ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ НА САЙТЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Бердиева Гавхар
Магистр 2 курса
Самаркандский государственный университет

Аннотация. *Данная работа посвящена исследованию лингвистических особенностей текстов туристической направленности на основе анализа туристического дискурса в интернет-пространстве. В качестве материала рассматриваются англоязычные туристические сайты, где тексты выполняют информационную, рекламную и эмотивно-побудительную функции. В исследовании анализируются тематическая лексика, грамматические особенности (преимущественное использование времён Present Simple, Present Continuous, Present Perfect), а также стилистические средства, такие как экспрессивные прилагательные, топонимы и глаголы в императивной форме. Особое внимание уделяется роли языковых средств в формировании привлекательного образа туристических объектов и воздействии на потенциального потребителя. Показано, что туристический дискурс характеризуется высокой степенью прагматичности, межкультурности и эмоциональной насыщенности, что обеспечивает его эффективность как средства современной массовой коммуникации.*

Ключевые слова: *туристический дискурс, лингвистические особенности, интернет-тексты, туристическая лексика, стилистические средства, прагматика, экспрессивность, реклама, топонимы, императив, коммуникация*

Введение

В современную эпоху цифровых технологий интернет-пространство стало одним из основных источников информации, в том числе в сфере туризма. Туристические сайты выполняют не только информативную функцию, но и активно используются как средство рекламного воздействия, формируя у потенциальных клиентов интерес к различным туристическим направлениям. В этом контексте особое значение приобретает туристический дискурс как специфический вид коммуникации.

Туристический дискурс представляет собой совокупность текстов, функционирующих в сфере туризма и направленных на информирование, убеждение и эмоциональное воздействие на адресата. Он отличается высокой степенью прагматичности, поскольку его основная цель заключается в привлечении внимания и побуждении к совершению туристической поездки. Лингвистическая структура туристических текстов характеризуется использованием тематической лексики, экспрессивных языковых средств, грамматических конструкций

настоящего времени, а также топонимов и императивных форм глаголов. Все эти элементы способствуют созданию положительного образа туристического объекта и усиливают воздействие на читателя. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения языковых механизмов воздействия в туристических интернет-текстах, а также выявления их стилистических и прагматических особенностей. Анализ таких текстов позволяет лучше понять особенности современного туристического дискурса и его роль в межкультурной коммуникации.

Туристический дискурс в современном интернет-пространстве представляет собой сложное лингвистическое явление, объединяющее информационные, рекламные и эмоционально-воздействующие функции. Его основная цель заключается не только в передаче информации о туристических объектах, но и в формировании у адресата желания совершить путешествие. Именно поэтому языковые средства в туристических текстах подбираются таким образом, чтобы оказывать максимальное воздействие на читателя.

Одной из ключевых особенностей туристических текстов является использование тематической лексики, связанной с различными сферами отдыха и путешествий. Например, широко применяются слова, описывающие природу и пляжный отдых: coastal track, scenic shoreline, beach, ocean baths, swim. Также активно используется лексика, связанная с культурой и искусством: Sydney Opera House, cultural experience, works of art, theatre, ballet. Кроме того, важное место занимает гастрономическая лексика: traditional cuisine, local ingredients, food scene. Эти лексические группы помогают создать полное представление о туристическом направлении и делают текст более насыщенным и привлекательным. Важную роль в туристическом дискурсе играют экспрессивные прилагательные, которые усиливают эмоциональное воздействие текста. Например: breathtaking views, stunning coastline, picturesque landscapes, vibrant city, fabulous experience, perfect destination. Такие слова формируют у читателя положительное восприятие описываемого места и создают эффект идеализированного образа.

Особое внимание в туристических текстах уделяется использованию глаголов в императивной форме, которые выполняют побудительную функцию и напрямую воздействуют на читателя. Например:

- Spend your holiday exploring beautiful beaches
- Discover hidden natural wonders
- Relax on the sandy shore
- Visit iconic landmarks
- Experience unforgettable adventures

Такие конструкции побуждают адресата к действию и создают ощущение личного участия в описываемых событиях.

Грамматическая система туристических текстов также имеет свои особенности. Наиболее часто используются времена Present Simple, Present Continuous и Present Perfect, которые создают эффект «настоящего присутствия». Например:

- The city offers many attractions for visitors (Present Simple)
- You are walking along the beautiful coastline (Present Continuous)
- Many tourists have already visited this amazing place (Present Perfect)

Использование настоящего времени делает текст более живым и убедительным, создавая иллюзию того, что события происходят прямо сейчас.

Отдельное значение в туристическом дискурсе имеют топонимы, то есть географические названия. Они придают тексту достоверность и культурно-географическую окраску. Например: Australia, Sydney, Bondi Beach, Melbourne, Sydney Harbour, North Head. Благодаря использованию таких единиц читатель получает конкретную информацию о месте путешествия и лучше ориентируется в пространстве. Таким образом, лингвистическая структура туристических текстов характеризуется комплексным использованием лексических, грамматических и стилистических средств. Их взаимодействие обеспечивает реализацию основной функции туристического дискурса — привлечение внимания, формирование интереса и побуждение к действию.

Таблица 1. Лингвистические особенности туристического дискурса в интернет-текстах

Языковой уровень	Особенности	Примеры	Функция
Лексический	Использование тематической туристической лексики	beach, coastal track, cultural experience, food scene	Информирование, описание туристического продукта
Лексический	Экспрессивные прилагательные	breathtaking, stunning, fabulous, picturesque, vibrant	Эмоциональное воздействие, создание привлекательного образа
Лексический	Топонимы (географические названия)	Sydney, Melbourne, Bondi Beach, Australia	Культурно-географическая конкретизация, достоверность
Грамматический	Времена Present Simple	The city offers many attractions	Создание фактичности и универсальности

Грамматический	Present Continuous	You are exploring the coastline	Эффект присутствия, вовлечённость
Грамматический	Present Perfect	Tourists have visited this place	Связь с опытом и реальностью
Синтаксический	Императивные конструкции	Discover, Visit, Experience, Relax	Побуждение к действию
Стилистический	Рекламно-эмоциональная окраска	unforgettable journey, amazing destination	Формирование интереса и желания путешествовать

Проведённое исследование лингвистических особенностей текстов туристической направленности на основе анализа интернет-дискурса позволяет сделать вывод о том, что данные тексты представляют собой сложную и многослойную систему коммуникации, сочетающую информационную, рекламную и эмотивно-побудительную функции. В ходе анализа установлено, что туристические тексты характеризуются целенаправленным использованием языковых средств, направленных на привлечение внимания и формирование положительного образа туристических объектов. К числу наиболее значимых лингвистических особенностей относятся тематическая лексика, экспрессивные прилагательные, топонимы, а также грамматические конструкции настоящего времени и императивные формы глаголов.

Особую роль в туристическом дискурсе играет экспрессивная лексика, которая формирует эмоционально положительное восприятие описываемых объектов (breathtaking views, stunning landscapes, vibrant city). Также важным элементом являются топонимы, обеспечивающие культурно-географическую конкретизацию текста (Sydney, Melbourne, Bondi Beach), что усиливает его достоверность и информативность. Грамматические особенности, такие как использование времён Present Simple, Present Continuous и Present Perfect, создают эффект «реального присутствия», вовлекая читателя в описываемую ситуацию. Императивные конструкции, в свою очередь, выполняют побудительную функцию, напрямую воздействуя на адресата и стимулируя его к совершению туристического действия (Visit, Discover, Experience, Relax).

Таким образом, туристический дискурс в интернет-пространстве обладает высокой степенью прагматичности, экспрессивности и межкультурной направленности. Он эффективно сочетает информационную и рекламную функции, что делает его важным инструментом современной массовой коммуникации в сфере туризма. Полученные результаты подтверждают, что языковые средства

туристических текстов подчинены главной цели — формированию интереса и мотивации к путешествию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Smagina E.S. Touristic discourse: linguistic features (based on australia.com) // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2022. – Vol. 4-2 (67). – P. 125–128. DOI: 10.24412/2500-1000-2022-4-2-125-128.
2. Tarnaeva L.P., Datsyuk V.V. Tourist discourse: linguopragmatic characteristics // Vestnik SPbSU. – 2013. – №3. – P. 229–235.
3. Sakaeva L.R., Bazarova L.V. Concepts “tourism” and “touristic discourse” in modern scientific paradigm // Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. – 2014. – №6 (36). – P. 158–161.
4. Zorina A.V., Amirkhanova K.M., Khamdeeva D.N. Stylistic features of tourist discourse // Philological Sciences. – 2020. – №9. – P. 216–222.
5. Seregina M.A. Touristic discourse: linguosemiotic features // Philology: Scientific Research. – 2021. – №3. – P. 59–66.
6. Anikina T.V. Linguistic features of English touristic discourse // Nizhnevartovsk Philological Bulletin. – 2019. – №2. – P. 19–29.
7. Kositskaya F.L. Genre features of tourist discourse // Vestnik TSPU. – 2013. – №3 (131). – P. 192–194.
8. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. – Cambridge University Press.
9. Halliday M.A.K. An Introduction to Functional Grammar. – London: Arnold.