения. Непокорният нрав на този човек го накарал да построи на върха на планината висок дворец. От кулите горделивецът решил да убие Бога с лък и стрелял в небето. В същия този миг земята се разтворила и Немрут и неговият дворец пропаднали в пропастта, а на дъното на пропастта останало езеро.

Повечето от туристическите дестинации в Турция като крепости, езера, планини и някои селища са свързани с легенди, които привличат вниманието и интереса на туристите. И това до голяма степен се дължи на текстовете, които в днешно време са достъпни по интернет сайтовете, а също така и книжките, проспектите и брошурите за туристическите дестинации.

Например легендата за *Kız Kulesi* (Момина кула), *Kız Kumu Plajı* (Плаж Момин пясък) и легенди, свързани с езерата и планините *Balıkli Göl* (Рибното езеро), *Nemrut Dağı* (планината Немрут) и др. впечатляват туристите със своята история и легенди.

- **Легенда за Kız Kulesi (Момина кула)**

Сред туристическите символи на град Истанбул е т.нар. Момина кула (*Kız Kulesi*)

Тя е разположена в Азиатската част на Истанбул върху малък остров, разположен край Салачак, в частта на Босфора, близо до Мраморно море. Преди много време кулата е била фар и важен пост за наблюдение. През

⁹ <https://loyal-travel.com/blog/destinacii/mitichnata-planina-nemrut-2439.html/>

2000 г. кулата е ремонтирана и сега разполага с кафене и ресторант. От Юскудар и Кабаташ има корабчета, с които може да се посети островът. С историческото си минало и прекрасната си гледка Момина кула е една от местата, които се посещават от туристите в Истанбул.

Съществуват много легенди, свързани с кулата, една от тях е популярна.

Живее един султан, на когото му се родила чудно красива дъщеря. Малко след раждането ѝ предrekli, че момичето ще загине на 18 години. За да предпази чедото си, султанът наредил изграждането на тази кула на сред морето. В деня, когато тя навършила пълнолетие, султанът ѝ изпратил кошница с плодове (грозде) без да знае, че на дъното ѝ се е настанила отровна змия. Момичето загива на място. Кулата е наречена в нейна памет¹⁰.

Султанът наредил да направят железен ковчег и го поставил над входната врата на Света София. Слуховете, че змията не е оставила принцесата сама след смъртта ѝ, са оцелели до наши дни. Все още се говори, че на този ковчег имало две дупки¹¹.

• Ислямската легенда за *Balıkgöl* (Рибното езеро)

Balıkgöl (Рибното езеро) (двете езера: *Ayn-i Zeliha – Halil-Ür Rahman* (Айн-и Зелиха и Халил-Юр Рахман), тези две езера, разположени в югозападната част на центъра на град Шанлъурфа и за които се смята, че пророка Ибрахим е бил хвърлен в огъня, са митологично свещени за ислямския свят с рибите (шарани) и историческите артефакти, около Шанлъурфа е едно от най-посещаваните исторически места в Турция.

Когато пророк Ибрахим започва да се бори с жестокия владетел на времето Немрут (вавилонски владетел) и идолите, почитани от неговия народ, и защитава идеята за един бог, той е хвърлен от хълма в огъня от Немрут, където е крепостта на днешна Шанлъ Урфа. През това време Аллах отправя заповед към огъня „О, огън, бъди хладен и безопасен за Ибрахим“. При тази заповед огънят се превръща във вода, а дървото се превръща в риба. Ибрахим попада здрав в розова градина. Мястото, където паднал Ибрахим, е езерото Халил-Юр Рахман. Според легендата Зелиха, дъщерята на Немрут, също вярва в Ибрахим и скача след него. Езерото Айн-и Зелиха се е образувало там, където е паднала Зелиха¹² (превод мой).

• Християнската легенда за *Balıkgöl* (Рибното езеро)

Въпреки че *Balıkgöl* днес се идентифицира с ислямската митология, историята на християнството също има две различни легенди, свързани с региона *Balıkgöl*. Но в легендата чудесата са свързани с Исус, а не с Ибрахим/Авраам.

¹⁰ <https://zelensviat.com/%Do%BC%Do%BE%Do%BC%Do%B8%Do%BD%Do%Bo%Do%BA%D1%83%Do%BB%Do%Bo-kiz-kulesi/>

¹¹ <https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/kiz-kulesinin-hikayesi-i-kiz-kulesi-efsaneleri-i-kiz-kulesi-ne-zaman-yapildi,EUQjhH4HJEGS7leT9boLrA/UQ4lDoQaHUuySMRXcUKcbQ>

¹² <https://tr.wikipedia.org/wiki/Bal%C4%B1k%C4%B1g%C3%B6l>

Според разказите на епископа на града Абгар V, който управлявал между 13-50 г. сл.н.е. в Осроенското царство (Горна Месопотамия), живял по същото време с Исус, се разболял от проказа. Цар Абгар чул, че Исус изцелявал болните, но тъй като бил болен, не могъл да посети Йерусалим, града в който живеел Исус. Царят изпратил помощника си Ханнах в Йерусалим и поканил Исус в Едеса. Ханнах също така е бил и художник. Пристигайки в Йерусалим, Ханнах се опитал да нарисува Исус, но не успявал. Разбирайки това, Исус измил лицето си и потрил с кърпа. Лицето на Исус чудодейно се гравирало върху кърпата. Ханнах се върнал в Едеса с тази кърпа (свещена кърпа) и писмо. Потърквайки лицето си с кърпата, цар Абгар се възстановил по чудо¹³ (превод мой).

• **Легенда за Kız Kumu Plajı (Плажа „Момински пясък“)**

Плажът „Момински пясък“ е плаж на пътя към Орхание в община Мармарис, област Мугла. Известен е с това, че създава усещането за разходка в средата на морето поради 600-метровата плитка зона, широка 3 метра, простираща се като потънала пътека в средата на залива. В края на пътеката, състояща се от червени пясъци, има статуя, изобразяваща принцесата, която е дала името на плажа Kız Kumu. Нивото на водата се увеличава при приближаване до статуята. В средата на залива има остров, руините на острова принадлежат на древния град Бибасос (Bybassios).

Според легендата красивата принцеса, дъщеря на краля на Бибасос, и един рибар се влюбват. През нощта принцесата се измъква до плажа и се среща с рибаря. Тя посочва мястото с лампа в ръка, където чака за срещата, а когато рибарят види светлината тръгва към мястото на срещата с лодката си. Когато кралят научава, че дъщеря му тайно се среща с рибаря през нощта, той една нощ изпраща войниците си след принцесата. Когато момичето слиза на плажа и запалва лампата, войниците я хващат. Войниците продължават да размахват маслената лампа, за да хванат рибаря. Принцесата се освобождава от ръцете на войниците и започва да бяга към морето. Тогава се случва чудо; всяка нейна стъпка в морето се превръща в пясък, а войниците, които тичат след нея, потъват в морето. Когато момичето пристига до рибаря, един войник изстрелва стрелата си към момчето. Стрелата уцелва принцесата, а не рибаря, и тя умира. Водата се обагря в червено от кръвта ѝ. Плажът свършва там, където тя умира. Младият мъж взема принцесата, убита от стрелата, и изчезва с лодката си и никой повече не чува нищо за тях¹⁴ (превод мой).

Предизвикване на желанието да се закупи туристическият продукт се осъществява и чрез други елементи, например отзиви на потребителите и комуникацията между тях. Комуникацията в рамките на туристическия сектор е многостранна и национално специфична, което очевидно обяснява липсата на значимо концептуално развитие на неговите прагматингвистични основи. Изборът на конкретен начин за предаване на информация, убеждение, предизвикване на желание у туриста чрез изразяване на мисли и чувства се определя от социалната ситуация, време и състояние на видовете комуникации в туристическия дискурс.

13 <https://tr.wikipedia.org/wiki/Bal%C4%B1kl%C4%B1g%C3%B61>,

14 https://tr.wikipedia.org/wiki/K%C4%B1z_Kumu_Plaj%C4%B1

Рекламата е най-важният компонент на комуникацията при продавача – туристическата фирма и потенциалните клиенти, т.к. в кратки срокове може да привлече значителен брой потребители, контактни аудитории и обществото като цяло. Рекламата има свои специфични функции в туризма: реклама на туристическите дестинации и услуги, които все още са неизвестни за потребителите; създаване на конкретни представи за непознатите все още продукти и услуги, особено в географски отдалечени места; осигуряване на бързо и лесно намиране и избор на вид туристически продукт и услуги, място и форма на туризма; въздействие с цел преодоляване на сезонните влияния върху търсенето на туристическите услуги; влияние върху свободното време на потребителите чрез предлагане на туристическите услуги.

За разлика от обикновената реклама, в мрежовия туристически дискурс може да се открие освен положителна и отрицателна информация за определена туристическа услуга и тогава потребителят може да избере този маршрут, който е представен по най-атрактивен начин и е предизвикал най-много положителни мнения и дискусии.

Например: „Мястото е невероятно и приказно, хотелът Notion Kesre Beach е прекрасен, а персоналът изключително любезен. Нивото на обслужване е много високо. И на отиване, и на връщане водачите бяха страхотни. Поздрави на целия екип! И до нови срещи! М. Н., почивка в Турция, Кушадасъ-Йоздере“ и т.н.

„Чуден град е Истанбул. Чуден е начинът, по който те грабва още като пристигнеш. Турците знаят как да посрещнат и омаят своите гости. За всекиго има по нещо, хотели по джоба на всеки, стоки, ресторанти... Т. Ф.“

Следващият елемент на туристическия дискурс е потребителят да бъде подтикнат да извърши определено необходимо за адресанта действие – т.е. да купи стоката. Затова има много линкове, които дават информация за цената на една или друга програма, получаване на виза и други данни, необходими за подготвяне на документите на туристите за пътуването, но това е друга тема за изследване.

Подобни тематични, лексикални и структурни особености на текстовете от туристическия дискурс дават основание те да се разглеждат като нов информационен жанр. Смята се, че туристическият дискурс има право на самостоятелен лингвистичен статус, защото той има своя собствена екстралингвистична основа, която определя особеностите на неговото лингвистично съществуване.

Друг интересен елемент, който се използва за привличане на вниманието на потенциалните клиенти и за създаване на привлекателни образи в туристическия дискурс, са някои храни и напитки в турската

кухня като турското кафе, чай, баклава, кюнефе¹⁵, локум, сутляч, симит, баница, гьозлеме¹⁶, шам фъстък, адана кебап, халва и др. Всяка дестинация в Турция е известна със своята кухня. Във всеки район има храни, които са специфични за определен град. Турция е средиземноморска страна с оживена култура на хранене, с възможности да отговаря на всяко предпочитание. Гастрономията има своето специално място. Много турски вкусове са възникнали от синтеза на кулинарните култури на всички хора, които са създали своя дом в Анадола по различно време, от хетите до римляните и гърците, и включително хората, дошли от трите континента.

Определяйки храната като „култура“, „националната идентичност на всяко общество“, „най-бързия начин за засилване на комуникацията и приятелството между хората“ и „носител на емоции“ храната се е превърнала в локомотивна сила на туризма. В турските поговорки има много красиви думи, които предават това преживяване. „Кафе за четиридесет години“ е предвестник на лоялност и толерантност. „Едно кафе има четиридесет години памет“ или „Нека да хапнем сладко и сладко да говорим“ изразява силата на кулинарната култура за установяване на мир и разбирателство. Кухнята е една от редките ценности, които могат да запазят своята специална позиция и в днешния глоболизиращ се свят.

В заключение може убедително да се потвърди, че мястото на етнолингвистичните елементи на турската култура, преобладаващи в турския туристически дискурс (фолклор, религиозни представи, символи и др.) е разноцветна и интересна, и включването им в атрактивните програми на туристическите дестинации и атракции, проспекти и брошури определено предизвиква интерес и най-вече съхранение на духовните и материалните културни ценности на страната и развитие на туристическия сектор.

References

Bartmiński, J. (2016). Jazyk v kontextu kultury. Dvanáct statí z lublinské kognitivní etnolingvistiky. Preklad Irena Vaňková. Praha, Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum.

Dimitrova, Г. (2008). *Lingvokulturologiyata – vremevi parametri, tseli i zadachi, obekt i predmet na izsledvane*. El. iz. LiterNet, 27.05.2008. [Димитрова, Г. (2008). Лингвокултурологията – времеви параметри, цели и задачи, обект на изследване.] https://liternet.bg/publish22/g_dimitrova/tezausyt/02.htm

15 Сиропиран десерт от кадаиф и млечен продукт подобен на обезсолен кашкавал или извара.

16 Традиционно се приготвя от тесто, като ръчно точените кори се пълнят с пълнка, която най-често е сирене или извара. Корите се гъват във формата на квадрат и се пекат на голям сач, докато по тях се получат малки черно-кафяви петна. Петната приличат на малки очи (на турски: göz), откъдето идва и името. <https://bg.wikipedia.org/wiki/Гьозлеме>.

Ferad, T. *Momina kula*. [Ферад, Т. *Момина кула / Kız kulesi*.] <https://zelensviat.com/%D0%BC%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%Bo-kiz-kulesi/>

Filkova, P. (2004) *Edinitsiysopostavitelniy lingvokulturologii. VI Mejdunarodniysimpozium "Proektiy po sopostavitelnoy izucheniyu russkovo I drugih yazykov", 1-5 iyunya*. Belgrad, Serbiya. [Филкова, П. (2004). Единици сопоставительной лингвокультурологии. VI Международнiй симпозиум „Проекты по сопоставительному изучению русского и других языков“, 1-5 июня. Белград, Сербия.]

Jenyuhova, K. (2017) *Perspektivi na etnolingvistikata v Slovakiya*, 180-185. [Женюхова, К. (2017). *Перспективи на етнолингвистиката в Словакия* (Върху примера на словашко-българското сътрудничество), 180-185.] https://ibl.bas.bg/wp-content/uploads/2017/07/Proceedings_IBL_Conference_2017_Volume_II_plain.pdf

Kuznetsov, A. M. (1990). *Etnolingvistika. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar*. Moskva: RAN. [Кузнецов, А. М. (1990). *Етнолингвистика. Лингвистический энциклопедический словарь*. Москва: РАН].

Leksii po ikonomika. (2012). 2.2. Sashtnostna karakteristika i opredelenie na turizma. [Лекции по икономика. (2012). 2.2. Същностна характеристика и определение на туризма.] <https://www.bg-ikonomika.com/2012/11/22.html/>

NTV (2023). *Kız Kulesi'nin hikayesi I Kız Kulesi efsaneleri I Kız Kulesi ne zaman yapıldı*. <https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/kiz-kulesinin-hikayesi-i-kiz-kulesi-efsaneleri-i-kiz-kulesi-ne-zaman-yapildi,EUQjhH4HJEGS7leT9boLrA/UQ4IdoQaHUuySMRXcUKcbQ>

Planinata Nemrut (2023). *Planinata Nemrut*. [Планината Немрут, 2023.] <https://www.mistralbg.com/zabelejitelnosti-turcia/planinata-nemrut>

Rusev, R. (2022). *Anadola – mitichnata planina Nemrut*. [Русев, Р. (2022). *Анадола – митичната планина Немрут*.] <https://loyal-travel.com/blog/destinacii/mitichnata-planina-nemrut-2439.html>

SumyTourism.com (2019). *Izsledvane na Planinata Nemrut*. [SumyTourism.com (2019). *Изследване на планината Немрут. Ръководство за посетители*.] <https://bg.sumytourism.com/exploring-mount-nemrut>

Tolstoy, N. I. (1997). *Etnolingvistike v krugu gumanitarniyh distsiplin. Russkaya slovestnost. Antologiya*. M.: Academia. [Толстой, Н. И. (1997). *Етнолингвистике в кругу гуманитарных дисциплин. Русская словестность. Антология*. М.: Academia.]

Tolstoy, N. I., Tolstaya, S. M. (2013). *Slavyanskaya etnolingvistka. Voprosiy teorii*. Moskva, Institutu slavyanovedeniya, RAN. [Толстой, Н. И., Толстая, С. М. (2013). *Славянская этнолингвистика: вопросы теории*. Москва: Институт славяноведения, РАН.] https://inslav.ru/images/stories/pdf/2013_Etnolingvistika_teorija.pdf