

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Особенности туристического дискурса (на материале франкоязычных путеводителей)

Тумусова Туйаара Николаевна

Студент

Якутский государственный университет им. М.К. Аммосова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Якутск, Россия

E-mail: touiaara_tms@inbox.ru

Целью данной работы является исследование языка современного туристического дискурса на материале франкоязычных путеводителей. Актуальность исследования туристического дискурса обусловлена возрастающим спросом современной индустрии туризма на разработку соответствующей продукции. Научная новизна данной работы заключается в попытке выявить особенности туристического дискурса на материале путеводителей, в частности, в создании классификация путеводителей по видам формы и содержания информации.

В настоящее время специально разработанной и научно-обоснованной классификации «путеводителей» не существует. В связи с этим мы предлагаем собственную классификацию современных путеводителей:

- *Путеводители - фотоальбомы* - это красочно оформленные подарочные издания. Во введении содержится краткая статья по истории города и тем достопримечательностям, которые даны в альбоме. Под каждой фотографией - краткое описание объекта изображения. Информация дается в малом количестве, большая направленность на визуальное восприятие;

- *Энциклопедические путеводители*: в них по каждому объекту даётся краткая энциклопедическая статья. В таких путеводителях есть даже схема туристического маршрута, нанесенная на схему города. Эти путеводители имеют достаточно большой объем, и потому не удобны для ношения с собой;

- *Экскурсионные путеводители* - это путеводители по конкретному объекту или маршруту. Они издаются в виде тоненьких брошюр. Как правило, информация предлагается одновременно на нескольких языках. В них довольно подробно рассказывается обо всех достопримечательностях в рамках одного конкретного объекта, используется большое количество карт, условных обозначений, адресов и контактной информации. Такие путеводители играют роль экскурсовода, удобны и наиболее полезны для туриста;

- *Карманные справочники* - путеводители по конкретным местам и объектам, выпускающиеся в виде проспектов, буклетов, карт. В них дается полная информация о конкретном интересующем объекте. Используется большое количество условных обозначений, маршрутов, схем и информации, касающихся данного объекта.

Для анализа туристического дискурса были рассмотрены тексты из 20 франкоязычных путеводителей по Франции. Анализ текстов позволил выявить особенности лексической, стилистической, грамматической организации туристического дискурса.

Результаты проведенной работы позволяют сделать следующие выводы:

- на основе различных определений «дискурса» введено понятие туристического дискурса в узком и широком смыслах. В широком смысле, туристический дискурс опре-

деляется как текст, включающий такие формы общения, в которых к сфере туризма относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат либо содержание сообщения. В узком смысле – это разновидность дискурса, целью которого является информирование туристов и распространение сферы туризма;

- проведен анализ путеводителей, в ходе которого выявлены грамматические, стилистические, лексические и др. средства организации туристического дискурса, позволяющие, в свою очередь, выявить особенности и характерные признаки туристического дискурса, (частое употребление местоимения «вы» и «мы» (вместо «я» или «он», «они»), выбор языка (в условиях билингвизма), так и более сложных приемов манипуляции (языковая игра, поддержка иконического составляющего, вербальные и невербальные средства создания элементов корпоративной культуры (членство в клубах, держатели карт и т.д.);

- проведенный анализ позволяет классифицировать виды путеводителей по различным категориям.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристический дискурс обладает рядом характерных ему особенностей и признаков, позволяющих выделить его в отдельный институциональный вид дискурса. Этим обусловлена острая необходимость проведения комплексного исследования туристического дискурса, классифицирования его видов с точки зрения лексической, семантической, грамматической, стилистической особенностей, а также более широко – с точки зрения прагматических установок создателей и психологии восприятия целевой аудитории.

Литература

1. Бондарко А.В. Теория значения в системе функциональной грамматики (на материале русского языка) — М.:2002;
2. Дешериев Ю.Д. Социальная лингвистика. К основам теории / - М., 1977.
3. Маслова В.А. Современное направления в лингвистике - М.: «Академия», 2008;
4. Мягкова Е.Ю. «Эмоциональная нагрузка слова: опыт психолингвистического исследования», Воронеж: изд. Воронежского ун-та, 1990
5. Погодаева С.А. К проблеме определения понятия «туристический дискурс» (на материале туристических проспектов и брошюр современного французского языка)/Филология и современное лингвистическое образование/ Иркутск, 2004
6. Реформатский А.А. Введение в языкознание - М: «Классический учебник», 2005;
7. Лингвистические исследования в конце 20в: Сб.
8. обзоров/исследований - под ред. Березина Ф.М., М.:2000;
9. Проблемы психологического дискурса: (сб) под ред. Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой – М.: институт психологии РАН, 2005;

10. Рекламно-туристический текст как особая форма коммуникации // Экологический вестник научных центров Черноморского экономического сотрудничества (приложение №3). Краснодар, 2006. С.162-166.
11. Guide Hubert de Poche. Rhone-Alpes/ Delegation tourisme/ 2006 ;
12. Michelin. France.Pneu Michelin. 1995 ;
13. <http://www.petitfute.com/>
14. <http://ru.wikipedia.org>
15. <http://www.vertikal-pechatniki.ru>
16. <http://ipk.minsk.edu.by/>