



# Лингвокультурные концепты в рекламе внутреннего туризма в России, Испании и Франции

**Петракова Мария Александровна**

студентка 5 курса

**Гулевец Наталья Андреевна**

научный руководитель, канд. филол. наук, доцент,  
доцент кафедры «Теория и практика перевода»,



**Объект исследования** – современный испаноязычный и англо-язычный рок-дискурсы.

**Предмет исследования** – интертекст англоязычного и испано-язычного рок-дискурсов.

**Цель** : изучить интертекст современного испаноязычного и англоязычного песенных дискурсов в стиле рок, а также источники интертекстуальных включений и приёмы реализации интертекста в рассматриваемых дискурсах.

### **Задачи :**

1. определить понятие рок-дискурса как особого типа институционального дискурса;
2. рассмотреть жанры песенного дискурса в стиле рок, роль автора в его создании, а также его текстовые характеристики;
3. дать определение «интертекст», «интертекстуальность» и «прецедентный феномен»;
4. изучить способы реализации интертекста как совокупности текстов, реализующихся в англоязычном и испаноязычном песенных дискурсах в стиле рок.

## Дискурс

*Толковый переводческий словарь Н. Н. Нелюбина:*

- 1) произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «несобытия», т.е.
  - а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события;
  - в) оценка участников события; г) информация, соотносящая дискурс с событиями;
- 2) речевой поток, язык в его постоянном движении, вбирающий в себя все многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение. В дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная;
- 3) это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста;
- 4) любое высказывание, больше чем фраза, рассматриваемое с точки зрения правил связности последовательности фраз;
- 5) связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами;
- 6) текст, взятый в событийном аспекте;
- 7) речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие;
- 8) связный текст, сверхфразовое единство.

# Туристический дискурс

## *Жанры современного туристического дискурса*

1. Жанры, представленные в письменной или печатной форме:
  - a) путеводитель;
  - b) буклет;
  - c) каталог;
  - d) статья;
  - e) листовка;
2. Компьютерно-опосредованные жанры:
  - a) виртуальная экскурсия;
  - b) блог туриста или путешественника;
  - c) электронное письмо клиента в туристическое бюро;
  - d) отзывы туристов.



## Рекламный дискурс

*Целью рекламы является построение приятного визуального образа какого-либо продукта, сервиса или бренда, имеющего огромный потребительский потенциал.*

Рекламный дискурс как вид институционального общения представляет собой сложный социокультурный феномен, охватывает многие сферы жизни современного социума и, таким образом, оказывается связанным с разнообразными видами человеческой деятельности. Рекламный дискурс определяется как завершенное сообщение, целью которого является побудить клиента к какому-либо действию. Институциональность является важнейшим признаком рекламного дискурса, подтверждающая связь данного типа дискурса с социальными институтами. Рекламный дискурс осуществляется между коммуникантами, которые представляют собой отдельные языковые личности, по-разному воспроизводящие и интерпретирующие коммуникативные действия.

Участниками рекламного дискурса являются :

- 1) коммуникатор, создающий определенный текст рекламного характера, представляющий собой тип текста особой прагматической направленности, обладающий спецификой денотата и своеобразным семиотическим характером;
- 2) реципиент, воспринимающий и интерпретирующий предлагаемую рекламную информацию;
- 3) коммуникат (носитель рекламного сообщения, т.е. текста).

# Лингвокультурный концепт

*С. А. Аскольдов-Алексеев: «Концепт есть мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода».*

## **Признаки лингвокультурных концептов:**

- 1) комплексность бытования (лингвокультурный концепт — проекция элементов культуры, хранящаяся в сознании, представленная в языке);
- 2) ментальная природа, многомерность;
- 3) ценностность (центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры);
- 4) условность и размытость, изменчивость;
- 5) ограниченность сознанием носителя;
- 6) трехкомпонентность (наличие ценностного фактуального и образного элементов);
- 7) полиапеллируемость;
- 8) поликлассифицируемость и др.

# Русский туристический дискурс

## Когнитивный признак «Душа»

*«Разнообразный рельеф позволяет найти спуски по душе каждому лыжнику!»; «Вас Валаам не оставит равнодушным!»; «В селе есть душа, и душа эта живёт в каждом старинном доме...»; «Коллекция музея, как и роскошные интерьеры бывшего жилого дома Г.В. Рюмина, никого не оставляют равнодушными»; «Экскурсия в Черкизовский центр досуга и культуры им. В.Д. Шервинского... очень интересно, необычно и душевно»; «Посещение Костромского музея деревянного зодчества интерактивно-развлекательная программа «Гуляй, душа!»; «Для взрослых, для детей и для молодежи в Судаче есть развлечения по душе».*

## Когнитивный признак «Мистика»

*«Карелию называют центром деревянного зодчества, кладовой грибов и самым таинственным краем в России»; «Валаам – Северный Афон, святая обитель, волшебная земля»; «Также вас ждет экскурсия по местам силы. Ведь Карачольская долина хранит в себе тайны древних народов Алтая: здесь много курганов, петроглифов, каменных стел»; «Вас ждет сказочное путешествие в настоящее рязанское Тридешатое царство!»; «Местные жители считают Воттоваара мистическим местом, где можно поговорить с духами»; «Миражный, призрачный, нереальный, таинственный Петербург не всегда откроет свои загадки обывателю»*



# Испанский туристический дискурс

## Субконцепт «открытие»

*«Muévete con precisión, explora y analiza, aprovecha tus habilidades personales y disfruta de lo que vas encontrando a tu alrededor»; «Una vez terminada la presentación, dos barcos que saldrán del mismo puerto, trasladarán a los visitantes hasta una batea de la ría de Pontevedra, donde descubrirán en primera persona como se cultiva el mejillón aquí en Galicia»; «Todavía hay mucho que descubrir e investigar antes de que puedas completar el desafío que te has planteado completar»; «Vídeos, una exposición de utensilios y herramientas, y hasta un enterramiento simulado, ayudarán al visitante a descubrir cómo vivía y se expresaba el hombre en la Edad de Piedra»; «Investiga todo lo que haya en el cuarto»*

## Концепт «Приключение»

*«Y eso es precisamente lo que te proponemos: un inolvidable plan cargado de adrenalina en el entorno asturiano para disfrutar en familia, o con quien tú prefieras!»; «La naturaleza...se vive con intensidad cuando la adrenalina te sale por las orejas practicando barranquismo en el Parque Nacional de Ordesa y Monteperdido»; «El desafío enigmático que te tenemos preparado te mantendrá entretenido en todo momento y serás partícipe de una serie de actividades que no podrás venir»; «¿Serás capaz de completar el desafío superando todos los obstáculos con los que te encuentres?»; «Al día siguiente os despertaréis con una gran sensación al saber que habéis sido testigos de uno de los fines de semana de misterio y aventuras más divertidos»*

# Французский туристический дискурс

## Концепт «Романтика»

*«Nice fait rêver les touristes étrangers: la Promenade des anglais, la vie douce, l'ambiance méditerranéenne, le soleil permanent, ... C'est vrai que Nice est une destination romantique pour un week-end en amoureux»; «La capitale des Gaules est idéale pour un long week end en amoureux en France»; «La Cité Corsaire est idéale pour un week-end en amoureux dans l'ouest de la France»; «La Cité des Papes est une destination de choix pour un week end en amoureux dans le sud de la France»; «Vous imaginez donc que c'est une destination idéale pour un week end en amoureux en France»; «C'est un endroit magique pour un week-end en amoureux dans l'ouest de notre pays»; «Si vous avez envie de vous faire un week-end romantique sans partir à l'autre bout de la France, c'est une excellente idée!» «Cap Corse et ses innombrables petits villages romantiques»; «Brantôme : une destination pour les amoureux au coeur du Périgord»; «Comment ne pas parler de notre chère capitale, Paris est l'emblème même de l'Amour»; «Bouclez vos valises et visitez notre romantique France en amoureux!»; «La France est le pays de l'amour. Ce n'est pas moi qui le dit, ce sont les millions de touristes qui viennent sur notre territoire chaque année, pour un week-end romantique ou un voyage en amoureux»*



## Сравнительный анализ репрезентации концептов в рассматриваемых дискурсах

	Русский туристический дискурс		Французский туристический дискурс		Испанский туристический дискурс		Всего	%
	Абсолютная частота	Частота в процентах	Абсолютная частота	Частота в процентах	Абсолютная частота	Частота в процентах		
Уникальность	16	31%	15	29%	21	40%	52	6%
Универсальность	12	32%	11	29%	15	39%	38	5%
Выгода	13	43%	4	13%	13	43%	31	4%
Природа	17	28%	27	45%	16	27%	60	7%
Культура:	96	41%	75	32%	61	26%	232	28%
1. Традиция	19	51%	6	16%	12	32%	37	5%
2. История	5	19%	11	42%	10	38%	26	3%
3. Кулинария	14	25%	25	44%	18	32%	57	7%
4. Архитектура	15	31%	22	46%	11	23%	48	6%
5. Душа	7	100%	0	0%	0	0%	7	1%
6. Мистика	20	100%	0	0%	0	0%	20	2%
7. Авторитет	14	56%	8	32%	3	12%	25	3%
8. Открытие	2	17%	3	25%	7	58%	12	1%
Приключение	1	4%	2	8%	21	88%	24	3%
Самостоятельность	10	50%	7	35%	3	15%	20	2%
Романтика	2	6%	30	88%	2	6%	34	4%
Эмоции:	5	11%	6	13%	35	76%	25	6%
1. Наслаждение	5	11%	6	13%	35	76%	25	6%

## Выводы