

ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПАНОЯЗЫЧНОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ

Несмотря на то что с каждым годом увеличивается число работ, посвященных туристическому дискурсу в целом, изучению путеводителя, его лингвистических особенностей уделяется мало внимания. Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Цель данной работы состоит в том, чтобы определить особенности испаноязычных путеводителей на языковом и прагматическом уровнях.

Для реализации целей были поставлены следующие задачи:

- 1) проанализировать тексты испаноязычных путеводителей;
- 2) определить коммуникативные стратегии и тактики, которые применяются в текстах испаноязычных путеводителей;
- 3) проанализировать языковые средства выразительности, которые используются для реализации коммуникативных стратегий, делая основной упор на стилистические приемы.

Материалом для исследования послужили тексты 15 испаноязычных путеводителей по Испании, а также по следующим латиноамериканским странам: Венесуэла, Перу, Чили, Аргентина, Колумбия, Мексика, Эквадор и др.

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам.

1. Прагматический анализ текстов испаноязычных путеводителей показал, что основной стратегией является стратегия убеждения туриста. В ее основе лежит установка адресанта убедить потенциального туриста обратить внимание на конкретную страну, город либо туристический объект: музей, отель, ресторан и др. Данная стратегия реализуется при помощи следующих тактик:

- Тактика «Ориентация туриста на популярность туристического объекта».

Примеры: *"...y la Granada que hoy da la bienvenida a cientos de miles de visitantes cada año..."*, *"...en la actualidad constituye uno de los destinos preferidos por numerosos turistas..."*, *"Varadero es un lugar visitado por muchos turistas..."*.

- Тактика «Подкуп туриста».

Примеры: *"Quito le ofrece los sabores más exóticos de planeta"*, *"...Allí se puede degustar uno de los mejores daikiris del mundo..."*.

- Тактика «Апелляции к чувствам адресата», призыва к действию.

Примеры: *"¡Experimenta Quito, vive el placer en la Mitad del Mundo!"*, *"...Despierte sus sentidos y goce plenamente de un verdadero paraíso de biodiversidad..."*.

2. Лингвистический анализ текстов испаноязычных путеводителей показал, что в текстах испаноязычных путеводителей используются следующие стилистические средства:

- эпитеты: *“una fascinante ciudad”, “templos suntuosos”, “exquisita cerámica”, “una majestuosa ciudad”, “vertiginosas montañas”*;

- метафоры: *“Sobre la piel del desierto y en medio de los valles se levantan pirámides sagradas”, “Una ciudad envuelta aún por un velo de misterio”*;

- олицетворение: *“antiguo barrio colonial que invita al romanticismo, la nostalgia y la bohemia”, “Quito brilla en el mundo y cada día recibe más visitantes que quieren conocerla”*;

- перифраз: *“Toda Granada conserva el espíritu del gran poeta local asesinado en la Guerra Civil”, “Nadie olvida la primera vez que vio el palacio árabe más espectacular y famoso del mundo”*;

- сравнения: *“...la ciudad es como una gigante vitrina de bellísimas artesanías”, “...este lugar es como un verdadero oasis dentro la ciudad...”*.

В заключение хотелось бы еще раз отметить, что тема путеводителей на базе испанского языка не является достаточно исследованной с точки зрения лингвистики и прагматики, поэтому важно изучить особенности испаноязычных путеводителей на разных языковых уровнях: лексическом, грамматическом, стилистическом.