

ФИЛОЛОГИЯ

А.А. Салхенова, Т.Ю. Шibaева, И.В. Шведова

(Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва, Россия; Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия)

Лингвостилистические средства выразительности во французских туристических буклетах

В настоящей статье анализируются способы составления французских туристических рекламных сообщений с использованием стилистических средств выразительности с целью выявления национальной специфики. В исследовании применялись метод сплошной выборки, метод дискурсивного анализа, описательный метод, метод лингвостилистического анализа. Актуальность работы обусловлена детальным изучением лингвостилистических особенностей французских рекламных туристических буклетов. Результаты исследования показали амбивалентность репрезентации, провозглашающей открытость Франции и современность для всего мира и одновременно ссылающейся на свое славное прошлое и знаменитые традиции. Результаты исследования могут быть использованы переводчиками рекламных текстов, а также преподавателями для проведения теоретических и практических занятий по стилистике, лингвистике текста, страноведению, межкультурной коммуникации, переводоведению.

Ключевые слова: туристический буклет, французский язык, лингвостилистические средства, выразительность, экспрессивность, фигура речи.

01 марта 2023 г.
