

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4434380>

УДК 8

Крашенинникова А.А.

Крашенинникова Анна Андреевна, Московский городской педагогический университет. 105064, Россия, г. Москва, Малый Казеный переулок, 5Б. E-mail: ann.krosh97@mail.ru.

Языковые средства в туристическом блоге как коммуникативный способ воздействия

Аннотация. Сегодня путешествия являются одной из интереснейших тем для чтения. Целью статьи является выявление языковых особенностей, изучение их эмоциональности и художественности, как способов воздействия на читателя. Цель исследования была достигнута фонетическим, синтаксическим, лексическим и графическим анализом языковых единиц. Художественно-выразительные, фонетические и грамматические средства, выявленные в блоге, выполняют воздействующую функцию на читателя, вызывая эмпатию и доверие. Автор полагает, что таким образом тексты блога побуждают к действию – посещению конкретных мест, популяризируемых в блоге.

Ключевые слова: туристический блог, путешествия, американские блоги, туристический дискурс, воздействие.

Krasheninnikova A.A.

Krasheninnikova Anna Andreevna, Moscow city pedagogical university. 105064, Russia, Moscow, Malyy Kazenyj per., 5B. E-mail: ann.krosh97@mail.ru.

Language means of a travel blog as a communicative technique of influencing

Abstract. Travelling has always been one of the most interesting topics to read about. The purpose of the article is studying language expressive means in the texts of a travel blog and the identifying their techniques of making impact on a reader. The purpose was achieved by phonetic, syntactic, lexical and graphic analysis of language items. Phonetical, grammar and expressive means influence on the reader by generating empathy and trust to the author. To sum up, blog texts encourage readers to visit places that are popularized in the blog.

Key words: travel blog, travelling, American blogs, tourist discourse, influence.

Тема путешествий всегда была интересна широкому кругу читателей. По результатам многочисленных опросов и исследований, путешествия являются одним из основных модных трендов, которые всячески подпитываются социальными сетями. Сегодня считается престижным и модным рассказать о поездке в экзотические страны своим реальным и виртуальным знакомым, мно-

гие уверенно заявляют, что путешествия – это стиль жизни. Удаленная работа становится потребностью тех, кто стремится отправиться в длительные поездки. Так, стремление к путешествиям напрямую влияет на рынок труда.

Актуальность изучения блогов обусловлена их особой популярностью и необходимостью анализа на англоязычном лингвистическом материале, кроме того,

блоги – это аутентичные тексты, являющиеся полезными инструментами в сфере языкового и культурного развития.

Целью предлагаемой статьи является выявление языковых особенностей, а также изучение их эмоциональности и художественности, как способов воздействия на читателя с целью продвижения тех или иных мест, рекомендованных к посещению автором блога.

Как отмечал В.И. Карасик, интернет-пространство предоставляет автору возможность остаться в некотором смысле «инкогнито», давая читателям лишь ту информацию, которую он посчитает нужной [4]. Таким образом, блогеры не испытывают стесненность некоторыми рамками в выражении собственных впечатлений и эмоций, так как частичная или полная анонимность (в зависимости от конкретно взятого блога) гарантирует им свободу самовыражения, потому блоги отличаются эмоциональностью и прямотой представленной информации.

Т.Е. Голикова полагает, что отличительная черта туристического блога – это установление автором личного контакта со своим читателем и передача «культурного кода» той или иной страны доступным широкой аудитории языком [3]. Поэтому можно с уверенностью назвать блоги практическим инструментом для осуществления межкультурной коммуникации.

И.А. Стернин отмечал, что понятие «коммуникация» подразумевает наличие обратной связи, а также эмоциональный контакт с собеседником [8]. Интерес к личности блогера напрямую связан с его деятельностью, которая, как следствие, отражена в постах и публикациях интернет-автора. Наиболее перспективным и актуальным направлением виртуальных блогов являются путешествия. Как отмечала О.И. Асташова, изучение личности возможно при анализе его речевого поведения в связи с ситуативной динамичностью и «основано на интерпретации связей текстового материала с жизненными факторами разной природы и ситуаций

текущего момента, индивидуальными биографическими и общенационально историческими факторами, – определяющими индивидуальность портретируемого» [1]. Так, туристические блоги являются комфортным полем для авторского выражения эмоций и впечатлений посредством языковых форм, не ограниченных форматными рамками и представленными под воздействием новых ситуативных условий.

Тревел-блог, который был выбран для анализа, – это аккаунт в социальной сети Instagram под названием «_ginger.journeys_» (*рыжие путешествия*). Название аккаунта отображает портрет автора блога – это рыжеволосая девушка. Ввиду широкой распространенности сети Instagram среди аналогичных интернет-сообществ сегодня, было решено рассмотреть тревел-блог, располагающийся именно на данной платформе. Посты располагаются от более новых к более старым, так, в самом конце блога располагается самый первый пост, в котором блогер знакомит аудиторию с собой, рассказывая о своих увлечениях, о цели этого блога и предупреждая о том, что иногда посты в блоге могут располагаться не по порядку.

Как уже отмечалось выше, тема путешествий всегда была интересна для читателя, сегодня данная тема находит воплощение и в форме интернет-коммуникации. Instagram является доступной сетью для распространения информации о своем путешествии среди широкой аудитории. Кроме того, важной опцией сети является неразрывность блога и личности, которая ее ведет, 70% блогов ведутся от первого лица через призму собственных ощущений, с личными фотографиями и рассказами, что неизменно вызывает интерес у читателя. В свободной форме потенциальный читатель всегда может обратиться к автору блога – в комментариях (которые могут видеть все) или же написать в личные сообщения (личная переписка блогера и подписчика), это может быть как вопрос о путеше-

ствии, так и просто оценочный комментарий. Близость автора, простота связи с ним – все это делает Instagram привлекательным для современных читателей – интернет-пользователей.

Концепция блога такова, что посты располагаются по принципу одно место – один пост, который, в свою очередь, включает в себя фото, описание личных переживаний и впечатлений о посещении места, а также геолокацию, обозначенную над фото.

Материал настоящего исследования – тексты, размещенные под фотографиями, представленными блогером. На основе данных текстов были проанализированы языковые средства, оказывающие коммуникативное воздействие на читателя. На основе анализа блога «ginger journeys» были установлены различные художественно-выразительные, фонетические и грамматические средства, которые выполняют воздействующую функцию на читателя, заставляя его заострить внимание на тексте и побудить к действию – посещению конкретных мест, популяризируемых в блоге. Учитывая многообразие различных интернет-текстов в современных социальных сетях, текст поста, наделенный выразительным языком, несомненно, вызывает интерес читателя и заставляет обратить на себя внимание, тем самым выполняя рекламную функцию.

Фонетические средства.

Аллитерация: в самом названии блога «ginger.journeys», в котором можно наблюдать повторение звука <дж> в словах *ginger* и *journey*, что является привлекающим сочетанием на слух, и, как следствие, способно обратить внимание потенциальных подписчиков на данный аккаунт. В описании аккаунта автор называет себя ‘Globe-trotter’ (рысак по земному шару), данное авторское прозвище также содержит повтор согласного звука <т>. В тексте постов неоднократно используется данный прием, иногда в целых предложениях ‘breakneck’; ‘lights are all lit up already and there are loudspeakers

playing’. Фразы, слова и словосочетания гармонично звучат за счет повторения одинаковых фонем, благодаря чему такие фразы запоминаются, что важно при продвижении того или иного места. Кроме того, подобные детали наделяют текст особой выразительностью.

Выразительные средства синтаксиса.

Риторические вопросы: ‘A sleeping volcano covered with glaciers - could anything be more surprising? Or am I the only one who sees the irony?’; ‘What have I noticed?’; ‘City of stars? I guess... was I impressed? Not really’

К риторическим вопросам, в том числе, относятся и обращения к подписчикам в виде вопросов: ‘Oceans or mountains? Deserts or fields? What do you guys prefer?’. Данный прием позволяет сократить дистанцию между автором и читателем, призывая второго активно участвовать в обсуждении тем и вопросов, предложенных автором, кроме того, они отображают привычную для англоговорящей языковой манеры форму риторических вопросов в монологическом повествовании.

Краткие восклицательные предложения: ‘But!’; ‘we hit the Walk of Stars- and, boy! there’s so MANY of them!’. Авторский синтаксис указывает на эмоциональность авторского языка, как уже было отмечено, эмоциональный контакт является одним из обязательных компонентов успешно состоявшейся коммуникации. В данном случае синтаксис (восклицательные знаки) обеспечивает эмоциональный компонент, восполняя недостаток живого общения.

Художественно-выразительные средства.

Эпитеты: ‘warm drowsy nights (сонный, дремотный)’; ‘lazy Southern drawl’(ленивые); ‘The Lone Star State??’ (одинокая); ‘unapologetic redness’ (непримиримый); ‘super quirky houses’(супер быстрые); ‘Some of the most memorable parts (наиболее запоминающиеся) of our trip were the people - casual meetings, short

yet poignant conversations (трогающие душу разговоры); 'I felt a bit wimpy (хулый) next to them, dressed in 3 sweaters as I was'.

Данные средства выразительности используются многократно в тексте блога, придают ему особую образность и эмоциональность, тем самым, вызывая интерес и внимание потенциальных подписчиков. Кроме того, эпитеты позволяют автору предельно откровенно описать свои ощущения в тот или иной момент. Как уже отмечалось ранее, искренность и эмоциональная окрашенность – то, что отличает блоги от текстов туристических гидов и вызывает эмпатию у читателя. Как отмечают в своей статье Л.А. Пасечная, Г.С. Стренадюк, эпитеты позволяют отследить «положительный посыл и элементы информационной новизны, что вызывает желание испытать это самому, увидеть, ощутить» [7]. Так, эпитеты, использованные автором, вызывают желание у читателя ощутить описанное на собственном опыте.

Олицетворение: *'sleeping volcano' (спящий вулкан); 'graveyard of trees' (могила деревьев); 'fossilized trunks lie in shambles' (окаменелые стволы лежат в беспорядке); 'showcasing their colorful innards to all, who pass' (демонстрируя своих цветные внутренности всем, кто проходит мимо); 'cliffs to buckle in themselves and sink' (скалы изгибаются и тонут); 'little sea side towns perch on cliffs and sea lions loll on the shore' (маленькое побережье расположено на скалах, как на жерди, и морские львы валялись на берегу).* Частое использование данного художественного средства иллюстрирует образность мышления автора, что вызывает интерес к его личности, тем самым мотивируя на дальнейшее прочтение текста и выстраиванию своих собственных образов на основе прочитанного. Например, *'the unusual flavor of the city left an aftertaste'* (необычный аромат города оставил приятное послевкусие) или *'The arches themselves were weathered and shaped by the elements - water and wind'*

(Арки приобрели свою форму благодаря стихиям воды и ветра). Данные примеры провоцируют читателя на создание своих ассоциаций и образов, предложенных рамками авторского использования художественных средств.

Устойчивые выражения языка: *'bucket-list' (список желаний); 'if you ever want to feel teeny-tiny' (крошечный); 'the seediness of Hollywood were enough to put a damper on my good mood'; 'to get out of my bubble' (выбраться из зоны комфорта); 'bursting with life' (пышущий жизнью); 'uncharted waters' (напаханное поле, неизведанные воды – дословно).*

Широкое использование устойчивых выражений в языке является не только образным украшением языка текста, но кроме того, и важным инструментом для привлечения внимания читателя, заставляя его искать аналогии с выражениями в родном языке, тем самым выстраивая прочную ассоциативную связь с тем или иным выражением.

Графические средства выразительности.

Использование эмоджи: для ведения блога в социальной сети Instagram широко распространено использование эмоджи, которые являются незаменимой частью общения в сети и характеризуются удобством выражения различных эмоций. Так как в интернет-коммуникации отсутствует личное контактное общение, эмоции выражаются через специальные знаки, таким образом, использование эмоджи (смайликов) позволяет читателю догадаться о коннотации выражения, использованного автором и облегчить восприятие иностранного текста.

Использование верхнего регистра (Caps Lock) в тексте: *'...there's so MANY of them!'; 'It IS October already'.* В данном случае Caps Lock образует определенную систему знаков «необходимую для поддержания ощущения совместной, разделяемой действительности». Т.В. Бурак писал о необходимости использования графических звуковых форм изображения эмоций, в том числе, языковых

возможностей оформления с помощью клавиши Caps Lock для акцентирования определенных фрагментов текста, которая является невербальной формой воздействия на реципиента [2]. Так как интернет-коммуникация эмоционально окрашена, но в ней нет элемента личного присутствия, то необходимы дополнительные инструменты, как, например использование верхнего регистра, к которому в данном случае прибегает автор.

Лингвокультурологический аспект тревел-блога.

В своем блоге автор описывает специфические и культурно значимые обычаи, праздники, традиции, а также черты местности страны пребывания, что важно с точки зрения лингвокультурологического аспекта. Например, в постах автора встречаются описания ежедневной действительности родных краев. Так, блогер описала черты осени, характерные для места, где она живет, тем самым давая читателю представление об иностранной культуре и традициях. Например, осень для англоязычной культуры ассоциируется с праздником Halloween, в связи с которым автор приводит описание: *'Pumpkins and chrysanthemums stand on every porch, and towards the end of September many houses are decorated for Halloween. Spiderwebs on the roof, bones and tomb stones on the front lawn, skeletons, witches and ghosts in the windows.'* (Везде на порогах стоят тыквы и хризантемы. А к концу сентября многие дома украшены для Хеллоуина. Это значит, что дома опутаны паутиной, на газонах разбросаны пластмассовые кости и надгробные камни, из окон торчат скелеты, привидения и ведьмы). Для русскоязычного читателя, интересующегося англоязычной культурой, безусловно, будет актуально и интересно узнать об обычаях, сложившихся в стране изучаемого языка, представленных в форме личного опыта о местных реалиях. Так, из текста блога мы узнаем о традиции украшения домов в честь Хэллоуина.

Автор приводит различные ассоциации, которые возникают у него при столкновении с чем-то вновь увиденным. Для нас интересным и уникальным представляется проследить, какие культурные ассоциации возникают у типичного поколения молодых американцев при столкновении с тем или иным феноменом культуры. Так, например, штат Северная Каролина ассоциирован с шоу на портале Netflix: *'Now, lots of you might know NC because of the Netflix show «The Outerbanks»'*, в котором рассказывается о подростковых приключениях на островах Outer banks в Северной Каролине. Outer banks (дословно «внешние берега») – это длинная цепь островов в Северной Каролине, где люди отдыхают на океане. Из слов автора, мы понимаем, что многие ассоциируют штат с данным шоу.

Переходя к рассказу о путешествии в Новый Орлеан, блогер рассказывает о культурных символах, характерных для данного места: *'tarot card readers, intricate balconies in the French quarter, voodoo shops, remnants of Mardi Gras ribbons and beads'*. Для русскоязычного читателя данные культурные маркеры являются непонятными, так как находятся вне его ассоциативного поля. Дело в том, что в Новом Орлеане происходит смешение нескольких культур, в том числе испанской, французской, афроамериканской, культуры народов Гаити, местной культуры индейцев. Для индийской культуры было характерно использование кукол-Вуду, которое отвечает религиозным верованиям о духах, населяющих куклы, а также гадание на картах таро. Для русскоязычного читателя данный элемент культуры является неизвестным и непонятным, поэтому иностранный читатель не поймет ассоциацию Нового Орлеана с Вуду и таро без дополнительной информации. Так, можно сделать вывод о том, что туристические блоги наталкивают читателя на изучение не только языка, но и иностранной культуры.

Таким образом, проанализировав посты туристического англоязычного блога

«ginger journeys», можно сделать вывод о том, что язык блога – это эмоционально окрашенный текст, который отличается индивидуальностью и характеризуется особой выразительностью. Эмоциональные реплики автора вызывают чувство эмпатии у читателя, который отождествляет себя с блогером, сопереживает ему, переживая истории, описанные в посте так, словно они были рассказаны ему другом. Как известно, именно дружеские советы, рекомендации знакомых особо эффективно способны воздействовать на человека. Стоит отметить, что личные впечатления, представленные в блоге от первого лица, безусловно, влияют на желания и сознание читателя, побуждая его к посещению данного места и провоцируя на покупку туров и путевок. Кроме того, за счет сокращения дистанции между блогером и читателем, первый способен повлиять на второго, и, если подпис-

чик читает открытые эмоциональные записи в блоге уже продолжительное время, то воспринимает автора уже как давнего хорошего знакомого.

Изучение текстов туристических блогов позволяет познакомиться с ассоциативным мышлением представителей англоязычной культуры, традициями и взглядами на мир. Кроме того, язык, используемый блогером, – это язык современности, для которого характерно смешение дискурсов. Так, в блоге можно пронаблюдать не только туристический и культурный дискурсы, но и рекламный. Личностная подача информации, впечатления с использованием лексики с позитивной коннотацией являются мягкими формами воздействия на читателя, побуждающими его к действию, в изученном нами блоге – это поездка по штатам Америки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: дис. канд. филол. наук. Екатеринбург: 2013. 245 с.
2. Бурак Т.В. Разделяемые эмоции в современных формах повседневных интеракций // Философия и социальные науки. 2015. № 2. С. 58-63.
3. Голикова Т.А. Туристический блог как жанр интернет-коммуникации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 12. Орёл: ФГБОУ ВПО «ОГИИК», ООО «Горизонт», 2014. С. 271-280.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002. 477 с.
5. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие. Омск: Полиграфический центр «Татьяна», 2011. 414 с.
6. Пасечная Л.А., Стренадюк Г.С. Языковые средства аргументации туристического дискурса: сопоставительный аспект // Известия ВГПУ. 2018. №9 (132). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-sredstva-argumentatsii-turisticheskogo-diskursa-sopostavitelnyy-aspekt>
7. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Учебное издание. Воронеж, 2009. 188 с.
8. Широких Е.А. Конвергенция в сфере научной деятельности: проблемы, возможности, перспективы // Материалы Всероссийской научной конференции / Отв. ред. А.М. Макаров. 2018. Издательство: Издательский центр «Удмуртский университет». С. 359-364.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Astashova O.I. Rechevoj portret politika kak dinamicheskij fenomen: dis. kand. filol. nauk. Ekaterinburg: 2013. 245 s.
2. Burak T.V. Razdeljaemye jemocii v sovremennyh formah povsednevnyh interakcij // Filosofija i social'nye nauki. 2015. № 2. S. 58-63.

3. Golikova T.A. Turisticheskij blog kak zhanr internet-kommunikacii // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse: mezhvuz. sb. nauch. tr. Vyp. 12. Orjol: FGBOU VPO «OGIИK», ООО «Gorizont», 2014. S. 271-280.
4. Karasik V.I. Jazykovoј krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd, 2002. 477 s.
5. Kuz'mina N.A. Sovremennyj mediatekst: uchebnoe posobie. Omsk: Poligraficheskij centr «Tat'jana», 2011. 414 s.
6. Pasechnaja L.A., Strenadjuk G.S. Jazykovye sredstva argumentacii turisticheskogo diskursa: sopostavitel'nyj aspekt // Izvestija VGPU. 2018. №9 (132). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-sredstva-argumentatsii-turisticheskogo-diskursa-sopostavitel'nyy-aspekt>
7. Sternin I.A. Osnovy rechevogo vozdejstvija. Uchebnoe izdanie. Voronezh, 2009. 188 s.
8. Shirokih E.A. Konvergencija v sfere nauchnoj dejatel'nosti: problemy, vozmozhnosti, perspektivy // Materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii / Otv. red. A.M. Makarov. 2018. Izdatel'stvo: Izdatel'skij centr «Udmurtskij universitet». S. 359-364.

Поступила в редакцию 22.12.2020.

Принята к публикации 25.12.2020.

Для цитирования:

Крашенинникова А.А. Языковые средства в туристическом блоге как коммуникативный способ воздействия // Гуманитарный научный вестник. 2020. №12. С. 96-102. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2020/12/Krasheninnikova.pdf>