

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК [811.111+811.134.2]’42(045)

Биюмена Анна Александровна

кандидат филологических наук,
доцент, доцент кафедры
речеведения и теории коммуникации
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Anna Biyumena

PhD in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Speechology and Theory Communication
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
a_mesyats@mail.ru

Телипко Александра Алексеевна

выпускник
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Aleksandra Telipko

Graduate
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
aleksandratelipko02@gmail.com

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ДИАЛОГИЗАЦИИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ТРЭВЕЛ-БЛОГЕ****LEXICAL-SEMANTIC DIALOGIZATION MEANS
IN THE ENGLISH AND SPANISH TRAVEL BLOG**

В статье рассматривается использование в англоязычном и испаноязычном трэвел-блогах лексико-семантических средств диалогизации, в частности, диминутивных суффиксов, оценочных выражений и сленговых единиц, направленных на создание диалога со зрителем и активное вовлечение адресата в повествование блога. Определяются основные различия и сходства данных приемов в текстах на двух языках, а также прагматические функции, которые они выполняют в контексте трэвел-блога.

Ключевые слова: интернет-дискурс; блог; диалогичность; диалогизация; английский язык; испанский язык; языковые средства.

The article examines the use of lexical-semantic means of dialogization in English and Spanish-language travel blogs, in particular, diminutive suffixes, evaluative expressions and slang units aimed at creating the dialogue with the audience and actively involving the addressee in the blog narrative. The main differences and similarities between these techniques in texts in two languages are determined, as well as the pragmatic functions that they perform in the context of a travel blog.

Key words: Internet discourse; blog; dialogueness; dialogization; English language; Spanish language; language tools.

Появление и стремительное развитие информационных технологий и Интернета привели к глубоким трансформациям в общественной и языковой среде. Интернет перестал быть просто источником информации, он стал важнейшим инструментом коммуникации, интегрированным в различные сферы повседневной жизни и оказывающим существенное влияние на речевую практику [1, с. 90].

В настоящее время блоги представляют собой неотъемлемую часть онлайн-пространства и являются популярными сервисами для личного пользования. Они стали не только платформой для самовыражения, но и средством обмена мнениями и информацией. Привлекательными характеристиками блога считают их открытость, доступность и интерактивность [2, с. 73], что позволяет читателям не только получать актуальную и необходимую информацию от автора блога, но и активно участвовать в ее обсуждении, оставлять комментарии, задавать вопросы и выражать свое мнение. Этот новый уровень взаимодействия в онлайн-пространстве, способствующий формированию динамичной и гибкой лингвистической среды, представляет высокий интерес для исследователей.

В современном цифровом мире многие пользователи Интернета рассматривают блог как платформу для документирования своих поездок и опыта путешествий. Блоги о путешествиях, или трэвел-блоги, становятся вдохновляющим источником информации о новых местах, культурах и народах. Контент блога включают в себя обзоры, комментарии и отзывы блогера, что может оказывать влияние на формирование общественного мнения по поводу туристических направлений и решения путешественников, а также служить своего рода критерием для осознания аудиторией собственных предпочтений и потребностей. Исходя из этого, «миссия блогера-путешественника – провести читателя по новым местам, рассказать о них так, чтобы пользователь ощутил на себе эффект присутствия» [3, с. 89].

Что касается трэвел-видеоблогинга, это относительно новое явление, возникшее в начале 2000-х годов в США как видеоизмененная форма привычных текстовых трэвел-блогов. В странах СНГ его развитие началось с появления известной платформы для размещения контента – видеохостинга YouTube [4, с. 36].

Данная статья посвящена исследованию лексико-семантических средств диалогизации в англоязычных и испаноязычных трэвел-блогах. В качестве материала исследования использовались видеоматериалы англоязычных трэвел-блогеров из Великобритании, США и Канады, а также видеоролики аргентинских, колумбийских, венесуэльских и испанских блогеров.

Английский язык выделяется как уникальное явление в контексте онлайн-коммуникации, поскольку в виртуальной среде он имеет статус международного лингва франка. Этот язык служит средством общения между представителями разных культур и национальностей, облегчая обмен информацией в глобальном масштабе. По оценкам W3Techs [5] 53,6 % всех веб-сайтов используют английский в качестве основного языка. Помимо этого, на данный момент более 1 миллиарда пользователей Интернета прибегают к английскому языку для осуществления своих онлайн-взаимодействий, что делает его бесспорным лидером среди языков интернет-коммуникации.

Что касается испанского языка, в настоящее время он занимает второе место по числу говорящих в мире, уступая только китайскому. Согласно данным отчета “El español: una lengua viva – 2021” испанский является и вторым по распространенности языком на цифровых платформах, таких как YouTube, Facebook, Netflix, LinkedIn, Википедия и Instagram, где первое место занимает английский, а доля испаноговорящих пользователей онлайн-сообщества составляет 7,9 % от всех интернет-пользователей [6]. Прочная позиция в языковом интернет-пространстве, а также стремительный рост числа испаноговорящих пользователей значительно усиливает роль испанского как языка международного общения.

Разнообразие форм коммуникации в виртуальном пространстве создает практически безграничные возможности для реализации диалогичности в интернет-среде. Вопрос об определении данного феномена активно обсуждается в работах многих исследователей, что обусловлено его многогранностью и разнообразием подходов к его трактовке. Так, Н. А. Красавцева считает, что диалогичность – это некая форма существования языка, которой присущи признаки диалога и изменение языковых особенностей высказывания адресанта, вызванное учетом реакции адресата [7, с. 12]. По мнению А. Ю. Арутюновой, категория диалогичности текста связана с формированием языкового состава высказывания адресанта под влиянием адресата. Исследователь подчеркивает важность направленности высказывания на адресата и интертекстуальности – способности частей текста соотноситься с другими высказываниями [8, с. 9].

Структура онлайн-общения пронизана многоголосием. Это могут быть как диалоги между несколькими коммуникантами, обменивающимися репликами, так и тексты одного автора, в которых прослеживается направленность на виртуального собеседника и предугадываются его возможные реакции на представленную информацию [9, с. 22]. Многие

внешне монологические жанры Интернета, в частности трэвел-блоги, являются диалогическими. Каждая запись, видеоролик, будучи монологическим речевым произведением, обладает высоким потенциалом для диалогического взаимодействия [10].

Распространенным приемом трансформирования монолога ведущего в диалогическое высказывание являются **диминутивы**, которые применяются для уменьшения размера предмета, существа, добавления эмоционального оттенка слову, а также преуменьшения значения сказанного. Чаще всего в испанских трэвел-блогах встречается уменьшительно-ласкательный суффикс *-ito* (м.р.)/*-ita* (ж. р.). Он указывает на небольшой размер предмета речи, а также выражает положительное эмоциональное отношение к описываемому явлению [11]: *casa* 'дом' – *casita* 'домик'; *flor* 'цветок' – *florecita* 'цветочек'; *libro* 'книга' – *librito* 'книжечка'; *montaña* 'гора' – *montañita* 'горочка'; *gato* 'кот' – *gatito* 'котенок'; *taza* 'чашка' – *tacita* 'чашечка'; *pastel* 'торт' – *pastelito* 'тортик'; *perro* 'собака' – *perrito* 'собачка'.

У авторов англоязычных блогов нередко встречаются разнообразные уменьшительно-ласкательные суффиксы, при этом такие морфемы чаще используются в американских блогах, чем в британских. Для англоязычных блогов характерны два типа диминутивных суффиксов – положительные и отрицательные. Использование суффиксов *-let*, *-e(t)te*, *-sy/sie*, *-ock*, *-ling* придает слову положительную эмоциональную окраску, а также подчеркивает небольшой размер объекта: *Those waves gave our footsies a real ticklin* 'Эти волны щекотали наши **ножки**'; *We found this adorable cafe with bitsy tables, perfect for an intimate coffee date* 'Мы нашли это очаровательное кафе с **малюсенькими** столиками, идеально подходящее для уединенного кофейного свидания'; *Our cozy little cottage had a charming kitchenette* 'В нашем небольшом уютном домике была очаровательная **кухонька**'; *I spotted a little floweret in the field* 'Я заметил в поле маленький **цветочек**'; *We embarked on a hike to the top of the hillock* 'Мы отправились в пешую прогулку на вершину **холмика**'; *Let's feed this catling* 'Давайте покормим этого **котеночка**' (здесь и далее перевод с английского языка наш. – А. Б.).

Уменьшительно-ласкательные суффиксы *-let*, *-ling* могут иметь негативный оттенок в зависимости от контекста: *I would hate to meet that weakling again* 'Я бы не хотел еще раз встретить этого **слабака**'; *I can't just be a wasteling I need to spend that \$100 consciously* 'Я не могу быть просто **транжирой**, я должен потратить эти 100 долларов осознанно'; *I don't get*

who this guy thinks he is. He's being very provocative, such a kinglet
'Я не понимаю, кем этот парень себя возомнил. Он ведет себя очень вызывающе, эдакий **царек**'.

Уничижительное значение и негативную окраску слову придают такие суффиксы, как *-aster, -(e)rel* [12], встречающиеся в речи англоязычных трэвел-блогеров намного реже позитивнооценочных суффиксов. Чаще всего они наблюдаются в ситуациях недоумения и недовольства, придавая повествованию саркастический оттенок: *We shouldn't have paid so much money for that musicaster's show* 'Не стоило платить столько денег за концерт этого **музыкантишки**'; *Then I'm kind of a philosophaster, too* 'Тогда я тоже в некотором роде **«философ»**'; *With doggerel like that, I'm gonna be famous* 'С такими **стишками** я скоро стану знаменитым'; *They tried to mess with me, but I'm not a dotterel like they expected* 'Они пытались надо мной подшутить, но я не такой **дурачок**, как они ожидали'.

Для выражения мнения и рекомендаций трэвел-блогеры часто используют **оценочные слова и сочетания**, которые помогают зрителям лучше понимать отношение блогера к различным аспектам путешествия и принимать решения о своих собственных поездках. В англоязычных блогах многочисленны оценочные существительные, прилагательные и словосочетания прилагательное + существительное: *I have to say, the customer service at this airline was terrible* 'Должен сказать, что обслуживание клиентов в этой авиакомпании было **ужасным**'; *The local cuisine in this town is a culinary delight* 'Местная кухня в этом городе просто кулинарное **наслаждение**'; *The beachfront location of our hotel was pure bliss* 'Расположение нашего отеля на берегу моря было **настоящим блаженством**'; *It's an adrenaline junkie's heaven* 'Это **рай** для любителей адреналина'; *The city's nightlife? A party animal's dream – clubs, bars, and late-night street food* 'Ночная жизнь города? **Мечта** тусовщика – клубы, бары и ночная уличная еда'; *Don't miss the mouthwatering local dishes* 'Не пропустите **аппетитные** блюда местной кухни'.

В испаноязычных трэвел-блогах средства диалогизации, относящиеся к данной группе, более разнообразны. Помимо оценочных прилагательных и существительных, в речи испаноязычных блогеров наблюдаются **гиперболы и лексические усиления**. Использование гипербол и усилений помогает наиболее точно передать эмоции и впечатления, которые испытывает автор блога во время путешествия. Это делает контент более живым и эмоциональным, что способствует привлечению аудитории. Обычно гипербола встречается при неформальных обозначениях количества чего-либо, что связано с общей тенденцией разговорной речи

избегать точных цифр и оценок [13, с. 81]: *¡Comí tantos tacos que **podría alimentar a un ejército entero!*** ‘Я съел столько тако, что **мог бы накормить целую армию!**’; *¡Tuvimos cientos de aventuras en este viaje!* ‘Мы пережили **сотни приключений** в этой поездке!’; *¡Tardamos siglos en llegar a la cima de la montaña!* ‘Нам понадобилось **не одно столетие**, чтобы добраться до вершины горы!’; *¡Había una avalancha de gente en la tienda durante las rebajas!* ‘В магазине было огромное количество людей (досл. ‘**лавина людей**’) во время распродаж!’; *¡Probé todas las delicias locales y sentí que había comido para una vida entera!* ‘Я попробовал все местные деликатесы и почувствовал, что **наелся на всю жизнь!**’ (здесь и далее перевод с испанского языка наш. – А. Т.).

Диалогизации англоязычных и испаноязычных трэвел-блогов способствуют также **сленговые выражения**. Авторы блогов используют их как для выражения оценки объектов, событий и ситуаций, так и просто в общении со своими зрителями. В текстах молодых блогеров данные средства служат целям создания теплой дружеской атмосферы, привлечения внимания аудитории к своей личности, формирования определенного образа своего канала. Тематика таких выражений довольно многообразна: описание бытовых предметов, характер выполнения действий, взаимоотношения между людьми, форма проведения досуга и т.п. Приведем примеры использования сленговых выражений в английском трэвел-блоге: *That movie was so **dope!*** ‘Этот фильм был таким **классным!**’; *That dessert was **sick*** ‘Десерт был **улетным!**’; *Liam is going out to dinner with his **bae** tonight* ‘Лиам собирается сегодня поужинать со своей **девушкой!**’; *She **slayed** that performance!* ‘Она **великолепно выступила!**’; *I was absolutely **chuffed*** ‘Я был абсолютно **счастлив!**’; *My makeup is **on fleek** today* ‘Мой макияж сегодня **на высоте!**’; *This beach is so **insta-worthy*** ‘Этот пляж – **инстаграмный!**’; *I’m completely **skint for the rest of the trip after the shopping here*** ‘После шопинга здесь у меня совершенно нет денег на оставшиеся дни поездки’; *After a long day of hiking, I was absolutely **knackered*** ‘После долгого прогулочного дня я был совершенно **измотан!**’.

В испаноязычных трэвел-блогах также достаточно распространены сленговые слова: *Oye, este restaurante es **una pasada!*** ‘Слушайте, этот ресторан – **просто нечто!**’; *No dejes que **te camele*** ‘Не дай ему себя **охмурить!**’; *Eso es raro, pero **mola*** ‘Это странно, но **круто!**’; *Es un bar **pijo*** ‘Это бар **для мажоров!**’; *No soy **aguafiestas**, voy a la **juerga** con ellos* ‘Я не **зануда**, пойду к ним на **гулянку!**’; *¿Y por qué está cantando esa **chorrada?*** ‘Почему он поет эту **бредовую** песню?’; *Parece **maja**, ¿verdad?* ‘Кажется **милашкой**, правда?’; *Vas a **flipar*** ‘Ты **обалдеешь!**’; *Hay tiendas **chéveres*** ‘Есть **крутые** магазины’; *Vamos a **rumbear*** ‘Пойдем **тусить!**’.

Характерной особенностью испаноязычных блогов о путешествиях также является значительное количество сленгизмов-англицизмов: *¡Esa tienda tiene cosas **supercool*** (англ.) 'В этом магазине есть **очень крутые** вещи'; *No puedo creer que haya tanto **hype*** (англ.) *alrededor de este evento* 'Не могу поверить, что вокруг этого события такой **ажиотаж**'; *El café de este lugar es un **must-try*** (англ.) 'Кофе в этом месте **обязательно стоит попробовать**'; *¡Este lugar tiene un **vibe*** (англ.) *muy relajado!* 'В этом месте очень непринужденная **атмосфера!**'.

В результате анализа были сделаны следующие выводы. Для англоязычного и испаноязычного трэвел-блогов распространенными приемами диалогизации речи являются диминутивные суффиксы, оценочные слова и сленговые выражения. Если в английском языке многообразие лексико-семантических средств в основном представлено уменьшительно-ласкательными суффиксами, имеющими как положительный, так и отрицательный оттенок, то в испанском трэвел-блоге разнообразие данной группы средств наблюдается в оценочных выражениях. Так, частотное использование гипербол и лексических усилений является характерной чертой испаноязычного трэвел-блога. Сленг в равной степени наблюдается в обоих языках, однако испанские трэвел-блогеры также используют в своей речи сленговые англицизмы. Рассмотренные средства диалогизации делают речь блогеров более живой и дружелюбной, располагают к себе зрителей блогов. Благодаря разнообразию используемых единиц речь авторов трэвел-каналов звучит естественно и непринужденно, максимально приближаясь к межличностному общению, где каждый коммуникант чувствует себя частью равноправного диалога.

Таким образом, категория диалогичности является неотъемлемой характеристикой трэвел-блога. Блог сочетает в себе монолог (первичное сообщение блогера) и диалог (реакции зрителей на это сообщение). Направленность речевого произведения на адресата, языковая организация речи блогеров исходя из реакций и потребностей их целевой аудитории, пробуждение определенных эмоций у интернет-пользователей – те основные факторы, которые создают иллюзию диалогического взаимодействия в формально монологическом жанре.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ксимитова, А. Ф. Сетевой фольклор в рекламной коммуникации / А. Ф. Ксимитова, Е. Н. Ежова // Коммуникации в условиях цифровых изменений : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 28–29 нояб. 2023 г. / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 285 с.

2. *Ким, М. Н.* Блоги в творческом труде журналиста / М. Н. Ким // *Управленческое консультирование*. – 2022. – № 4. – С. 71–78.
3. *Паниковская, М. А.* Специфика трэвел-журналистики в блогосфере / М. А. Паниковская // *Медиасреда*. – 2016. – № 11. – С. 85–91.
4. *Стежко, Н. Г.* Экранная трэвел-журналистика и трэвел-блогинг : генезис и сравнительный анализ / Н. Г. Стежко, П. О. Недвецкая // *Журнал Белорус. гос. ун-та. Журналистика*. – 2022. – № 2. – С. 33–42.
5. Usage statistics of content languages for websites [Electronic resource] // *Web technology surveys*. – Mode of access: https://w3techs.com/technologies/overview/content_language. – Date of access: 04.11.2023.
6. El español: una lengua viva. Informe 2021. Instituto Cervantes [Electronic resource]. – Mode of access: https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2021.pdf. – Date of access: 02.10.2023.
7. *Красавцева, Н. А.* Выражение диалогичности в письменной научной речи (на материале английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. А. Красавцева ; Одес. гос. ун-т им. И. И. Мечникова. – Одесса, 1987. – 15 с.
8. *Арутюнова, А. Ю.* Диалогичность текста и категория связности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. Ю. Арутюнова ; Ставроп. гос. пед. ин-т. – Ставрополь, 2007. – 22 с.
9. *Колокольцева, Т. Н.* Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т. Н. Колокольцева. – Волгоград : Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2001. – 260 с.
10. *Колокольцева, Т. Н.* Проблемы изучения диалогической коммуникации и специфика интернет-диалогов (на материале блога) / Т. Н. Колокольцева // *Сетевой журнал «Культура и текст»*. – 2021. – № 1 (44). – С. 197–215.
11. *Дрога, М. А.* Слова с диминутивными суффиксами в русском и испанском языках / М. А. Дрога // *Русский язык на перекрестке эпох: традиции и инновации в русистике : III междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию РАУ, Ереван, 24–26 сент. 2017 г. : сб. науч. ст. / Мин-во науки и высш. образования Рос. Федерации, М-во образования и науки Респ. Армения*. – Ереван, 2018. – С. 410–415.
12. The Phrontistery: Obscure words and vocabulary resources [Electronic resource]. – Mode of access: <https://phrontistery.info/aster.html>. – Date of access: 04.11.2023.
13. *Федосова, О. В.* Гипербола в разговорном стиле и речи (на материале пиренейского варианта испанского языка) / О. В. Федосова // *Вестн. РУДН, Сер. Русский и иностранные языки и методика их преподавания*. – 2009. – № 2. – С. 78–86.

Поступила в редакцию 25.03.2024