Конференция “Ломоносов-2025”

 Секция “Иностранные языки и регионоведение»

 **Специфика жанра тревел-блога в англоязычном интернет-дискурсе: лингвистический аспект**

**Научный руководитель – Смирнова Татьяна Петровна**

 ***Соколова Анна Андреевна***

*Студент (бакалавр)*

*Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А.Добролюбова,*

*Нижний Новгород, Россия*

*sokan2003@yandex.ru*

 *Путешествия и перемена мест придают разуму новых сил.*

 Луций Анней Сенека

Тревел-блог – особый жанр современного интернет-дискурса, фокусирующийся исключительно на тематике путешествий. По замечанию Е.Н. Зарецкой, трэвел-блоги воспринимаются своеобразным гибридом жанров, соединяющим в себе элементы «классической» литературы путешествий в её различных повествовательных «форматах»:путевых записок, дневника, художественного произведения, репортажа [2]. Одновременно тревел-блоги сохраняют ключевые элементы обычного интернет-блога, но сужают тематический «ракурс», ограничиваясь публикацией материалов, связанных с путешествиями или личным мнением автора по вопросам туризма.

Тревел-блоги отличает система специфичных языковых средств, сочетающая элементы различных стилей и реализующая неоднородные языковые функции. Так, И.В. Горбик обнаруживает очевидное проявление признаков публицистического, научного и художественного стилей в тревел-блогах [1]. В оценке М.Н. Кожиной, тревел-блоги представляют уникальную возможность наблюдать за использованием языка в разнообразных контекстах [3], фиксировать проявление различных языковых функций.

Многоаспектный анализ лингвистических особенностей тревел-блогов позволяет осмыслить не только специфику жанра, но и своеобразие индивидуальных коммуникативных стратегий создателей тревел-блогов, формирующих культурные (туристические) предпочтения у потенциальной целевой аудитории читателей, побуждающих пользователей к активному (дилогическому) коммуникативному взаимодействию в вопросах путешествий и туризма.

Представим отдельные результаты исследования лингвистических особенностей англоязычных тревел-блогов, проведённого на материале 50 текстов, отобранных из пяти наиболее популярных современных англоязычных тревел-блогов: *the Points Guy, One Mile at a Time, Lonely Planet, Via Travelers, LoyaltyLobby* [4 – 8]. Критерием отбора послужил рейтинг, составленный на основе частотности упоминаний указанных блогов в поисковых интернет-запросах западных пользователей из США, Великобритании, Канады, Австралии, Европы в сервисах *Google*, включая *Google Search, Google News* и *Google Trends*.

Синтаксический анализ англоязычных трэвел-блогов позволяет выявить следующие закономерности: для тревел-блогов характерно использование простых предложений, обеспечивающих высокий уровень заинтересованности читателя за счет динамичного и «лёгкого» стиля изложения.

 Пример 1.

 *«The food in Vietnam is incredible with a wide variety of flavors and textures**». [7]*

 Пример 2.

 *«The Grand Palace is open daily from 8.30am-3.30pm». [5]*

Динамику повествования отражают также часто встречающиеся безличные (односоставные) предложения без подлежащего, обозначающего актора. В предложениях используются безличные формы глаголов для выражения состояния природы, физического состояния человека, наличия или отсутствия чего-либо, а также императивные глагольные формы, побуждающие потенциального читателя к действию.

 Пример 3.

 «*It rains in the tropics – if that comes as a surprise, that’s pretty much your fault». [5]*

 Пример 4.

 *«To avoid the crowds, visit the Louvre Museum early in the morning. It seems like a good*

 *idea». [7]*

Грамматический «уровень» тревел-блогов отвечает тем же задачам: характерно использование пассивного залога, фокусирующего внимание на самом событии или месте (туристическом объекте), а не на действующем лице, для создания объективного (достоверного) описания.

 Пример 5.

 «*Today, Great Smoky Mountains National Park is the most visited in the United States*». [5]

Лексические особенности тревел-блогов определяются следующими признаками:

* Насыщенность специализированной (тематической) лексикой, относящейся, прежде всего, к сфере путешествий (*flight, accommodation, destination, luggage, visa*).

 Пример 6.

 «*Finding affordable accommodation in a popular tourist destination can be tricky*». [6]

 Пример 7.

 *«I booked a direct flight to Paris, so I didn’t have to worry about connecting flights».* [7]

* Особый интерес представляют слова-маркеры, усиливающие или выделяющие обозначения «аффектных» проявлений эмоций, чувств, переживаний, связанных с путешествиями (частица *even;* наречия *yet* (возможна коннотация осуждения)*; still; just* (иногда с коннотацией вежливости)). С помощью указанных лексических единиц авторы тревел-блогов передают оттенки собственного эмоционального опыта и формируют определенное отношение потенциальных читателей к описываемым эпизодам.

 Пример 8.

 «*The views were so stunning, it made the early wake-up worth it*». [6]

 Пример 9.

 *«The hotel is luxurious, yet surprisingly affordable if you book in advance».* [7]

* Наличие значительного количества аббревиатур из области туризма (*OW* – *one way*– (русс.: билет в одну сторону), *BB – bed and breakfast* – (русс.: завтрак включен), *FAQ – frequently asked questions* – (русс.: часто задаваемые вопросы), *FYI – for your information* – (русс.: к вашему сведению).

 Пример 10.

 *«Check out our FAQ section for answers to common questions about travel».* [6]

 Пример 11.

 *«FYI, the hotel has a free shuttle to the airport».* [7]

* В исследуемых материалах часто встречаются заимствования из французского, итальянского, испанского, и других языков *(-tour, fiesta, bistro, сafé*), отражающих многокультурный колорит публикаций тревел-блогов.

 Пример 12.

 *«The art of the fiesta has been debased almost everywhere else, but not in Mexico».* [5]

 Пример 13.

 *«Street life returns to Paris as cafés and bistros take over the pavements».* [5]

Обобщая, сформулируем предварительные итоги проведённого исследования. Сочетание разнообразных лингвистических особенностей (синтаксические конструкции с простыми и/или безличными (односоставными) предложениями, грамматические «форматы» с использованием пассивного залога, специализированная (тематическая) лексика, инокомпоненты из различных языков, известные (понятные) читателям аббревиатуры, относящиеся к дискурсу туризма и путешествий), обеспечивают состоявшийся диалог (успех коммуникации) между создателями англоязычных тревел-блогов и их потенциальными читателями. Лексическое своеобразие англоязычных тревел-блогов ориентировано на всестороннее, «многоуровневое» информирование, а также активное вовлечение потенциальной аудитории читателей в увлекательный мир путешествий и туризма, традиционно значимой составляющей мировой культуры.

**Литература**

1. Горбик, И. В. Тревел-блоги как особый жанр интернет-дискурса // Вестник Московского государственного университета. - 2018. - № 2.

2. Зарецкая Е. Н. 3-34 Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. — 4-е изд. — М.: Дело, 2002.

3. Кожина М.Н. Речеведение. Теория функциональной стилистики: избранные труды / М. Н. Кожина. — Москва: ФЛИНТА, НАУКА.

4. LoyaltyLobby - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://loyaltylobby.com/ – 25.05.2024.

5. Lonely Planet - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.lonelyplanet.com/ – 25.05.2024.

6. One Mile at a Time: Airline Travel News, Reviews and Credit Card Offers - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://onemileatatime.com/ - 01.02.2025.

7. The Points Guy - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://thepointsguy.com/– 25.05.2024.

8. ViaTravelers - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://viatravelers.com/ – 25.05.2024.