

Streszczenie

Turystyka ma ogromne znaczenie dla gospodarki wielu krajów i jest uważana za istotny element zrównoważonego rozwoju i ciągłego wzrostu gospodarczego. Tak jest również w przypadku Albanii. Jej położenie geograficzne, brzegi obmywane przez Morze Jońskie i Adriatyckie, bogactwo historyczne i kulturowe oraz dostęp do dolin i rzek Alp Północnych (pasmo górskie w północnej Albanii) sprawiają, że kraj ten jest atrakcyjnym miejscem dla turystów. Inwestycje w infrastrukturę drogową, gospodarcze i społeczno-kulturalne projekty rządowe, system prawny, inicjatywy i działania mające na celu wspieranie rozwoju kraju zaowocowały boomem turystycznym w ciągu ostatniej dekady. Jest coraz więcej miejsc w Albanii oferujących cały wachlarz usług, aby sprostać wymaganiom i życzeniom turystów. Turystyka w coraz większym stopniu staje się głównym źródłem dochodów Albanii, a zjawisko to uwypukliło znaczenie pojawienia się języka kontaktowego, który umożliwiłby komunikację z obcokrajowcami. Dlatego rozpowszechnienie się języka angielskiego w ostatnich latach stało się w Albanii czynnikiem związanym z procesami globalizacji i europeizacji.

Angielski od dawna jest używany jako lingua franca przez turystów i podróżników na całym świecie. W kontekście albańskim komunikacja w języku angielskim odgrywa ważną rolę w ułatwianiu świadczenia różnych usług. Angielski jest powszechnie używany w Albanii, zarówno jako środek komunikacji między gośćmi z różnych środowisk językowo-kulturowych, jak i jako międzynarodowy język reklam, tablic informacyjnych, menu w restauracjach i barach lub jako podstawowy lingua franca w komunikacji online.

Celem niniejszego opracowania jest zbadanie, w jaki sposób turystyka albańska jest prezentowana podróżnikom i w jaki sposób do nich przemawia, poprzez analizę korpusu wybranych tekstów wykorzystywanych w drukowanych przewodnikach turystycznych w Albanii. Po drugie, badanie to ma na celu rzucenie światła na tożsamość narodową generowaną przez dyskurs turystyczny, gdy język angielski jest używany jako środek kontaktowy w komunikacji międzynarodowej. Wreszcie, badanie to ma na celu przedstawienie szerokiego spojrzenia na obecny stan sektora turystycznego w Albanii i jego postępujący rozwój.

Podejściem metodologicznym wykorzystanym w badaniu jest lingwistyka korpusowa, co zdaniem autora może wnieść cenny wkład w niedostatecznie zbadany jeszcze obszar dyskursu turystycznego w Albanii.

Dwanaście przewodników turystycznych opublikowanych w latach 2015-2019 zostało zebranych i skonwertowanych do formatu txt, w celu umożliwienia ilościowej analizy danych za pomocą specjalistycznego oprogramowania o nazwie WordSmith Tools 6.0. Dzięki temu oprogramowaniu możliwe było zebranie odpowiednich danych dotyczących użycia języka angielskiego, poprzez analizę konkordancji, kolokacji, identyfikację słów kluczowych w tekstach oraz tworzenie list frekwencji słów. Analiza słów kluczowych, ich kolokacji i ich kategoryzacji pod kątem prozodii semantycznej pozwoliła na sformułowanie wniosku, że teksty zawarte w opracowanym na potrzeby tych badań korpusie specjalistycznym mają zasadniczo na celu reklamę Albanii i przedstawienie jej jako idealnej destynacji dla wczasowiczów. Badanie zwróciło również uwagę na kilka hapaksów i rzadkich wystąpień słów oraz zbitkę leksykalnych, które mają duże znaczenie dla badania sposobu postrzegania najnowszej historii Albanii.

Słowa kluczowe: dyskurs turystyczny, CADS, ELF, Albania, przemysł turystyczny.