

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Фразеологическое своеобразие жанра туристического блога
(на материале английского и русского языков)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА**

Студента 4 курса 413.2 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков

Родякина Данила Сергеевича

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания,
канд. филол. наук

М.В. Золотарев

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания,
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2025

Введение. Процессы коммуникации, несомненно, занимают важную роль в жизни общества. Однако одновременно с эволюцией информационного общества процессы коммуникации поддаются значительным изменениям и поэтому требуют непрерывного изучения, поскольку образуются современные лингвистические направления. Одним из таких современных лингвистических направлений является интернет-лингвистика, возникшая в связи с масштабным распространением коммуникации в интернет-пространстве.

Интернет-пространство является местом, где язык изменяется и модифицируется, образуются разные дискурсивные жанры, в том числе одним из новых и интересных, на наш взгляд, для лингвистических исследований является туристический дискурс. Лингвистические исследования в области туристического дискурса активно проводятся в последнее десятилетие, поскольку индустрия туризма, которая стремительно развивается во всём мире, имеет свой собственный язык. Туристические компании и блогеры создают рекламу, в которой содержится определенный положительный посыл, призванный замотивировать людей на поездку в ту или иную страну, город, покупку определенного тура и т.д.

Таким образом, развивается и увеличивается число туристических агентств, трэвел-блогов, которые с точки зрения лингвистики представляют интересный материал для анализа, что обуславливает *актуальность* данной работы.

Объектом исследования данной работы является фразеологическое своеобразие текстов туристического дискурса в рамках жанра блога.

Предметом исследования являются особенности употребления фразеологических единиц в текстах русскоязычного и англоязычного туристического дискурса.

Целью исследования является изучение фразеологического своеобразия жанра блогов о путешествиях на английском и русском языках.

Реализация заданной цели определила постановку следующих *задач*:

1. Рассмотреть и изучить понятие дискурса в современной лингвистике;
2. Определить типологический статус туристического дискурса;
3. Подготовить корпус текстовых примеров, содержащих фразеологические единицы на английском и русском языках;
4. Провести количественный анализ выявленных фразеологических единиц;
5. Описать особенности употребления фразеологических единиц в англоязычных и русскоязычных текстах туристических блогов.

Для решения поставленных задач в работе используются следующие *методы исследования*: метод сплошной выборки, метод количественного анализа, метод классификации эмпирического материала, метод сравнительно-сопоставительного анализа.

Теоретическую и методологическую базу исследования составили работы ведущих отечественных специалистов, таких как В. И. Карасик, Н.Д. Арутюнова, В.В. Виноградов, Н. Н. Амосова и другие.

Практической основой этой работы являются официальные сайты англоязычных и русскоязычных туристических блогеров.

Материалом исследования послужил авторский корпус текстовых примеров, содержащих фразеологические единицы, отобранные методом сплошной выборки из современного англоязычного и русскоязычного туристического дискурса. Англоязычный корпус текстовых примеров включает 37 фразеологических единиц. Объем русскоязычного корпуса текстовых примеров составляет 39 фразеологических единиц.

Научная новизна исследования заключается в том, что полученные количественные результаты вносят вклад в расширение знаний о фразеологическом своеобразии туристического дискурса разноструктурных языков.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении знаний о лингвистических и стилистических особенностях такого жанра туристического дискурса, как блог. Данное исследование, на наш взгляд,

пополняет знания в области интернет-лингвистики и других направлений прикладной лингвистики.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных в рамках преподавания таких дисциплин, как «Стилистика», «Лексикология» и «Практика устной и письменной речи». Более того, полученные результаты исследования могут быть использованы с целью пополнения содержания современных тематических словарей.

Апробация исследования проводилась 24-25 апреля 2025 года в рамках 77 (2) студенческой научной конференции факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков Педагогического института СГУ имени Н. Г. Чернышевского.

Структура исследования: настоящая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников.

Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, определены цель, задачи и методы исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические вопросы, связанные с проблемой понимания дискурса, определения его типологического статуса, а также различия между текстом и дискурсом.

Во второй главе анализируются и классифицируются фразеологические единицы, а также выявляются особенности их употребления в текстах трэвел-блогеров на английском и русском языках.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Основное содержание. В первой главе «Теоретические аспекты текста и дискурса» исследуется научная литература, связанная с проблемой понимания дискурса, определения его типологического статуса, а также различия между текстом и дискурсом, а также раскрываются основные понятия темы.

В современном мире сознание, мышление и мировоззрение человека формируются под влиянием дискурсов, которые окружают его в повседневной жизни. Дискурс актуален для всех областей человеческой деятельности и может быть представлен любыми письменными и устными заявлениями, такими как: научные публикации и учебные материалы, лекции, эссе в журналах, выступления журналистов, политиков, деятелей культуры в СМИ, деловая переписка, медицинские рекомендации, то есть все, что предназначено для передачи определенных знаний от одних людей другим. В наиболее общем виде представляется уместным трактовать дискурс как целостное, законченное речевое произведение.

Термин «дискурс» от латинского «discurrere» означает «обсуждать», «вести переговоры», и в этом смысле он активно использовался в науке XVI-XVIII веков. С тех пор термин «дискурс» претерпел множество интерпретаций под влиянием времени и развития науки. Дискурс в 60-х и 70-х гг. XX века понимался как последовательность предложений или речевых актов. В конце 80-х гг. XX века дискурс начинают понимать как сложный коммуникативный феномен, сложную систему иерархии знаний, включающую помимо текста экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата и т.д.), необходимые для лучшего понимания текста. В конце XX века термин «дискурс» стал рассматриваться не только с точки зрения семантики и синтаксиса, но и в рамках междисциплинарного подхода к изучению явлений, а также как прагматика, изучающая взаимосвязь: текст – «адресат». В настоящее время исследователей дискурса интересуют механизмы их комплексного влияния на личность человека, на общественное сознание в целом.

Основные различия между дискурсом и текстом заключаются в следующем:

1) дискурс прагматичен, текст является исключительно лингвистической категорией;

2) дискурс - это категория процесса, текст - это категория результата (он статичен);

3) текст - это абстрактная конструкция, дискурс - ее актуализация.

Поскольку объектом исследования данной работы является изучение фразеологического своеобразия жанра туристического блога, необходимо остановиться на определении туристического дискурса.

Н.А. Тюленева предлагает рассматривать туристический дискурс, как «особый подвид и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер».

Туристический дискурс, по мнению Н.В. Филатовой, характеризуется следующими параметрами: участники (продавец, клиент, экскурсовод, экскурсант, составитель текста, получатель текста), место (офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство), цели (получение прибыли, получение экскурсионно-туристической услуги), ключевой концепт (путешествие), стратегии (стратегия позитива), материал (большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и прочее), разновидности и жанры (в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса; письменная разновидность включает в себя печатные тексты и компьютерно-опосредованную коммуникацию, устная разновидность делится на непосредственную и опосредованную).

Поскольку объектом исследования данной работы является изучение фразеологического своеобразия жанра туристического блога, необходимо сказать, что под жанром считается набор таких характеристик текста, как манера изложения, речевая форма и общепринятые традиционные методы построения речи и объединения речевых единиц.

В данном исследовании трэвел-блог понимается как уникальный интернет-дневник, который формирует гипертекстовое пространство вокруг

тезиса путешествия и других косвенных тезисов, связанных с темой туризма и блога.

Функции трэвел-блога на наш взгляд, сводятся к тому, чтобы облегчить читателю блога планирование путешествия, ответить на волнующие темы по поводу туризма, дать практические советы о возможном времяпрепровождении во время путешествия, лучших местах отдыха, ночлега, предоставить рассказ о способах передвижения для планируемого путешествия и др. То есть, трэвел-блогу присущи такие функции, как информативная, регулятивная и аккумулятивная, а задачей автора трэвел-блога является выявление основных интересов его аудитории, которые, конечно же связаны с путешествиями, и подача соответствующего материала, не нарушая общую концепцию блога.

Поскольку одной из задач исследования является выявить лексико-семантические особенности туристического дискурса на примерах фразеологических оборотов используемых англоязычными и русскоязычными трэвел-блогерами, считаем необходимым дать определения понятиям фразеология и фразеологическая единица.

Фразеология (от греч. выражение $\lambda\omicron\gamma\omicron\varsigma$ – означает понятие, учение) - раздел лингвистики, изучающий устойчивые речевые обороты и фразеологические выражения. Совокупность фразеологизмов языка также называется его фразеологией. В отличие от лексикологии, изучающей отдельные слова и словарный запас, фразеологизм изучает неоднозначные языковые единицы, устойчивые словосочетания:

- 1) коллокации;
- 2) фразеологизмы, которые включают в себя идиомы
- 3) речевые клише и фразеосхемы и т. д.

Фразеология как самостоятельная лингвистическая дисциплина возникла сравнительно недавно. Предмет и задачи, сфера и методы изучения фразеологии как науки пока четко не определены. Меньше других были разработаны вопросы об основных характеристиках фразеологизмов по

сравнению со свободными фразеологизмами, о классификации фразеологизмов и их соотношении с частями речи и т. д.

Поскольку фразеологизмы во многом схожи со словом, то и сама фразеология непосредственно примыкает к лексикологии. Некоторые ученые даже называют фразеологию лексикологией. Тем не менее, объем лингвистического материала, его специфика, а также развитие теории фразеологии дают все основания для выделения фразеологии в самостоятельную лингвистическую дисциплину.

Базовой единицей фразеологии является устойчивое сочетание, фразеологический оборот. Это воспроизводимая языковая единица, состоящая из двух или более осмысленных слов, цельная по своему значению и структурно устойчивая.

Фразеологическая единица — это законченная единица, состоящая из двух или более ударных компонентов глагольного характера, фиксированная (т. е. постоянная) по своему значению, составу и структуре. Значение каждого слова лексически обособлено. Значение фразеологизма, состоящего из двух и более слов, — это единая, целостная, обобщенная, всегда экспрессивная единица, которая прямо или косвенно называет и определяет объект, понятие, действие и т. д.

Во второй главе «Сравнительно-сопоставительный анализ фразеологического своеобразия жанра блога в англоязычном и русскоязычном туристическом дискурсе» изучено фразеологическое своеобразие блогосферы туристического дискурса на примере выбранного языкового материала.

Были задействованы общенаучные методы анализа и синтеза, такие как количественный анализ, а также анализ взаимоотношений компонентов внутри фразеологических единиц. Данный анализ включил в себя анализ содержания, а также количественный анализ текстов, текстовых массивов, видео, с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

В процессе исследования был сделан вывод, что в отличие от площадок для общения, таких как, например, форумы, блог является личной территорией автора, в которой он устанавливает свои правила, которые дают ему дополнительные возможности для самовыражения и творчества. Блог ведется от лица самого автора и содержит, по большей части, информацию, касающуюся автора лично, включая наиболее интересные события из его жизни, а также мнения о различных событиях в жизни общества.

Анализу были подвергнуты тексты популярных англоязычных и русскоязычных трэвел-блогеров и выбран исследуемый языковой материал. Рассматриваемые текстовые и видео фрагменты трэвел-блогеров связаны между собой общей темой - темой путешествий по России и в зарубежные страны.

В исследовании фразеологические единицы (ФЕ), выявленные в русскоязычном и англоязычном дискурсе трэвел-блогеров, для дальнейшего их анализа классифицированы с точки зрения грамматических, синтаксических, семантических и коннотативных аспектов.

На основе анализа выбранного материала можно сказать, что и в русскоязычном и в англоязычном дискурсе трэвел-блогеров преобладают фразеологизмы со структурой словосочетаний.

В русскоязычном дискурсе трэвел-блогеров фразеологизмы со структурой предложения составили 23%, а со структурой словосочетания 77% соответственно.

В англоязычном дискурсе трэвел-блогеров фразеологизмы со структурой предложения составили 5%, а фразеологизмы со структурой словосочетания 95% соответственно.

Классификация материала была выполнена на основе того, что в предложении есть законченная мысль, сообщение, вопрос или побуждение к действию, а также грамматическая основа, а словосочетание называет предмет и его признак или действие и его признак, а также имеет главное и зависимое слово.

Фразеологизмы со структурой словосочетания различаются по тому, какие части речи они в себя включают и какое слово в них является грамматически главным. Анализ фразеологических единиц в зависимости от синтаксической функции на основе количественного анализа выбранного материала, показал, что в дискурсе русскоязычных трэвел-блогеров преобладают глагольные фразеологизмы, которые составляют 24% от выбранного материала. Фразеологизмы именные и адвербиальные составили по 18 %. Адъективные фразеологизмы составили 21%, глагольно-пропозициональные 13% и междометные 6% соответственно. В дискурсе англоязычных трэвел-блогеров также преобладают глагольные фразеологизмы, которые составляют 43% от всего выбранного материала. Фразеологизмы именные составили 6%, атрибутивные 22 %, адвербиальные (наречные) 25%, междометные 3% соответственно.

В ходе проведения практической части исследования фразеологические единицы были также классифицированы по степени семантической слитности или аналитичности их значений.

Данная классификация было предложена академиком В.В. Виноградовым. Фразеологические единицы могут быть классифицированы по степени внутренней мотивированности их значения и степени спаянности компонентов (идиоматичности).

В. В. Виноградов выделил три типа фразеологических единиц:

1) фразеологические сращения (идиомы) — полностью немотивированные словосочетания, значение которых не вытекает из значений составляющих его компонентов, они обладают наибольшей спаянностью компонентов;

2) фразеологические единства — частично мотивированные фразеологические единицы, значение которых выводится из значения составляющих их компонентов. Они отличаются от сращений меньшей степенью спаянности компонентов.

3) фразеологические сочетания – относительно устойчивые мотивированные обороты, в которых один компонент фразеологического сочетания употребляется в прямом значении, а другой в переносном;

4) фразеологические выражения - в отличие от предыдущих типов, состоят из семантически членимых словосочетаний со свободными значениями и употребляются в прямом значении.

Таким образом, анализ выбранного языкового материала показал, что и в русскоязычном, и в англоязычном дискурсе трэвел-блогеров преобладают фразеологизмы со структурой словосочетаний. В русскоязычном дискурсе трэвел-блогеров фразеологизмы со структурой словосочетания составили 77%, в англоязычном дискурсе – 95%.

Анализ фразеологических единиц в зависимости от синтаксической функции на основе количественного анализа выбранного материала, показал, что в дискурсе русскоязычных трэвел-блогеров преобладают глагольные фразеологизмы, которые составляют 24% от выбранного материала, фразеологизмы, именные и адвербиальные составили по 18%, адъективные фразеологизмы составили 21%, глагольно-пропозициональные 13% и междометные 6%. В дискурсе англоязычных трэвел-блогеров также преобладают глагольные фразеологизмы, которые составляют 43% от выбранного материала, фразеологизмы именные составили 6%, атрибутивные 22%, адвербиальные (наречные) 25%, междометные 3% соответственно.

На основании вышеизложенного, согласно классификации типов фразеологических единиц В. В. Виноградова, следует, что в дискурсе русскоязычных трэвел-блогеров преобладают фразеологические сращения, которые составляют 41% от всего объема исследованного материала, фразеологические сочетания 31%, фразеологические единства 26% и фразеологические выражения 2% соответственно. В дискурсе англоязычных трэвел-блогеров преобладают фразеологические сочетания, которые составляют 60% от выбранного материала, фразеологические единства 16%,

фразеологические сращения - 19% фразеологические выражения – 5% от всего исследуемого материала соответственно.

Кроме того, в исследовании фразеологические единицы были классифицированы по характеру эмоциональной коннотации (положительная, отрицательная, нейтральная). В результате получилось, что в исследуемом дискурсе русскоязычных и англоязычных трэвел-блогеров по характеру эмоциональной коннотации преобладают нейтральные фразеологические единицы, которые составляют 56% от всего русскоязычного объема исследованного материала, и 62% англоязычного материала, отрицательные 26% - 22%, положительные 18% - 16% соответственно.

Заключение. Изучение фразеологизмов как языковых единиц, наиболее ясно выражающих национальные особенности культуры народоносителя языка, представляется важным, в связи со стремлением к адекватному восприятию ментальности представителей данного народа на фоне развивающихся связей в различных сферах жизнедеятельности человека. Процессы, происходящие сейчас в английском и русском языках, достаточно активны, новые явления возникают и развиваются стремительно.

Фразеологические обороты обогащают речь не столько количественно, сколько качественно за счет своей способности метко и образно выражать сущность довольно сложных явлений, они придают языку яркость черт национального характера и тот неповторимый колорит, который отличает один язык от другого. Общие и отличительные свойства образных средств русского и английского языков помогают увидеть единство и своеобразие языковых единиц, ведь соотношение этих образов – очень интересный феномен в языкознании.

Исследование фразеологических единиц, используемых в трэвел-блогах, приобретает особое значение, так как применение фразеологизмов добавляет этим текстам яркую эмоциональную окрашенность. Благодаря фразеологизмам усиливается эстетический аспект языка. Основной целью

трэвел-блогов является речевая специфика в текстовом контенте туристических блогов, которая основана на имеющихся авторских знаниях и на новых знаниях, успешно интегрированных в блог с учетом пожеланий аудитории.

Анализ языкового материала включал в себя анализ содержания, а также количественный анализ текстов, текстовых массивов, видео, с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

Анализу были подвергнуты тексты популярных англоязычных и русскоязычных трэвел-блогеров и выбран исследуемый языковой материал. Рассматриваемые текстовые и видео фрагменты трэвел-блогеров связаны между собой общим жанром общей темой - темой путешествий по России и в зарубежные страны.

Классификация ФЕ на основе лингвистического анализа языкового материала англоязычных и русскоязычных трэвел-блогеров показала, что по грамматической структуре в туристическом дискурсе преобладают фразеологизмы со структурой словосочетаний. В зависимости от соотнесенности к частям речи ФЕ преобладают глагольные фразеологизмы, по семантической слитности в туристическом дискурсе англоязычных трэвел-блогеров преобладают фразеологические сочетания, которые составляют 60% от выбранного материала, а в дискурсе русскоязычных трэвел-блогеров преобладают фразеологические сращения, которые составляют 41 % от всего объема исследованного материала.

Кроме того, классификация ФЕ по характеру эмоциональной коннотации имеет большое значение, поскольку выразительные свойства фразеологизмов, их специфичность способны выражать субъективно-эмоциональное восприятие. Таким образом, при объединении близких по экспрессии фразеологических единиц в лексические группы можно выделить фразеологические единицы, выражающие положительную, нейтральную и отрицательную оценки называемых понятий. По характеру эмоциональной

коннотации в исследуемом дискурсе русскоязычных и англоязычных трэвел-блогеров преобладают нейтральные фразеологические единицы, которые в русскоязычном дискурсе составляют 56 % и 62 % в англоязычном, отрицательные 26% - 22%; положительные 18% - 16% соответственно.

Итак, полученные выводы позволяют утверждать, что в силу своей актуальности трэвел-блоги являются хорошим источником материалов для анализа современной английской и русской речи, так как отражают ее непосредственно в самом процессе развития, поставленные задачи решены, и цель исследования достигнута.