

В. Голубь

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ В ТЕКСТАХ ФРАНЦУЗСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПУТЕВОДИТЕЛЕЙ

Путеводитель является необходимым источником информации о стране, регионе, городе. Он призван ознакомить с менталитетом, культурой, некоторыми историческими событиями, различными бытовыми особенностями, а также с туристическими объектами и достопримечательностями города, региона.

Важнейшей составной частью путеводителя является описание культурных достопримечательностей. Поскольку путеводитель должен дать информацию об объектах, относящихся к определенной области знаний, в нем присутствуют элементы научного стиля. Это обуславливает широкое присутствие наряду с общеупотребительными словами специальных терминов. Во французских путеводителях при характеристике достопримечательностей городов преобладают термины, относящиеся к сферам искусства (*moulure, entrelacs*), архитектуры (*charpente, pilier*), религии (*sanctuaire, oratoire*).

Туристические путеводители не ограничиваются объективной информацией о достопримечательностях, они стремятся также оказать эмоциональное воздействие. Для этого используются различные экспрессивные лексические средства, такие как прилагательные и причастия высокой оценки (*remarquable, miraculeux, unique, inoubliable, exceptionnel, superbe, excellent* и т.п.), прилагательные и наречия с превосходной степенью значения качества (*immense, extreme, ideal, excellent, parfait, extremement, particulièrement*), эмоционально окрашенные наречия (*admirablement, parfmentement*).

В текстах туристических путеводителей (описание культурных, достопримечательностей) обнаруживается ряд синтаксических особенностей. При непосредственном описании культурного объекта преобладают повествовательные предложения, т.к. их цель – познакомить с ним туриста, рассказать о нем подробнее: *Cette église baroque, édifiée par les architectes Jean-Baptiste Mathey et Giovanni Santini entre 1691 et 1717 pour l'ordre des Théatins, appartenait au couvent contigu détruit en 1783.*

Вопросительные предложения, создающие форму рекламного диалога с читателем, имеют целью установить с ним тесный контакт: *Qui ne penserait à faire son voyage à Paris?* Восклицательные предложения играют роль своеобразных призывов к действию, например: *Un voyage dans le temps! De très bonnes sensations!* Побудительные предложения используются преимущественно для того, чтобы помочь туристу сориентироваться в городе: *Prenez sur le côté ouest de la place Betlémské, la rue Lilova*, а также привлечь внимание к какой-то важной детали.

Таким образом, во французских туристических путеводителях при описании культурных достопримечательностей используются языковые средства разных стилей: научного, художественного, рекламного.