

Кульбіда Д. П.,  
аспірант

Київського національного лінгвістичного університету

ТЕМАТИЧНІ АРЕАЛИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ  
У СУЧАСНОМУ ІСПАНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Анотація.** У статті досліджуються лексико-тематичні групи англіцизмів за сферами їх використання в туристичному дискурсі Іспанії. Аналізуються результати кількісної характеристики різних категорій англіцизмів, представлених у сучасних іспанських журналах про подорожі, та виявляються головні сучасні тенденції розвитку міжнародного та національного туризму Іспанії.

**Ключові слова:** англіцизм, лексико-тематична група, туристичний дискурс, туристична періодика.

**Постановка проблеми.** Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації станом на 2014 рік Іспанію визнано провідною країною за прибутками від міжнародного туризму (перше місце в Європі та друге в світі) [1]. Два роки поспіль (2014–2015 роки) Великобританія є головним постачальником туристів на терени Іберійського півострова [2]. Особисті мовні та культурні контакти лише додають масовості процесу лексичних запозичень, що характеризується загалом одностороннім рухом: з англійської мови в іспанську. Міжнародний туризм Іспанії у порівнянні з 27 іншими країнами ЄС є малорозвиненим, однак показники внутрішнього туризму тут одні з найвищих в Європі [3]. Можливо, вони й сприяють тому, що туристичний дискурс, представлений журналами про подорожі, активно розвивається вже понад 20 років й нараховує не один десяток друкованої та електронної періодики: *Aire Libre, Altair, GEO, Grandes Espacios, Lonely Planet, National Geographic España, Rutas del Mundo, Condé Nast Traveler, Viajar, Viajes National Geographic, Viaje Jet, Viajesalpasado, EspirituViajero, Otros Destinos, Revista Ibérica, Expreso*. Актуальність вибору теми обумовлена зростаючим інтересом у сучасній лінгвістиці до дискурсивних аспектів прояву мови [4; 5; 6], а також тим, що Іспанія займає передові позиції на міжнародній арені за кількістю туристів, сприяючи цим інтенсивному проникненню англомовної лексики в різні сфери життя суспільства.

**Мета** статті – здійснити лексико-семантичне групування досліджуваних англіцизмів на сторінках іспанської туристичної періодики. Мета вимагає встановити кількісні співвідношення між функціональними групами запозичень та їх причини.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні питання лексико-семантичних сфер функціонування англіцизмів у мові-рецепторі посідає чільне місце в теорії запозичень. Сучасний етап розвитку мови, зокрема іспанської, характеризується поповненням лексичного вокабуляру за рахунок чужорідних слів, які проникають у різні сфери життєдіяльності суспільства. Насиченість англіцизмами певних тематичних груп говорить про те, що країна, яка їх приймає, поступається у розвитку в певних сферах англомовним країнам. Також це означає, що ці сфери вирізняються найбільшим інтенсивним розвитком з-поміж інших в межах своєї країни.

Функціональний розподіл запозичених лексичних елементів за сферами їх використання вже давно викликає інтерес як

у вітчизняних, так і в зарубіжних науковців, проте досі залишається суб'єктивним через недостатньо окреслені критерії щодо їх розподілу [7; 8, с. 79–83; 9; 10]. Зауважуємо, що, оскільки подібні наукові розвідки ведуться в різних аспектах, отримані результати за тематичною лексичною диференціацією не можуть відображати сучасну мовну ситуацію загалом.

Чотири з досліджуваних нами туристичних журналів (*National Geographic (España), Viajes National Geographic, Condé Nast Traveler, Lonely Planet*) є науково-популярними часописами з міжнародним іменем та головними офісами в англомовних країнах. Національні видання отримують інформаційні повідомлення англійською мовою, більш того, вони публікують перекладені матеріали з тієї ж самої мови, що обов'язково відображається на специфіці мовного оформлення журнальних статей – уживання значної кількості англомовних слів, словосполучень і навіть речень. Стверджуємо, що використання репрезентативної вибірки в ході наукової розвідки корпусу англіцизмів в туристичній пресі Іспанії є доречним, оскільки вона відображає всю генеральну сукупність досліджуваного матеріалу, а не її частину. Зважаючи на те, що запозичене англомовне речення фігурує в іспанському рекламному та репортажному тексті з меншою частотністю (3%) у порівнянні зі словами (72%) та словосполученнями (25%) і виступає як okazionalizm, вважаємо неможливим та недоцільним відносити його до певних тематичних ареалів розповсюдження англіцизмів.

Проаналізувавши 26 випусків іспанських туристичних журналів за 2013–2016 роки (*Altair, Altitud, Desnivel, GEO, Hosteltur, Lonely Planet, National Geographic España, Rutas del Mundo, Condé Nast Traveler, Viajar, Viajes National Geographic*) на предмет функціонального розподілу досліджуваного корпусу англіцизмів за сферами їх використання, вважаємо слушним виокремити 10 лексико-тематичних груп англомовних запозичень, що відносяться до певних сфер життя іспанців.

**1. Місця відпочинку та розваги** (*lugares de ocio y pasatiempo*). Вказана туристична сфера виявилася найбагатшою на англомовні запозичення (28,54%) із 1815 запозичень. До неї увійшли будинки для короткочасного проживання туристів, різновиди оздоровчих центрів, види обслуговування приїжджих, рекреаційні заняття та інша тематична лексика: *resort* (m), *lodge* (m), *bungalow* (m), *love hotel* (m), *penthouse* (m), *B&B* (m), *rascacielo* (m), *inn* (m), *lobby* (m), *hall* (m), *lazona chill out* (adj), *amenities* (pl., m), *home cinema* (m), *control remote* (m), *aire acondicionado* (m), *cama de reyes* (f), *puf* (m), *rest camp* (m), *váter* (m), *uncentro well ness* (adj.), *parking* (m), *check-in* (m), *booking* (m), *room service* (m), *renting* (m), *leasing* (m), *special tour* (m), *catering* (m), *last room availability, full service* (m), *safari* (m), *trekking* (m), *free ride* (m), *mushing* (m), *heliesquí* (m), *nórdic walking* (m), *fitness* (m), *car club* (m), *snow park* (m), *kid's club* (m), *night club* (m), *sky bar* (m), *mall* (m), *duty-free* (m), *shopping* (m), *entertainment* (m), *leasure* (m), *quad* (m), *tour* (m), *bumerán* (m), *coffee shop* (m),

*yachtclub* (m), *club* (m), *clubber* (m), *streeptease* (m) тощо. Найуживанішою граматичною категорією в туристичному дискурсі є іменник. Англіцизми-прикметники трапляються рідко: *lowcost* (adj.) – дешевий, бюджетний: *Tirado se refiere a que cada vez más hoteles de la isla ofrecen un régimen low cost de pensión completa donde “apenas hay controles de calidad”* (Hosteltur № 231, 38). *Snokeling* (m) – вид плавання над поверхнею води з маскою, дихальною трубкою і ластами; популярна розвага особливо в тропічних широтах: *Se encuentran diseñadas otras opcionales en catamarán y Yates que incluyen secciones de snokeling, recorrido por el litoral y visitas a lugares históricos, todos acompañados de bar abierto y almuerzo* (Hosteltur № 231, 75). Вкотре зустрічаємо англіцизм з порушенням правил орфографії: англ. *snorkeling*. У цьому випадку англійська виступає мовою-посередницею у процесі запозичення (*snokeling* (ісп.) ← *snorkeling* (англ.) ← *schnorchel* (нім.)). Запозичена лексема з американського варіанта англійської мови (*snorkeling* (AmE) – *snorkelling* (BrE)) ще не занесена до іспанських лексикографічних праць, що зумовлює появу її дублетів: *snórquel* (m) – фонетично й графічно асимільований англіцизм.

2. *Харчування* (alimentación). Гастрономічна сфера життя іспанського соціуму складає 20,39% досліджуваного корпусу англомовної лексики. Вона охоплює не лише продукти, страви, спеції й напої, а й предмети та установки для приготування їжі, заклади харчування й будь-які інші назви, терміни й поняття, що пов'язані з цією темою: *fish and chips* (m), *roastbeef* (m), *bacon* (m), *black pudding* (pudding) (m), *hot-dog* (m), *snack* (m), *sándwich* (m), *hamburguesa* (f), *dónut* (m), *curry* (m), *Dry Martini* (m), *cóctel* (m), *mixer* (de schweppes) (m), *grill* (m), *coctelería* (f), *Starbucks* (m), *pub* (m), *snackbar* (m), *toddyshop* (m), *Food Hall* (m), *brunch* (m), *smoothy* (m), *foodie* (m) тощо. Одні англіцизми з цієї сфери вже зафіксовані іспанськими лексикографічними джерелами [11; 12]: *gintónic* (m) – коктейль, що містить джин та тонік, з додаванням лайма чи лимона і льоду: *Comienza la temporada de terrazas y con ella la ardua decisión de cómo tomar el mejor gintónic* (CN Traveler № 73, 22); *whisky* (m) – національний алкогольний напій Шотландії та Ірландії: *Bob Dalgarno ha creado “The 1824 Series”, un whisky de autor que da mucha importancia al color y a la intensidad del licor* (Viajes Nat Geo № 165, 97). Інші ще не увійшли до словникового фонду іспанської мови: *cornedbeef* (m) – м'ясний продукт, отриманий шляхом тривалого витримання м'яса (яловичини) в кухонній солі: *Hohmannsaltea cornedbeef* (GEO № 321, 63); *slowfood* (m) – здорова й смачна їжа, на протипагу фаст-фуду, що отримала свою назву від однойменного еко-гастрономічного руху в Італії (1986 рік): *Quizás sin saberlo, David es un fenicio que vuelve a su tierra y en ella investiga la cocina kilómetro cero – nada se trae desde más de cien kilómetros a la redonda –, el slow food de alta gama, los cócteles hechos con productos naturales, la playa amplia pagada al restaurante con una carta propia* (CN Traveler № 73, 37). Маловживаність вищенаведених англіцизмів та їх складна лексична структура є тією перепоною, що гальмує їх повне засвоєння іспанською мовою. Окрім цього, якщо англомовне запозичення є порівняно новим поняттям, що викликає труднощі у правильності перекладу, його значення обов'язково пояснюється іспанською мовою: *space cookie* (m) – випічка з марихуаною: *Por eso ha dejado de fumar porros, solo de vez en cuando se permite un space cookie o galleta preparada con mantequilla de marihuana* (GEO № 324, 50). Зустрічаємо випадки, коли іноземні слова запозичуються з орфографічними помилками (оче-

видно, через необачність журналістів): *after hour* (m) замість *after hours* – після закриття, закінчення роботи (зазвичай бару): *Rincones que un día fueron bellisimos y han sucumbido al after hour más chabacano* (CN Traveler № 87, 12).

3. *Снопм* (deporte). Активний туризм в останні роки набуває все більшої популярності в Європі, про що свідчить помітний рівень англіцизації (16,20%) спортивної лексики. Окрім різноманітних видів спорту (*beach volleyball* (vóley-playa) (f) (m), *golf* (m), *pitch and putt* (m), *wind)surf* (m), *coastering* (m), *freestyle* (m), *kayaking* (m), *kite surf* (m), *béisbol* (m), *hockey* (m), *karting* (m), *rugby* (m), *ping-pong* (m), *paintball* (m)), до цієї групи відносимо людей, які мають пряме чи непряме відношення до спорту (*boxeador* (m), *player* (m), *fan* (m. yf.)). Зауважимо, що англіцизм *paddle boarding* (m) є неповним, частковим запозиченням від *stand up paddle boarding* (*surfing*) (серфінг з веслом – новий вид водного спорту, який можна практикувати без вітру та хвиль). А слово *wakeboard* (m), яким автори туристичних статей позначають вид спорту (насправді, *wakeboarding* (m)), відносить лише до дошки для катання за катером. За аналогією іспанська мова запозичує й англіцизм *snowboard* (m): *Hay un servicio de alquiler de esquies, escuela de esquí y snowboard y cinco kilómetros de pista de esquí de fondo* (GEO № 336, 40).

4. *Наука і передові технології* (ciencia y avances técnicos) (10,8%): *iPhone* (m), *iPad* (m), *iPod* (m), *roaming* (m), *load* (v), *video* (m), *playstation* (f), *diseñodeinteracción* (m), *interface* (f), *Big Data* (m), *sistema NFC* (m), *sistemade Paytouch* (m), *chip* (m), *robot* (m), *Space-Shuttle Challenger* (m), *boom del fracking* (m). *Big bang* (m) (з англ. *the Big Bang theory*) – фізико-космологічна теорія про ранню стадію еволюції Всесвіту: *Cuando reúnen las 324 fotografías tomadas por el telescopio para obtener una imagen global es como si estuvieran asomándose al origen del tiempo: allí donde antes había vacío ahora brillan miles de galaxias, algunas de ellas a más de 13.000 millones de años luz de distancia, embajadoras de un tiempo en el que se formaron los primeros sistemas estelares tras el big bang* (GEO № 336, 93). Туристичний дискурс одним із перших висвітлює новинки техніки: *scootersubmarina* від англ. *scootersubmarine* – підводний скутер: *Desde paseos por campos de orquídeas salvajes y helechos a inmersiones en scooters submarinas, pasando por visitas a museos de artesanía, mercados tradicionales y lugares sagrados maories* (Viajes Nat Geo № 167, 91). Здебільшого надходження англіцизмів в іспанську мову з цієї сфери відбувається за рахунок рекламних текстів у туристичній періодиці. Орієнтуючись на міжнародний ринок збуту, навіть тим винаходам, які з'являються на території Іспанії, дають англомовні найменування. Наприклад, *turbidog* – портативний пилосос для прибирання собачих екскрементів: *Turbidog permite recoger excrementos caninos evitando el contacto. Los filtros donde se depositan son 100% reciclables* (GEO № 336, 105).

5. *Мода і краса* (moda y belleza). В опрацьованому масиві знайдено 105 англомовних слів та словосполучень на позначення цієї теми, що складає 5,79% від загальної кількості досліджуваних запозичень. До цієї категорії належать предмети одягу, взуття, аксесуари, засоби по догляду за тілом, оціночна лексика за темою, а також все те, що стосується модельного бізнесу: *pijama* (m), *shorts* (m), *paseo* (m), *jumpsuit* (m), *botasdecowboy* (adj), *shoppingbag* (m), *doublebag* (m), *crema depeeling* (m), *desodorante* (m), *balsam after shave* (adj), *trendy* (adj), *glamurosa* (adj), *slim-tapered* (adj), *extra-slim* (adj), *cool* (adj), *sexy* (adj), *glamour* (m), *look* (m), *topmodel* (supermodelo) (m. yf.), *superestrella* (f), *SPF* (m) тощо. Під час лексичного за-

позичення інколи має місце зміна морфологічної категорії в мові-рецепторі: en color *lipstick* (adj) – губна помада червоного кольору (більше ніж 5 тис. років тому при виготовленні перших помад народ Месопотамії використовував червоний пігмент): *El bañador, modelo Paulina, en color lipstick, es de Charlie by Matthew Zink* (CN Traveler № 70, 81).

6. *Transporte* (transporte) (5,12%). До цієї групи відносимо види транспорту, транспортне устаткування та будь-яку іншу термінологію, пов'язану з використанням транспортних засобів: *helicóptero* (m), *helipuerto* (m), *jet* (m), *jetlag* (m), *airbag* (m), *interlining* (m), *ferry* (m), *todoterreno* (m), *bulldozer* (m), *pick-up* (m), *electricvehicle* (m), *hybridauto* (m), *hybridcharge* (m), *ebike* (f), *scooter* (m), *raile* (m), *carport* (m), *carsharing* (m). *Gato de nieve* (m) від англ. *snowcat* – трактор-снігохід: *Ya sea hielo, ceniza o barro, el vehículo "gato de nieve" supera cualquier terreno* (GEO № 34).

7. *Economía ma negocio* (economybusiness). На дискурсе обслуговування цієї сфери припадає 71 англіцизм, що становить 3,91% від усього опрацьованого матеріалу: *upselling* (m), *crossselling* (m), *hub* (m), *teambuilding* (m), *ranking* (m), *business center* (m), *crowdfunding* (m) ← англ. *crowdfunding*, *urban mining* (m), *Central Business District* (m), *reporting* (m), *back office* (m), *street marketing* (m). *E-commerce* (m) – купівля та продаж товарів і послуг через Інтернет: *Esta situación perjudica a todo el sector online en su conjunto, ya que puede deteriorar la credibilidad de las compras por internet si los casos proliferan, lo que puede dar lugar a una pérdida de confianza respecto al e-commerce* (Hosteltur № 224, 15). *Startup* (adj.) – нещодавно створена компанія, що будує свій бізнес у сфері ІТ: *El sector turístico vive una carrera tecnológica protagonizada por miles de actores, desde empresas startup a multinacionales, como nunca antes había experimentado* (Hosteltur № 231, 3).

8. *Pobota i profesii* (trabajo y profesiones) (3,58%): *turoperador* (m), *DJ* (adj; m), *personal shopper* (m. y f.), *periodista freelance* (adj), *guest relation manager* (m. y f.), *broker* (m), *initiative director* (m), *office lady* (f), *head of science* (m. y f.), *sheriff* (m. y f.), *networker* (m), *business travel* (m), *síndrome de burnout* (m). *Baby concierge* (m) – доглядач за дітьми: *En tu colorida villa portuguesa encontrarás una cuna de viaje, un orinal, un taburete para llegar al lavabo y un asiento adaptado al retrete; en la planta de arriba (no te olvides de pedirle al baby concierge una barrera), platos y vasos de plástico y todo lo necesario para hacer purés (aunque en el minimercado hay comida infantil orgánica Ella's Kitchen)* (CN Traveler № 73, 70). Звертаємо увагу на те, що галліцизми (*relax* (m), *bikini* (m), *kiosco* (*quisco*) (m), *hotel* (m), *pasaporte* (m), *batería* (f), *taller* (m), *taxi* (m), *autoestop* (m), *cadete* (m), *élite* (m), *relax* (m), *caravana* (f), *menú* (m)), які часто трапляються на сторінках іспанських туристичних видань, можна помилково сприйняти за англіцизми. Їх, як і будь-яке інше мовне запозичення, виокремлюють напівжирним шрифтом, курсивом або підкреслюють. Відповідно, проконсультувавшись зі словником, з'ясуємо, що *babyconcierge* є гібридним запозиченням – англ. +франц., тому його не можна розглядати як повноцінний англіцизм.

9. *Mистецтво i cultura* (arteycultura). Ця тематична сфера характеризується найменшою кількістю англомовних запозичень (3,14%). До цієї групи відносимо літературні й музичні жанри, кіножанри та іншу тематичну лексику: *bestseller* (m), *cómic* (m), *músicacountry* (adj), *rap* (m), *pop* (m), *film* (m), *thriller* (m), *jamsession* (f), *festival* (m), *performance* (f).

10. Категорія «Інше» (*otros*) включає 2,53% англіцизмів, вилучених у ході наукової розвідки, які не увійшли до інших лексико-семантичних груп: *esnob* (m), *hombredeconfianza* (m), *boyscout* (m), *slums* (pl, m), *IT freak* (m), *businessjunkie* (m), *Mr.(mister)* (m), *no-go area* (adj), *slumlord* (m), *sir* (m), *efecto cheerleader* (m), *clan* (m), *mobbing* (m). *Pink boy* (m) – хлопчик, який надає перевагу дівчачим іграм та дівчачій одязі: *A los diez años, la mayoría de los pink boys (niños rosas) renuncian a su variante de género* (GEO № 324, 93).

**Висновки.** Однією з головних функцій туристичного дискурсу є пізнавальна функція, що сприяє розширенню культурної компетенції адресата та збагаченню його словникового запасу. Уживання англомовних лексичних запозичень, у тому числі й туристичною періодикою Іспанії, допомагає формувати образ іноземних країн. Цей вид періодичних видань орієнтований на підготовленого читача з широкою ерудицією та умінням користуватися довідниковими джерелами, тому автори досліджуваних туристичних статей не завжди роз'яснюють їх значення. Проведений лексико-семантичний та кількісний аналіз запозичених англомовних лексем вказує на головні тенденції розвитку туризму в Іспанії. Беручи до уваги категорії з найбільшою кількістю лексики англійського походження (місця відпочинку та розваги (28,54%), харчування (20,39%), спорт (16,20%)), можемо констатувати, що сучасна якість життя та зміна потреб на вимогу часу детермінує фаворитами розважальний, гастрономічний та спортивно-екстремальний види міжнародного та внутрішнього туризму Іспанії.

Мова змінюється непомітно для її носіїв, проте кожне нове покоління по-своєму реагує на міжмовну інтерференцію та культурну дифузію. Вважаємо перспективним подальше вивчення семантичних категорій англомовних запозичень в іспанському туристичному дискурсі в діахронічному аспекті (спираючись на теорію поколінь Н. Хоува і В. Штрауса) [13].

#### Література:

1. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>.
2. Movimientosturisticosenfrontera(FRONTUR)[Електроннийресурс].– Режим доступу : <http://www.minetur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2015/Paginas/20151022-frontur-sept.aspx>.
3. Eurostat Statistics Explained. Tourism statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/6/60/Tourism\\_trips\\_of\\_residents\\_%28aged\\_15\\_years\\_or\\_more%29%2C\\_2014\\_YB16.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/6/60/Tourism_trips_of_residents_%28aged_15_years_or_more%29%2C_2014_YB16.png).
4. Лукашенко Н.Г. Іспаномовний інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови» / Н.Г. Лукашенко ; Київськ. нац. лінгвіст. ун-т. – К., 2006. – 20 с.
5. Пономарчук С.В. Функціонування модальних граматичних лексем в іспаномовному діловому дискурсі / С.В. Пономарчук // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. праць / відп. ред. Н.М. Корбозерова. – Вип. 27. – К. : Логос, 2015. – С. 318–325.
6. Синицын А.В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.05 «Романские языки» / А.В. Синицын. – М., 2014. – 160 с.
7. Архипенко Л.М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пре-

- сі кінця XX – початку XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Л.М. Архипенко. – Х., 2005. – 20 с.
8. Кузнецова Н.А. Динамика функционирования англицизов в современном испанском языке : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.05 «Романские языки» / Н.А. Кузнецова. – М., 2012. – 197 с.
  9. Лелека Т.О. Особливості англо-американських запозичень в українській і російській мовах початку XXI ст. на тлі процесу контактування мов (на матеріалі словників та мови ЗМІ) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Т.О. Лелека. – Кіровоград, 2010. – 276 с.
  10. Alfaro R.J. El anglicismo en el español contemporáneo / R.J. Alfaro // Thesaurus. – Bogotá : elInstitutoCaro y Cuervo. – 1948. – № 4. – P. 118–128.
  11. Diccionario de la lengua española / Real Academia Española. – Madrid : Planeta Publishing Corporation. – 2014. – 2432 p. – [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://dle.rae.es>.
  12. Diccionario de uso del español de América y España / Vox. – Barcelona : Spes editorial, 2003. – 2022 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/843436>.
  13. Howe N. The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve / N. Howe, W. Strauss [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://hbr.org/2007/07/the-next-20-years-how-customer-and-workforce-attitudes-will-evolve>.

**Кульбида Д. П. Тематические ареалы функционирования англицизов в современном испанском туристическом дискурсе**

**Аннотация.** В статье исследуются лексико-тематические группы англицизов по сферам их использования в туристическом дискурсе Испании. Анализируются результаты количественной характеристики различных категорий англицизов, представленных в современных испанских журналах о путешествиях, и выявляются основные современные тенденции развития международного и национального туризма Испании.

**Ключевые слова:** англицизм, лексико-тематическая группа, туристический дискурс, туристические периодические издания.

**Kulbida D. Thematic areas of anglicisms in modern Spanish tourism discourse**

**Summary.** The article deals with the investigation of the lexical-thematic groups of anglicisms in the Spanish tourism discourse. The results of the quantitative characteristics of different categories of anglicisms, presented in modern travel magazines, are analyzed. Current trends in the Spanish international and domestic tourism are revealed.

**Key words:** anglicism, lexical-thematic group, tourism discourse, travel magazines.