

4. *Quirk, R. Toward a description of English usage / R. Quirk // Transactions of the Philological Society. — Oxford, 1960. — P. 40—61.*

5. *Spitzbardt, H. English adverbs of degree and their semantic fields / H. Spitzbardt // Philologica Pragensia. — 1965. — P. 349—359.*

УДК 8; 81

И. С. Криштоп¹, К. В. Гавриленя²

¹*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь, inessa_top@mail.ru*

²*Государственное учреждение образования «Боровлянская средняя школа № 3»,
д. Лесковка, Минский р-н, Республика Беларусь, gavrilenya6565@mail.ru*

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЕТЕВЫХ ТЕКСТОВ

В статье обосновывается актуальность изучения особенностей тревел-блогов в свете современных филологических исследований. Представлен экскурс в историю становления сетевых текстов о путешествиях. Основное внимание авторы акцентируют на лингвистических реализации категории оценки, способах презентации личности автора, реализации гипертекстуальности и креолизации. Теоретические положения иллюстрируются примерами из наиболее популярных англоязычных блогов о путешествиях.

Ключевые слова: тревелог; тревел-блог; интернет-коммуникация; культурно-маркированные явления.

I. S. Kryshstop¹, K. V. Gavrilenya²

¹*Baranavichy State University, Baranavichy, the Republic of Belarus,
inessa_top@mail.ru*

²*Borovlyanskaya Secondary School № 3, v. Leskovka,
Minsk region, the Republic of Belarus, gavrilenya6565@mail.ru*

LINGUOCULTUROLOGICAL POTENTIAL OF ENGLISH ONLINE TEXTS

In the article the authors substantiate the relevance of studying travel blogs in view of recent philological research. The history of the development of online travel texts is presented. Attention is focused on linguistic ways of implementing the categories of evaluation, author's personality, hypertextuality and creolization. Theoretical ideas are illustrated by examples from the most popular travel blogs in English.

Key words: travelogue; travel blog; internet communication; culturally marked phenomena.

Введение. В условиях современного цифрового общества особую популярность приобретают повествования о путешествиях, размещенные в сети Интернет. Они становятся альтернативным средством перемещения в пространстве для тех, кто не имеет достаточных финансовых возможностей отправиться в страну мечты. Однако они не только помогают совершить путешествие в любую страну, погрузиться в атмосферу культуры и традиций живущего там народа, но также выступают в качестве источника информации для организации корректного межкультурного общения.

При этом взгляд на окружающую действительность, представленную в интернет-текстах тревел-тематики, как правило, шире, чем в классических тревел-журналах. Это обусловлено мобильностью, простотой и доступностью тревел-блогов и тревел-форумов. С каждым годом у большого количества пользователей сети Интернет появляется возможность поделиться личными впечатлениями в режиме онлайн. Они создают своеобразную траекторию, которой следуют медиатексты тревел-журналов и других привычных типов изданий.

Цель данной работы — определение лингвокультурологического потенциала англоязычных тревел-блогов как разновидности травелога.

Эмпирическую базу исследования составили электронные тексты о путешествиях известных англоязычных блогеров, представленных Google “The 45 Best Travel Blogs to Follow in 2021” [1] в 2021 году.

Основная часть. Долгое время лексическая единица «травелог» скорее имела бытовое значение и использовалась для описания любого путешествия. Соответственно, в английский язык слово вошло, не имея какого-либо литературного контекста.

На данный момент травелог считается одним из малоисследованных объектов филологической науки, поэтому сложно дать ему конкретное определение. Многие исследователи в качестве синонима используют термин «путешествие».

Травелог зародился в древности: паломники и торговцы вели записи о странствованиях. Постепенно описания путешествий развивались средневековыми кочевниками и миссионерами, а в эпоху великих географических открытий — мореплавателями в форме путевых записок, очерков и личных дневников.

Только в XIX веке описания путешествий «проникают» в сферу художественной литературы и публицистики: появились писатели, которые стали путешествовать в целях описания увиденного. Например, Франсуа Рене де Шатобриан представил свой опыт в книге «Путешествие из Парижа в Иерусалим». Популярными путешественниками являлись Пьер Жюль Теофиль Готье, Ги де Мопассан, Стендаль, Виктор Гюго и многие другие. Они также публиковали статьи и очерки в газетах, с помощью которых молодые люди могли расширять свой кругозор, т. е. осуществляли просветительскую функцию. Также в XIX веке начали появляться специализированные издания о других странах. Наиболее известным из них, сохранившим свою популярность до наших дней, являлся журнал “National Geographic”, основанный в 1888 году [2, с. 255].

В XX веке наиболее востребованными у писателей становятся этнографический репортаж и путевой дневник. Однако с появлением фотоаппарата и телевидения тревелог как литературный жанр потерял свою актуальность: сократилось издание книг данного жанра.

С распространением виртуальной среды происходит не только трансформация взаимодействия между людьми, но и развитие сетевых текстов, предоставляющих новую степень свободы проникновения в суть сообщения и его интерпретации. Интернет-среда обусловила появление и абсолютно новых жанров. «В то время как жанры печатных текстов склонны к устойчивости и контролю со стороны издателей и редакторов, сетевые жанры отличаются некой непредсказуемостью» [3, с. 1379].

На сегодня одним из наиболее востребованных жанров интернет-коммуникации является блог. Следует учитывать, что некоторые блоги существуют как новостные фильтры: на них представлены ссылки на иные сетевые источники, сопровождаемые короткими комментариями, другие содержат оригинальный первичный контент [3, с. 1380]. Им свойственны художественность и цитатность, гипертекстуальность и мультимедийность, стилевое смешение и фрагментарность.

Учитывая, что на современном этапе одни ученые-филологи рассматривают тревелог как повествование о путешествиях в другую страну или локацию, сопровождаемое иллюстрациями и географическими картами, а некоторые исследователи расширяют значение и определяют его как отчет о событиях, произошедших в поездке, а также эмоциях и чувствах, вызванных увиденным

путешественника [4—6], то можно констатировать, что литературный жанр нашел приемника и в виртуальном пространстве.

Массовость и жанрово-тематическая дифференциация тревел-текстов позволяет любому читателю найти текст, который будет полностью соответствовать его потребностям, а автор-путешественник воспринимается как посредник в представлении страны, так как тревел-блоги строятся преимущественно на личных впечатлениях во время поездки, информации о событии, отвлеченных авторских размышлениях.

Немаловажным элементом в повествованиях о путешествиях является наличие прописанного маршрута, который позволяет узнать его детали. Как показал анализ «сетевого материала», в тревел-блогах данная характеристика не является востребованной. При этом для обозначения пунктов остановки авторы указывают конкретные места, связывая их с помощью таких глаголов движения, как “to leave”, “to drive”, “to set out”, “to pass”, “to start”, “to start off”, “to head off”, “to travel”, которые придают динамику и живость описываемым событиям: “The next day we headed over to Hoa Lo Prison, aka the Hanoi Hilton <...> Finally, there was just enough time to watch the beautiful and very clever Water Puppet Show, which was unlike anything I’ve ever seen” [1].

Время в тревел-блогах, как правило, обозначается с помощью лексических единиц, указывающих время суток (“morning”, “afternoon”, “evening”) либо конкретное время (“...a.m.”, “...p.m.”): “From Fes, we left around 8 AM and the driver took us to Merzouga that day <...> The next morning you will be woken up very early to get up, walk to the top of a dune” [1].

Примечательно то, что авторы сообщают лишь о тех событиях или пунктах остановки, которые нашли максимальное отражение в их памяти, и в том порядке, который считают нужным. Данный факт свидетельствует о том, что путешественник выступает как нарратор, который руководствуется критерием значимости события для той конкретной истории, которую он собирается рассказать: “Look, I’m not saying you should strike Salzburg from your list entirely — I’m often too quick to pass judgment and perhaps I’ll go back another time during Christmas market season and properly fall in love with the city for all its quirks — but I will tell you to pass through on a day trip and not spend too much time there if you’re on a tight schedule as we kind of were. There are several great vantage

points for capturing the churches. But the best are on some of the easy hikes from the villages, where you'll see first-hand the stunning location that put Val di Funes on the map" [1].

Для тревел-блога, как и литературного жанра характерным является использование многочисленных лексических единиц, которые позволяют наиболее точно передать реалии посещаемой местности. Они, как правило, сопровождаются грамотными объяснениями специфики местной культуры, ремесла, национальной кухни, традиций и окружающей среды определенного региона. В исследованных 25 блогах преобладают лексические единицы, обозначающие достопримечательности (57 единиц), на втором месте — топонимы (52 единицы), на третьем — названия национальных блюд (27 единиц). Также важными для тревел-повествования являются слова, обозначающие предметы быта, и имена собственные: "In the day we got the bus — easy from Benito Juarez Avenue in Oaxaca" [1].

В блогах о путешествиях потенциальным предметом оценивания может стать любой объект: страна, ее нравы и традиции, культурные и природные памятники, пейзажи, а также ее жители — инокультурные персонажи. Поэтому важным объектом анализа становятся способы выражения оценок, которые зависят от личности самого говорящего и его языковых особенностей. Обращают на себя внимание случаи формирования положительной оценки «иной» страны, основанные на намеренном преувеличении преимуществ и/или одновременном преуменьшении недостатков, т. е. имеет место «гиперболизация оценки»: "Finally, there was just enough time to watch the beautiful and very clever Water Puppet Show, which was unlike anything I've ever seen" [1].

Обилие оценочных предикатов усиливает эффект авторского присутствия на месте и апеллирует к чувственному миру читателя: "Occasionally I felt uneasy under the stares of watchful eyes as I poked my way through the dusty streets <...> I ate in smoke filled restaurants sitting cross-legged on cushions <...> I set out to focus on rural areas, everyday life and culture, going in search of the real Afghanistan, away from the vestiges of war and terror <...> I could hear helicopters and sirens all day and was advised that it was best not to leave the house" [1].

Оценивая встречающиеся на пути объекты, автор стремится передать их масштаб и пространственные границы, для чего прибегает к различным стилистическим оборотам: "It is an area of 9.4

million square kilometers, which is the same size as the United States!; ...but the graveyard felt like a happy place — not like the spooky cemeteries you get in England; That could be my fault, as well. I had such fantasies of this quaint mountainside town, I'd forgotten what big a city it was (150,000 residents, plus throngs of visitors). In my dreamer mind, I envisioned a scene right out of The Sound of Music; in reality, it's bustling with tourist traps and crowds of people” [1].

Доминирующей стратегией представления реальной информации в изученных электронных ресурсах является гибридная: имеют место фиксация каждого этапа путешествия медийными средствами, концентрация внимания на определенных фактах и событиях, регистрация фактов и их описание в нейтральной модальности, изложение достоверной информации и ее интеллектуальное осмысление, а также передача эмоций посредством образности, ассоциаций, шуток, иронии. Как и положено тревел-блогу и блогу в целом, исследованные фрагменты содержали фотографии, текст и ссылки для более подробного ознакомления с материалом. Самой распространенной является частичная креолизация (в 24 из 25 тревел-блогах). Это значит, что авторы используют фотоматериал как дополнение к тексту. В одном тревел-блоге из 25 отмечена нулевая креолизация.

Наличие гиперссылок в тексте позволяет авторам не перегружать основной текст дополнительной информацией о достопримечательностях, отдельных блюдах определенной кухни и иных объектах культуры посещенной страны, а дать возможность читателю самому решать, стоит ли знакомиться с той или иной информацией. Однако авторы облегчают поиск достоверной информации о возможно неизвестном для читателя объекте, указанном в публикации. Наиболее часто используются ссылки для перехода на сайты различных сервисов для бронирования отелей, туров, покупки билетов, что составляет 36 % от общего количества встречаемых ссылок. На втором месте (21 %) — ссылки для перехода на другие публикации этого же автора. 15 % от общего количества ссылок составляют другие электронные ресурсы, которые использует блогер для подтверждения описанных фактов оригинальными источниками. Реже используются ссылки для перехода на сайты рекомендуемых заведений общественного питания (12 %) и сайтов с информацией о достопримечательностях (10 %).

Заключение. Современный тревел-блог является размещенной в сети Интернет формой повествования, основной темой которого являются путешествия. На развитие и популярность тревел-блогов повлияли такие факторы, как динамичность окружающей действительности, расширение использования мультимедийных компонентов и гипертекстуальности, повышение интерактивности между коммуникантами. Помимо черт, присущих собственно виртуальным жанрам, сетевые дневники о путешествиях сохраняют черты литературного тревелога: как правило, они содержат сюжетообразующие мотивы и категорию нарратора, описываемые события организованы с помощью соответствующих разнообразных языковых средств.

Таким образом, тревел-блоги могут использоваться в качестве средства инкультурации личности. Более того, практическая ценность результатов данного исследования состоит в их потенциальном использовании в области преподавания ряда дисциплин: стилистики, интернет-лингвистики, интернет-дискурса.

Список цитируемых источников

1. The 45 Best Travel Blogs to Follow in 2021 [Electronic resource] // ClaimCompass. — Mode of access: <https://www.claimcompass.eu/blog/best-travel-blogs/>. — Date of access: 21.08.2022.
2. Майга, А. А. Литературный тревелог: специфика жанр [Электронный ресурс] / А. А. Майга // Филология и культура. — 2014. — № 3(37). — С. 254—259. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturnyy-travelog-spetsifika-zhanra>. — Дата доступа: 17.02.2022.
3. Тарасова, А. Н. Жанровое разнообразие сетевых текстов / А. Н. Тарасова // Вест. Башк. ун-та. — 2014. — Т. 19. — № 4. — С. 1379—1381.
4. Богучарская, Е. В. Жанр интернет-тревелога как объект современной филологии [Электронный ресурс] / Е. В. Богучарская // Вест. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В. П. Астафьева. Сер. 10: Филология. — 2019. — № 4. — С. 202—210. — Режим доступа: <http://vestnik.kspu.ru/index.php/vestnik/article/view/254/221>. — Дата доступа: 17.02.2022.
5. Галечко-Лопатина, В. Д. Тревел-журналистика: роль и функции [Электронный ресурс] / В. Д. Галечко-Лопатина // Вест. ПГУ им. Шолом-Алейхема. — 2019. — № 2(35). — Режим доступа: <https://cyberle-ninka.ru/article/n/trevel-zhurnalistika-rol-i-funktsii>. — Дата доступа: 09.12.2021.
6. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии [Электронный ресурс] / Е. И. Горошко // Жанры речи. — 2009. — № 6. — С. 111—127. — Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/343952149.pdf>. — Дата доступа: 17.02.2022.