

Безличные предложения с модальными операторами в тревел-медиадискурсе

Impersonal Sentences with Modal Operators in the Travel Media Discourse

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-14-4-7-14

Получено: 10 февраля 2025 г. / Одобрено: 25 апреля 2025 г. / Опубликовано: 26 августа 2025 г.

О.А. Селеменева

Профессор кафедры русской филологии и журналистики, доктор филологических наук, доцент, Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина, Россия, Липецкая область, 399770, г. Елец, ул. Коммунаров, 28, e-mail: ol.selemeneva2011@yandex.ru
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0488-8428>
Researcher ID B-6408-2018

O.A. Selemeneva

Professor of the Department of Russian Philology and Journalism, Ph.D. (Philology), Assistant Professor, Bunin Yelets State University, 28, Kommunarnov Str., Yelets, 399770, Lipetsk region, Russia, e-mail: ol.selemeneva2011@yandex.ru

Аннотация

Введение. Актуальность изучения верbalного компонента тревел-медиатекстов обусловлена развитием новых форм коммуникации в современном информационном обществе; популяризацией тревел-журналистики; динамикой языковых изменений под влиянием процессов цифровизации и медиатизации; малоизученностью языковых средств организации тревел-медиатекста на разных уровнях.

Цель статьи — описать специфику функционирования безличных предложений с модальными модификаторами в современных тревел-медиатекстах.

Источники, материал и методы исследования. Источники исследования: 169 тревел-медиатекстов, реализующих коммуникативный сценарий «путешествие по территории» и размещенных на интернет-порталах «Вояж», Russian Traveler и «Отдых в России». Материал исследования: авторская картотека примеров, включающая 257 безличных предложений с модальными операторами. Методы сбора и исследования языкового материала: сплошная выборка, описательно-аналитический, функционально-семантический, контекстного и количественного анализов.

Результаты. Установлено, что безличные предложения с модальными модификаторами выступают заметной частью синтаксического «ландшафта» медиатекстов-«инструкций» и «дестинационных» медиатекстов. В них используется ограниченный круг субмодусов общих значений возможности/невозможности и необходимости, а также инфинитивов, входящих в определенные лексико-семантические подгруппы глаголов (глаголы движения, потребления пищи, приобретения и др.). Отмечена активность расчлененных структур с постпозитивным положением модального модификатора.

Научная новизна работы заключается в выявлении специфики функционирования рассматриваемых структур, обусловленной коммуникативным сценарием тревел-медиатекстов, их коммуникативными тактиками и установками.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы при комплексном анализе тревел-медиатекстов в рамках вузовских курсов «Медиалингвистика», «Теория языковых единиц и практика речи», «Коммуникативная лингвистика» и др.

Ключевые слова: массовая коммуникация, тревел-медиатекст, синтаксис, безличное предложение, модальный оператор, субмодус.

Abstract

Introduction. The relevance of studying the verbal component of travel media texts is due to the development of new forms of communication in the modern information society; the popularization of travel journalism; the dynamics of linguistic changes under the influence of digitalization and mediaization processes; the lack of knowledge of the linguistic means of organizing travel media at different levels.

Aim. To describe the specifics of functioning of the impersonal sentences with modal modifiers in modern travel media texts.

Sources, materials, and research methods. Research sources: 169 travel media texts implementing the communicative scenario “travel through the territory” and posted on the Internet portals “Voyage”, “Russian Traveler” and “Rest in Russia”. Research material: the author’s file of examples, including 257 impersonal sentences with modal operators. Methods of collecting and researching linguistic material: continuous sampling, descriptive-analytical, functional-semantic, contextual and quantitative analyses.

Results. It is established that impersonal sentences with modal modifiers are a prominent part of the syntactic “landscape” of media texts—“instructions” and “destination” media texts. They use a limited range of modal operators that implement in contexts different submoduses of common meanings of possibility/impossibility and necessity, as well as infinitives included in certain lexico-semantic subgroups of verbs – movement, food consumption, acquisition, etc. The activity of dissected structures with a postpositive position of the modal modifier is noted.

Scientific novelty. The scientific novelty of the work is to identify the specifics of the functioning of the structures under consideration, due to the communicative scenario of travel media texts, their communicative tactics and attitudes.

Practical significance. The obtained results can be used in the complex analysis of travel media texts in the framework of university courses “Media Linguistics”, “Theory of linguistic units and practice of speech”, “Communicative Linguistics”, etc.

Keywords: mass communication, travel media text, syntax, impersonal sentence, modal operator, submodus.

Введение

Активно развивающимся направлением XXI в. выступает журналистика путешествий, которая представлена тревел-медиатекстами периодических изданий, страноведческих телевизионных программ, каналов общей и специализированной направлен-

ности, а также интернет-пространства [11, с. 146]. Междисциплинарный характер тревел-медиатекста определяет возможность его изучения с позиций трех основных концепций: маркетинговой, литературоведческой и собственно медиалингвистической [8, с. 83]. Последняя реализуется в различных направ-

лениях – лингвостилистика, лингвопрагматика, интернет-лингвистика, когнитивная лингвистика, сугестивная лингвистика и др. Однако все их в преломлении к указанному объекту исследования объединяет несколько взаимосвязанных задач: выявить особенности использования языковых единиц и средств в сфере туристской коммуникации; определить лексические, морфологические, синтаксические константы тревел-медиатекстов; предложить системное описание речевых характеристик тревел-медиатекстов, классифицированных на основании разных признаков – преобладающая интенция, тип адресата, жанр и др.; установить степень эффективности влияния конкретного средства, приема вербального компонента тревел-медиатекста на установки адресата.

Целью данной работы является описание специфики функционирования безличных предложений с модальными модификаторами в современных тревел-медиатекстах.

Наш интерес именно к анализу безличных конструкций обусловлен несколькими причинами. Во-первых, постулируемым польским русистом А. Вежбицкой тезисом о типичности для русской речи синтаксических конструкций с пациентивной ориентацией, «в которых все ограничения и принуждения субъекта подаются в пациентивном модусе», т.е. как не контролирующиеся лицом события [2, с. 355]. Однако из всех структурно-семантических типов безличных предложений с открытой позицией датива только единицы с различными модальными модификаторами выступают заметной частью синтаксического «ландшафта» текстов тревел-медиадискурса. Они встречаются почти в 87 % анализируемого корпуса тревел-медиатекстов. Во-вторых, отсутствием научных работ, посвященных вопросу организации синтаксического уровня тревел-медиатекстов, о чем свидетельствует представленный ниже краткий экскурс в историю вопроса. Подобное, вероятно, можно объяснить несостоятельностью в отечественном синтаксисе традиции выявлять «сферные различия» [16, с. 386].

Обзор литературы

Несмотря на научный интерес к тревел-медиатексту, следует признать, что на данный момент филологические исследования, затрагивающие проблему специфики его вербального компонента и в отечественной, и в зарубежной науке все же встречаются спорадически.

Так, Т.Ю. Редькина особую нарративную структуру, прием контраста, событийность, сообщения о чувствах адресанта указывает в ряду средств, реализующих на композиционно-содержательном уровне

тревел-медиатекстов развлекательную функцию [14, с. 217].

С.Ф. Барышева обращается к анализу языковых особенностей тревел-блогов и отмечает присутствие в них нелитературных словесных единиц, активность игровых грамматических искажений, спонтанную сочетаемость, ставшие следствием контаминации в интернет-коммуникации устной и письменной форм речи [1, с. 33].

С.В. Ляпун маркером медийного образа Востока в тревел-текстах считает лексику, транслирующую «культурный код» [12, с. 36]. А у О.А. Кавериной и М.В. Новоселовой средствами создания образа Иркутска в тревел-блогах служат топонимы и гидронимы, имея прилагательные с положительной коннотацией [6, с. 170].

Л.М. Гончарова личные местоимения 1-го лица и авторские комментарии считает средствами экспликации авторской индивидуальности в тревел-медиатексте [3, с. 223]. О.В. Раманто娃 к языковым маркерам тревел-медиатекстов жанра *slow travel/intelligent travel* в журнале *National Geographic* тоже относит местоименный дейксис 1-го лица, а также слова категории состояния, глаголы восприятия и мыслительной деятельности, императивы, метафоры, парцеллированные конструкции [13, с. 43–46]. Этот набор лексико-грамматических, стилистических и синтаксических средств способствует формированию реалистичного образа «универсального жизненного опыта, который приобретается и переживается в путешествии» [13, с. 47].

Верbalный уровень лингвокогнитивной модели метафоры в тревел-медиадискурсе рассматривается Е.Ю. Скрябиной [15]. Классифицируя метафоры по структуре на номинативные, атрибутивные и предикативные, в качестве их репрезентантов она описывает именные предикаты с нулевой связкой, сравнения, приложения, атрибутивные композиты и др. [15, с. 12–14].

С. Франческони, изучая тревел-медиатексты туристического дискурса разных стран (Великобритания, Новой Зеландии, Мальты и др.), приходит к выводу о нарочитом упрощении их морфолого-синтаксической сложности [17, р. 10]. А К. Никитченко рассматривает «одноразовые слова» (перевод наш. – *O.C.*) в журналах путешествий [18, р. 62].

В целом перечисленные и подобные работы посвящены не столько непосредственно функционированию единиц языка в тревел-медиадискурсе, сколько смежным вопросам (функциям тревел-медиатекстов, их структурной организации, жанровому разнообразию, аксиологической составляющей, формированию медиальных образов территорий и др.), при рассмотрении которых упоминается о средствах

разных языковых уровней. Поэтому наша работа призвана частично восполнить образовавшуюся лакуну в описании своеобразия синтаксического уровня языка тревел-медиатекстов.

Методы и материалы

Эмпирическим материалом исследования послужил тревел-контент трех интернет-порталов отечественных медиа о путешествиях: «Вояж», Russian Traveler и «Отдых в России». «Вояж» позиционирует себя как «старейший туристический журнал в России, который успешно издается уже 22 года»¹, «Отдых в России» – «первый в России глянцевый журнал о внутреннем и въездном туризме»², а *Russian Traveler* – относительно новое издание, выпускающееся с весны 2022 г. и представляющее читателю сложную мозаику «жизни планеты»³. Для анализа отбирались тревел-медиатексты, размещенные в рубриках «Маршруты» («Вояж»), «Путешествия» (*Russian Traveler*) и «Куда поехать» («Отдых в России») в период с 2021 г. по 2024 г.

Корпус проанализированных тревел-медиатекстов включил 169 единиц. Их отбор осуществлялся с учетом соответствия определенной функциональной модели с полным или частичным набором следующих атрибутов: реализация коммуникативного сценария «путешествие по территории»; интенции локативности, перцептивности, побудительности, оценочности; организаторская функция [4; 9].

Авторская картотека примеров безличных предложений с модальными модификаторами, извлеченных методом сплошной выборки из тревел-медиатекстов, составила 257 единиц. Отметим, что, несмотря на неоднозначность решения в отечественной лингвистике вопроса о статусе конструкций с инфинитивом и модальными операторами, при извлечении языкового материала мы исходили из тезиса об одинаковом структурно-семантическом типе предложений (безличное предложение) и с препозитивным, и с постпозитивным положением модификатора относительно инфинитива. Основанием для заключения послужила мысль Г.А. Золотовой о синтаксической несамостоятельности модальных слов: они «не служат предикатом, а входят в состав предиката или в составное глагольное сказуемое, в котором само действие выражено инфинитивной формой глагола» [5, с. 275].

Характер фактического языкового материала обусловил применение дисциплинарных и частнодис-

циплинарных непарарадигмальных методов: описательно-аналитического с господствующими методиками наблюдения, обобщения, интерпретации и классификации; функционально-семантического метода; контекстного и количественного анализов.

Результаты и обсуждение

По нашим наблюдениям, безличные предложения с модальными модификаторами преимущественно используются в тревел-медиатекстах двух жанров: медиатекстах-«инструкциях», аккумулирующих информацию, потенциально востребованную в путешествии (маршрут, транспорт, место остановки, достопримечательности, рестораны с аутентичной кухней, развлечения и т.д.), и «дестинационных» медиатекстах, представляющих локус путешествия, среду, выступающую одновременно и фоном, и «субъектом повествования» [11, с. 147–148]. Сфера функционирования конструкций, отличающаяся установкой на такой контакт с читателем, который бы позволил привлечь его в попутчики и «пробудить интерес к познанию еще неизвестного» [4, с. 86], существенно влияет на количественный состав используемых адресантом модальных модификаторов. В анализируемых тревел-медиатекстах отмечено только 10 модальных операторов: **можно** ('возможно, есть возможность'), **надо** ('то же, что нужно'), **невозможно** ('неосуществимо, невыполнимо'), **нельзя** ('нет возможности'), **нужно** ('следует, необходимо'), **остаться** (безл. 'оказаться необходимым'), **прийтись** (безл. 'оказаться нужным, необходимым'), **следовать** (безл. 'нужно, должно'), **стоить** (безл. 'имеет смысл, целесообразно, необходимо') и **удаться** (безл. 'оказаться возможным'). Например: *Список чудес Дагестана можно продолжать бесконечно...* (Горные горы // Вояж. 11.12.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gordye-gory/>)⁴; *С приходом новых ограничительных мер многим пришлось искать новые варианты, не покидая пределов России* (Гастротуризм: путешествовать, не выезжая из страны // Вояж. 25.10.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gastroturizm-kak-puteshestvovat-ne-vyezzhaj-iz-strany/>) и др.

По отношению к инфинитиву модальные модификаторы располагаются в 4 позициях:

- в препозиции контактно: *Уникальные пейзажи армянской природы можно увидеть практически во всех уголках страны – будь то в Дилижанском национальном парке, в окрестностях озера Севан или же по дороге к красным скалам Гнишикского каньона* (Многогранная Армения // Вояж. 28.06.2024. URL: <https://voyage-magazine.ru/mnogogrannaya-armeniya/>);

¹ О журнале [Электронный ресурс] // Вояж. URL: <https://voyage-magazine.ru/o-zhurnale> (дата обращения: 10.12.2024).

² Журнал «Отдых в России» [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/russiatrism> (дата обращения: 10.12.2024).

³ О нас [Электронный ресурс] // Russian Traveler. URL: <https://rtraveler.ru/about/#web> (дата обращения: 10.12.2024).

⁴ Здесь и далее стиль, орфография и пунктуация в приводимых иллюстративных примерах сохранены.

- в препозиции дистантно: *В термальном комплексе европейского уровня «Мира Термы. Сосновый бор» можно с пользой для здоровья провести весь день* (Сибирский центр притяжения // Отдых в России. 23.11.2024. URL: <https://rustur.ru/sibirskij-centr-prityazheniya>);
- в постпозиции контактно: *До некоторых заповедных мест добраться можно только на автомобиле* («Созвездие путешествий» открывает новые маршруты // Вояж. 29.11.2024. URL: <https://voyage-magazine.ru/sozvezdie-puteshestvij-otkryvaet-novye-marshruty/>);
- в постпозиции дистантно: *Узнать о традициях празднования Нового года и Рождества в разных странах можно в музее новогодней рождественской игрушки* (Красота Русского Севера // Отдых в России. 07.10.2021. URL: <https://rustur.ru/krasota-russkogo-severa-2>).

При постпозитивном положении модального модификатора по отношению к инфинитиву безличное предложение «оказывается расчлененным и представляет более сложную структуру» [5, с. 260]. Регулярность расчлененных структур (почти 30 % выборки) обусловлена экспрессивностью синтаксиса тревел-медиатекстов, актуализацией коммуникативной тактики привлечения внимания адресата к первичным и вторичным, природным и искусственно созданным туристским дестинациям.

Для модальных модификаторов в безличных предложениях тревел-медиатекстов отмечены два общих значения – ‘возможность/невозможность’ и ‘необходимость’. Значение возможности выступает условием «развития реального мира», появления «того, чего нет, но может быть» [7, с. 55]. Его маркером выступает модальный модификатор *можно*, который в художественных текстах способен реализовывать различные субмодусы: «‘возможно’, ‘допустимо’, ‘позволительно’, ‘предположительно’, ‘разрешено’» [7, с. 55]. Однако в тревел-медиатекстах указанный модальный оператор регулярно реализует только два субмодуса: с одной стороны, ‘возможно’, при котором подчеркивается возможность потенциальной ситуации быть реализованной в будущем при наличии благоприятных условий, а с другой – ‘допустимо’, при котором потенциальная ситуация не имеет «препятствий к осуществлению» [7, с. 61]. Например, сп.: *За два-три часа можно успеть осмотреть главные достопримечательности хакасской столицы* (Земля пяти стихий: путеводитель по Хакасии // Russian Traveler. 22.04.2024. URL: <https://rtraveler.ru/travel/russia/zemlya-pyati-stihij-putevoditel-po-hakasii/>). – *Полет на параплане в окрестностях горы Торатау можно совместить с подъемом на шихан, на вершину которого ведет экотропа* (Зимняя Башкирия // Отдых

в России. 23.11.2024. URL: <https://rustur.ru/zimnyaya-bashkiriya>). В первом примере возможность реализации потенциальной ситуации ‘ознакомиться с достопримечательности Абакана’ определяется сопутствующим обстоятельством – наличие свободного времени у туриста. Во втором примере внешним условием допустимости потенциальной ситуации ‘совместить полет на параплане с подъемом на одиночную гору-останец’ выступает наличие экотропы на территории геопарка в республике Башкортостан.

Общее значение невозможности, антонимичное представленному выше значению возможности, реализуется модальными операторами *невозможно, нельзя, не удастся*. В контекстах тревел-медиатекстов они представляют разные субмодусы:

- 1) ‘невозможно’, выражаемый модальными операторами *невозможно и не удастся* и свидетельствующий о неосуществлении действия при определенных условиях: *Увидев однажды республики Кавказа, невозможно их забыть....* (Горные горы // Вояж. 11.12.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gordye-gory/>) (‘невозможно забыть республики Кавказа, если ты их уже раз видел’);
- 2) ‘запрещено’, реализуемый модификатором *нельзя* обычно при условии наличия в предложении ссылки на официальный источник информации: *Согласно недавнему постановлению муниципалитета Флоренции, очертания города и его ближайших окрестностей (соседних холмов, Фьезоле, Баньо-а-Риполи, Сесто) нельзя существенно изменять...* (Главные точки Флоренции // Вояж. 19.03.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/glavnye-tochki-florentsii/>) (‘запрещено изменять архитектурный облик города в связи с постановлением муниципалитета’);
- 3) ‘не рекомендовано’, объективируемый модальными операторами *невозможно и нельзя* и свидетельствующий уже о недопустимости той ситуации, что представлена инфинитивом: *Наконец, нельзя пропустить и интереснейшую усадьбу Достоевского «Даровое», что в четверти часа езды от Зарайска...* (Зима в Подмосковье: чем заняться на новогодние праздники? // Russian Traveler. 07.12.2022. URL: <https://rtraveler.ru/travel/russia/zima-v-podmoskove-chem-zanyatsya-na-novogodnie-prazdniki/>) (‘не рекомендовано пропускать такую достопримечательность, как усадьба Достоевского’).

Значение необходимости в безличных предложениях тревел-медиатекстов представлено по сравнению со значением возможности/невозможности более широким кругом операторов: *надо, нужно, остается, придется, следует, стоит*. Однако общий объем высказываний с этими модификаторами невелик – около 29% авторской картотеки примеров (соответ-

ственno со значением возможности/невозможности – 71%). Реализуемые ими субмодусы не отличаются разнообразием. Нами отмечены в основном антонимичные ‘следует’ и ‘не следует’ (при условии наличия отрицательной частицы *не* при модификаторах): *Мечеть действующая, поэтому во время намаза туристов непускают, придется немного подождать...* (Горные горы // Вояж. 11.12.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gordye-gory/>) (‘следует подождать окончания намаза’); *To, что без прививки отправляются в путь не стоит, сейчас даже уже говорить как-то странно* (Гастротуризм: путешествовать, не выезжая из страны // Вояж. 25.10.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gastroturizm-kak-puteshestvovat-ne-vyezzhaj-iz-strany/>) (‘не следует путешествовать без прививки’).

В некоторых контекстах у модального модификатора *стоит* отмечен еще субмодус ‘желательно’: *Достопримечательности, которые стоит посетить помимо Кремля: церковь Троицы, Гостиный двор, Водонапорная башня, Красноармейская улица с городской застройкой XVIII–XIX веков* (Большое Золотое Кольцо // Вояж. 29.08.2022. URL: <https://voyage-magazine.ru/bolshoe-zolotoe/>) (‘желательно посетить достопримечательности вокруг Кремля’).

В тревел-медиатекстах модальные модификаторы со значением невозможности могут выражать значение, свойственное модификатором необходимости. Так, оператор *нельзя* при условии наличия в безличном предложении перед инфинитивом отрицательной частицы *не* (двойное отрицание) используется для реализации субмодуса ‘категорически необходимо’: *Это главная природная жемчужина Дагестана, его сердце. Не увидеть его нельзя* (Горные горы // Вояж. 11.12.2021. URL: <https://voyage-magazine.ru/gordye-gory/>) (‘обязательно надо увидеть’).

Частотность реализуемых модальными операторами субмодусов в тревел-медиатекстах представлена на рис. 1.

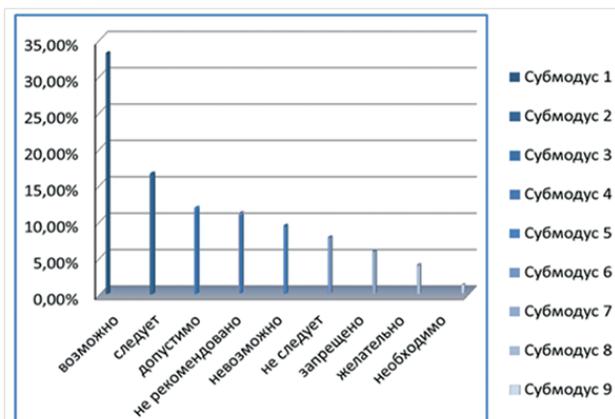


Рис. 1. Субмодусы модальных операторов в тревел-медиатекстах

Нацеленность на реализацию коммуникативного сценария путешествия в тревел-медиатексте и экспликация интенции «осведомление о территории» [4, с. 86] определяют сочетаемость в безличных предложениях модальных модификаторов с инфинитивами конкретных лексико-семантических групп. Это глаголы движения и перемещения в пространстве (*добраться* (‘двигаясь, перемещаясь на чем-л., достичь какого-л. места’), *отправиться* (‘покинув место нахождения, пойти, поехать куда-л.’), *полететь* (‘переместиться по воздуху’), *посетить* (‘прийти или приехать куда-л.’), *прогуляться* (‘пройтись куда-л.’) и др.); чувственного восприятия (*любоваться* (‘расматривать, смотреть на кого/что-л. с восхищением, удовольствием’), *почувствовать* (‘ощутить’), *увидеть* (‘воспринять зренiem’) и др.); речевой и мыслительной деятельности (*забывать* (‘утрачивать воспоминания о чем-л.’), *догадаться* (‘прийти к правильно му заключению, сообразить’), *представить* (‘мысленно воспроизвести, вообразить’), *спланировать* (‘составить план’), *фантазировать* (‘мечтать, воображать’) и др.); эмоционального и интеллектуального состояний (*беспокоиться* (‘тревожиться, волноваться’), *наслаждаться* (‘испытывать удовольствие’), *прочувствовать* (‘испытать, пережить чувства’), *убедиться* (‘приобрести уверенность в чем-л. на основании опыта’) и др.); потребления пищи (*поесть* (‘съесть некоторое количество чего-н.’), *перекусить* (‘поесть, быстро и немного’), *подкрепиться* (‘придать себе сил, бодрости едой, напитками’), *попробовать* (‘о еде или питье: немного съесть или выпить чего-л.’), *отведать* (‘пробуя, съесть или выпить немного’)) и др.) и приобретения (*купить* ‘приобрести за деньги’), *приобрести* (‘купить что-л.’) и др.). Например: *Все эти места стоит посетить по многим причинам: для расширения культурных горизонтов, для отдыха, для развлечения* (Большое Золотое Кольцо // Вояж. 29.08.2022. URL: <https://voyage-magazine.ru/bolshoe-zolotoe/>); *Здесь можно насладиться и красотой северной природы, и комфортным отдыхом в любой сезон года* (Вологодский маршрут // Отдых в России. 05.12.2023. URL: <https://rustur.ru/vologodskij-marshrut>) и др.

Для безличных предложений с модальными модификаторами характерно цепочечное употребление, что обусловлено организаторской функцией тревел-медиатекстов, установкой на инструктивность, способствующей тщательному планированию путешествия: *Для любителей вкусового разнообразия можно посетить «Гастрокорт», где под одной крышей собраны кухни со всего мира. Тем же, кто ценит локальные идеи, стоит обратить внимание на местные деликатесы: разнообразную дичь, рыбу, ягоды и травы. Например, в ресторане Ruppen Haus можно найти целую энциклопе-*

дию блюд сибирских регионов. А если захочется максимального погружения в тему, то тут же дает спектакль гастрономический театр, где под рассказы об истории сибирской кухни можно отведать специально собранный сет (Сибирский центр притяжения // Отдых в России. 23.11.2024. URL: <https://rustur.ru/sibirskij-centr-prityazheniya>).

Субъект потенциальной ситуации в безличных предложениях с модальными модификаторами в тревел-медиатекстах редко объективируется (около 12% высказываний выборки), но подразумевается (*всем, вам*). Ср. высказывания с вербализованным и невербализованным субъектом в одном и том же тревел-медиатексте «Вологодский маршрут»: *Если вам нужно быстро перекусить, то к вашим услугам... уличные кафе* (Вологодский маршрут // Отдых в России. 05.12.2023. URL: <https://rustur.ru/vologodskij-marshrut>). — *Можно поплавать в бассейне, отдохнуть в джакузи, спа-зоне, посетить хаммам, финскую, греческую, русскую, соляную бани или сауны* (Вологодский маршрут // Отдых в России. 05.12.2023. URL: <https://rustur.ru/vologodskij-marshrut>). Незанятость позиции субъекта связана с адресованностью тревел-медиатекста любому потенциальному туристу, любознательному читателю. Однако при намеренном сужении, ограничении целевой аудитории словоформа со значением субъекта появляется. Обычно это Д. п. лексемы *любитель* в значении ‘человек, имеющий склонность или пристрастие к чему-л.’, сочетающийся со словоформами Р. п. или же с простыми словосочетаниями, построенными по модели «Р. п. сущ. + Р. п. им. прил.». Зависимые слова или словосочетания указывают как раз на объект склонности, пристрастия: *любителям интересных и познавательных программ, любителям классики, любителям литературы, любителям современного искусства, любителям этники и др.: Любителям этники, интересующимся традициями и обрядами коренного малочисленного народа – эвенков, проживающих на территории области, стоит посетить мастер-класс «Поклоны народов Севера» от местного этнокультурного центра* (Счастье по-иркутски // Отдых в России. 01.12.2021. URL: <https://rustur.ru/schaste-po-irkutski>); *Любителям же доброй классики стоит отправиться в Мариинский театр* (Статья своим в Петербурге // Вояж. 20.11.2022. URL: <https://voyage-magazine.ru/stat-svoim-v-peterburge/>).

Обязательность конструирования пространственно-временного континуума в тревел-медиатексте диктует присутствие в безличных предложениях с модальными модификаторами наречий или предложно-падежных форм с двумя значениями:

- 1) локативным (типа *тут, здесь, внизу, наверху, сюда, в ресторане-музее, в студии, в доме, на курорте, на судне, в городе, в Ростове, в Москве,*

во Флоренции и т.д.): *Тут можно опробовать и кропать-трансформер, и индивидуальное меню подушек* (Доброград // Отдых в России. 18.11.2023. URL: <https://rustur.ru/dobrograd-novogodnie-kanikuly-v-zimnej-skazke>); *В Рамони можно посетить знаменитый дворец принцессы Ольденбургской...* (Путешествие в стиле ретро: где в России можно покататься под паровозом? // Russian Traveler. 17.12.2024. URL: <https://rtraveler.ru/travel/puteshestvie-v-stile-retro-gde-v-rossii-mozhno-pokatatsya-pod-parovo-zom/>);

- 2) темпоральным (типа *в жару, летом, зимой, за неделю, за ночь* и т.д.): *Но если и этого уединения мало, летом можно добраться до сафари-кемпинга Ponton, который расположен на волжском острове в 20 километрах от Саратова* (Купеческий ретрит в Саратове // Отдых в России. 23.11.2024. URL: <https://rustur.ru/kupecheskij-retrit-v-saratove>); *За ночь можно полноценно выспаться и отдохнуть в комфортных условиях...* (Железнодорожный круиз по Золотому Кольцу // Russian Traveler. 24.09.2023. URL: <https://rtraveler.ru/travel/zheleznodorozhnyj-kruiz-po-zolotomu-kolcu/>).

Заключение

В целом выводы, к которым мы пришли в результате исследования, можно представить в виде нескольких ключевых тезисов.

1. Безличные предложения с модальными модификаторами регулярно встречаются в тревел-текстах отечественных медиа о путешествиях. На их частотность оказывает влияние жанровая принадлежность размещаемых тревел-медиатекстов (медиатексты-«инструкции», «дестинационные» медиатексты).
2. Среди модальных операторов отмечено 10 единиц: *можно, надо, невозможно, нельзя, нужно, оставаться, прийтись, следовать, стоить, удастся*. Они реализуют два основных значения: возможности/невозможности и необходимости. Каждое из выделенных общих значений в контекстах реализуется разными субмодусами: *возможность* – субмодусы ‘возможно’ (33%), ‘допустимо’ (11,7%) (модальный оператор *можно*); *невозможность* – субмодусы ‘невозможно’ (9,3%) (модификаторы *невозможно и не удастся*), ‘запрещено’ (5,8%) (модификатор *нельзя*), ‘не рекомендовано’ (11%) (модификаторы *невозможно, нельзя*); *необходимость* – антонимичные субмодусы ‘следует’ (16,4%) и ‘не следует’ (7,7%) (модификаторы *надо, нужно, остается, придется, следует, стоит с частицей не или без нее*), ‘ желательно’ (3,9 %) (модификатор *стоит*) и ‘категорически необходимо’ (1,2%) (модификатор *нельзя*).

3. Регулярность расчлененных синтаксических структур с постпозитивным расположением модально-го оператора по отношению к инфинитиву – следствие экспрессивности синтаксиса тревел-медиатекстов и реализуемых коммуникативных тактик.
4. Корпус инфинитивов в основном представлен лексико-семантическими группами глаголов движения и перемещения в пространстве, чувственного восприятия, эмоционального и интеллектуального состояний, потребления пищи и приобретения.
5. Ограниченный состав модальных операторов, определенный круг актуализируемых в контекстах субмодусов, корпус инфинитивов конкретных лексико-семантических групп, отсутствие маркеров субъекта потенциальной ситуации, но присутствие обстоятельственных словоформ с локальным и темпоральным значениями предопределяется коммуникативным сценарием тревел-медиатекстов, их адресованностью широкой

аудитории, специфическими интенциями, необходимостью конструирования пространственно-временного континуума, в котором потенциальные ситуации становятся реальными.

За пределами нашего исследования (отчасти из-за ограниченного объема статьи) остался вопрос функций безличных предложений с модальными модификаторами в тревел-медиатекстах. На наш взгляд, эти предложения, часто аккумулируя информацию о культурологической аутентичности, наряду с бисубстантивными, сложноподчиненными предложениями с придаточными присубстантивно-атрибутивными могут рассматриваться как языковые средства, участвующие в целенаправленном построении «имиджа региона» [10, с. 67], шире – конкурентной идентичности территорий. А проблема лингвистической составляющей (особенно используемых синтаксических единиц и средств) при формировании медийных образов городов и стран на данный момент является малоизученным феноменом.

Литература

1. Барышева С.Ф. Лексико-грамматические маркеры разговорности в неофициальном сегменте интернет-коммуникации (на примере блогосферы) [Текст] / С.Ф. Барышева // Мир русского слова. — 2017. — № 4. — С. 33–38.
2. Вежбицкая А. Семантические универсалии и базисные концепты [Текст] / А. Вежбицкая. — М.: Языки славянских культур, 2011. — 568 с.
3. Гончарова Л.М. Инкультурация как аксиологический эффект тревел-текстов [Текст] / Л.М. Гончарова // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности. Сб. статей. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2020. — С. 218–224.
4. Дускаева Л.П. Познавательно-просветительская медиаречь: презентация коммуникативного сценария тревел-медиатекстов [Текст] / Л.П. Дускаева // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. — 2014. — № 26. — Вып. 24. — С. 85–92.
5. Золотова Г.А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса [Текст] / Г.А. Золотова. — М.: КомКнига, 2010. — 368 с.
6. Каверина О.А. Медиаобраз г. Иркутска в англоязычных тревел-текстах [Текст] / О.А. Каверина, М.В. Новоселова // Координаты современной урбанистики. Коллективная монография в 2 т. Т. 1 / Под ред. И.А. Савченко, Ю.В. Козловой. — М.: ИНФРА-М, 2023. — С. 169–174.
7. Казарина В.И. Модификатор можно: субмодусы, условия реализации, временная протяженность [Текст] / В.И. Казарина // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2017. — Т. 15. — № 3. — С. 54–66.
8. Калинин И.В. Концепции изучения тревел-медиатекста (литературоведческая, маркетинговая и медиалингвистическая) [Текст] / И.В. Калинин // Культурная жизнь Юга России. — 2018. — № 1. — С. 83–87.
9. Калинин И.В. Тревел-медиатекст в современной российской журналистике (на примере глянцевых журналов) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / И.В. Калинин. — СПб., 2019. — 516 с.
10. Колышкина Т.Б. Коммуникативные способы и средства создания медиаобраза «Ярославль туристический» [Текст] / Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина // НИР. Современная коммуникативистика. — 2022. — № 4. — С. 66–74.
11. Корнилова Е.Е. Функции текстов туристских СМИ: просвещение, убеждение, продвижение, развлечение [Текст] / Е.Е. Корнилова, А.А. Ревенко // Вестник МГЭИ. — 2018. — № 4. — С. 145–148.
12. Ляпун С.В. Образ Востока в тревел-текстах российских средств массовой коммуникации [Текст] / С.В. Ляпун // Вестник АГУ. — 2019. — Вып. 3. — С. 32–36.
13. Рамантова О.В. Особенности языковой презентации «осознанного путешествия» в англоязычном тревел-дискурсе [Текст] / О.В. Рамантова // Казанская наука. — 2020. — № 8. — С. 42–48.
14. Редькина Т.Ю. Средства реализации развлекательной функции в тревел-тексте [Текст] / Т.Ю. Редькина // Вестник СПбГУ. Сер. 9. — 2011. — Вып. 4. — С. 210–218.
15. Скрябина Е.Ю. Лингвокогнитивное моделирование метафоры в дискурсе туризма (на материале русского и немецкого языков) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е.Ю. Скрябина. — Пермь, 2021. — 20 с.
16. Шмелева Т.В. Изъяснительная конструкция в языке медиа [Текст] / Т.В. Шмелева // Медиалингвистика. — 2020. — № 7 (4). — С. 384–395.
17. Francesconi S. Reading tourism texts: a multimodal analysis (tourism and cultural change). Bristol: Channel View Publications, 2014. 184 p.
18. Nykytchenko K. Nonce words in Mass Media discourse (a case study of travel journalism innovations) // Communication Today. 2019, no. 1, pp. 62–75.

Список источников

1. Вояж [Электронный ресурс]. URL: <https://voyage-magazine.ru> (дата обращения: 14.05.2024).
2. Отдых в России [Электронный ресурс]. URL: <https://rustur.ru> (дата обращения: 25.08.2024).
3. Russian Traveler [Электронный ресурс]. URL: <https://rtraveler.ru> (дата обращения: 05.10.2024).

References

1. Barysheva S.F. Lexical and grammatical markers of informality in the unofficial internet communication segment: the case

- of blogosphere. Mir russkogo slova [World of the Russian Word], 2017, no. 4, pp. 33–38. (in Russian)
2. Vezhbitskaya A. Semantichekie universalii i bazisnye kontsepty [Semantic universals and basic concepts]. Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur Publ., 2011. 568 p.
 3. Goncharova L.M. Inkul'turatsiya kak aksiologicheskii effekt trevel-tekstov [Inculturation as an axiological effect of travel texts]. Sovremennaya rossiiskaya aksiosfera: semantika i pragmatika identichnosti. Sb. Statei [Modern Russian axiosphere: semantics and pragmatics of identity. Collection of articles]. Moscow, Gosudarstvennyi institut russkogo yazyka im. A.S. Pushkina Publ., 2020, pp. 218–224.
 4. Duskaeva L.P. Educational media speech: representation of the communicative script of travel media texts. Nauchnye vedomosti BelGU. Ser. Gumanitarnye nauki [Scientific Bulletin of Belgorod State University. Ser. Humanities], 2014, no. 26, iss. 24, pp. 85–92. (in Russian)
 5. Zolotova G.A. Kommunikativnye aspekty russkogo sintaksisa [Communicative aspects of Russian syntax]. Moscow, Kom-Kniga Publ., 2010. 368 p.
 6. Kaverina O.A., Novoselova M.V. Mediaobraz g. Irkutska v angloyazychnykh trevel-tekstakh [The media image of Irkutsk in English travel text]. Koordinaty sovremennoi urbanistiki. Kollektivnaya monografiya v 2 t. T. 1. [Coordinates of modern urbanism. A collective monograph in 2 volumes. Vol. 1]. Eds.: I.A. Savchenko, Yu.V. Kozlova. Moscow, INFRA-M Publ., 2023, pp. 169–174.
 7. Kazarina V.I. The modifier можно (one can / may): its sub-modi, conditions of realization, and time extension. Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Vestnik NSU. Series: Linguistics and intercultural communication], 2017, vol. 15, no. 3, pp. 54–66. (in Russian)
 8. Kalinin I.V. The concepts of researching of travel media text (literary criticism, marketing, media linguistics). Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii [Cultural Studies of Russian South], 2018, no. 1, pp. 83–87. (in Russian)
 9. Kalinin I.V. Trevel-mediatekst v sovremennoi rossiiskoi zhurnalistike (na primere glyantsevykh zhurnalov). Kand. Diss. [Travel media text in modern Russian journalism (on the example of glossy magazines)]. Cand. Diss.]. Saint-Petersburg, 2019. 516 p.
 10. Kolyshkina T.B., Shustina I.V. Communicative ways and means of creating a media image "Yaroslavl tourist". NIR. Sovremenaya kommunikativistika [Scientific research and development. Modern communication studies], 2022, no. 4, pp. 66–74. (in Russian)
 11. Kornilova E.E., Revenko A.A. The function of tourism media texts: education, persuasion, promotion, entertainment. Vestnik MGEI [Bulletin of the Moscow Humanitarian and Economic Institute], 2018, no. 4, pp. 145–148. (in Russian)
 12. Lyapun S.V. Image of the Orient in travel texts of Russian mass media. Vestnik AGU [Bulletin of the Adygea State University], 2019, iss. 3, pp. 32–36. (in Russian)
 13. Ramantova O.V. Language actualization of slow travelling in English travel discourse. Kazanskaya nauka [Kazan Science], 2020, no. 8, pp. 42–48. (in Russian)
 14. Red'kina T.Yu. The means the entertainment function can be expressed in a media travelogue. Vestnik SPbGU. Ser. 9 [Bulletin of St. Petersburg University, Ser. 9], 2011, iss. 4, pp. 210–218. (in Russian)
 15. Skryabina E.Yu. Lingvokognitivnoe modelirovanie metafory v diskurse turizma (na materiale russkogo i nemetskogo yazykov). Kand. Diss. [Linguistic and cognitive modeling of metaphor in tourism discourse (based on the material of the Russian and German languages) Cand. Diss.]. Perm, 2021. 20 p.
 16. Shmeleva T.V. Explanatory construction in the media language. Medialingvistikika [Media Linguistics], 2020, no. 7 (4), pp. 384–395. (in Russian)
 17. Francesconi S. Reading tourism texts: a multimodal analysis (tourism and cultural change). Bristol, Channel View Publications, 2014. 184 p.
 18. Nykytchenko K. Nonce words in Mass Media discourse (a case study of travel journalism innovations). Communication Today, 2019, no. 1, pp. 62–75. (in English)

Sources

1. Vojazh. Available at: <https://voyage-magazine.ru> (accessed 14 May 2024).
2. Otdyh v Rossii. Available at: <https://rustur.ru> (accessed 14 August 2024).
3. Russian Traveler. Available at: <https://rtraveler.ru> (accessed 05 October 2024).