

## Ценностные смыслы в текстах категории «Intelligent Travel»

О. В. Рамантова✉

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

✉ms.ramantova@mail.ru

**Введение.** В статье представлены результаты исследования аксиологической составляющей англоязычных текстов категории «*intelligent travel*». Актуальность исследования обусловлена его очевидной антропоориентированной направленностью, все возрастающим развитием туристической индустрии и появлением новых туристических концепций, функционирование которых отражено в многочисленных трэвел-изданиях, а также недостаточной изученностью когнитивно-ценностного аспекта некоторых жанров трэвел-дискурса. Автором исследования предложена система ценностных значений и описаны способы их языковой репрезентации в повествовании о «медленном и осознанном путешествии».

**Методология и источники.** Материалом для лингвистического анализа послужили современные тексты, отобранные из авторитетного англоязычного интернет-издания о путешествиях *National Geographic Magazine*. В исследовании применялись следующие методы: сплошной выборки, семантического анализа, семантико-стилистического анализа, прагма-коммуникативного анализа. Отобранные трэвел-тексты интерпретировались преимущественно методом лингвистического описания.

**Результаты и обсуждение.** В результате исследования раскрыто содержание категории «*intelligent travel*», рассмотрены существующие типологии ценностей, описаны ценностные смыслы в текстах данного жанра. Речь идет о *сенсорных значениях, эстетических значениях, морально-этических значениях, рационалистических ценностных значениях*. В рамках данной работы целесообразно обратиться к понятию «антиценности», репрезентируемому в языке текстов об «осознанном путешествии», в частности в текстах о защите дикой природы, и усиливающему прагматическое воздействие текста на читателя. На основе результатов исследования делается вывод о том, что категория «*intelligent travel*» имеет свою специфику языкового выражения, которая актуализируется в том числе через ценностные значения.

**Заключение.** Результаты исследования позволяют сделать вывод об особом ценностном потенциале трэвел-дискурса, в семантическом пространстве которого в рамках определенных трэвел-жанров, в частности текстов категории «*intelligent travel*» объективируются определенные ценностные значения, в совокупности составляющие ценностную картину мира трэвел-текста, через их призму путешествующий и переживающий автор выражает не только опыт собственного путешествия, но и нравственные устои жизни.

**Ключевые слова:** антропоцентризм трэвел-текста, когнитивно-ценностные аспекты, осознанное путешествие, трэвел-дискурс, ценностная картина мира, ценность.

© Рамантова О. В., 2021

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



---

**Для цитирования:** Рамантова О. В. Ценностные смыслы в текстах категории «intelligent travel» // ДИСКУРС. 2021. Т. 7, № 4. С. 92–103. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-4-92-103

---

**Конфликт интересов.** О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

*Поступила 26.04.2021; принята после рецензирования 21.05.2021; опубликована онлайн 24.09.2021*

---

## The Value Semantics in “Intelligent Travel” Discourse

**Olga V. Ramantova**✉

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

✉ms.ramantova@mail.ru

**Introduction.** The present paper aims at describing the results of researching the axiological aspect of the category “intelligent travel” functioning in the English language travel discourse. The relevance of the research is defined, firstly, by continuously developing tourist industry and the emergence of new tourist concepts which are embodied in numerous travel editions and, secondly, by insufficient knowledge of axiological aspect of certain travel-genres. The research is completed within the anthropocentric paradigm of linguistic studies and thus contributes to the development of this approach. The novelty of the study lies in revealing specific values represented in intelligent travel-texts and forming a special value line.

**Methodology and sources.** The research is based on the English language texts about travelling. *National Geographic* was used as the main source of material. For the selection of travel texts, the continuous sampling method was used. The general methodology of studying the “intelligent/slow travel” concept also includes the method of semantic analysis, the method of semantic-stylistic analysis, elements of communicative-pragmatic analysis.

**Results and discussion.** The results of the study include the description of the content of the *intelligent travel* category, the review of existing types of values, and the description of basic meanings forming the value picture of the world in travel-texts of this genre – *sensory values, aesthetic values, morally-ethical and rationalistic value meanings*. Within this research it is important to consider “anti-value” which is represented predominantly in texts about wildlife conservation and which enhances the pragmatic impact of the text on the reader. The result of the study is the conclusion about certain language specific of the category of intelligent travelling which is actualized through special value prism.

**Conclusion.** The study reveals the specificity of the value paradigm of *slow/intelligent travel* texts. The semantic space of texts about intelligent travelling is filled with certain value markers in total constructing the value picture of the world through the prism of which the travelling and experiencing author expresses not only his own vision of things, but the moral side of life aspects. The chosen methodology can be applied for further research and similar studies of other genres of travel-discourse.

**Key words:** anthropocentrism of travel-texts, cognitive-value aspects, intelligent travel, slow travel, travel-discourse, value picture of the world, value.

**For citation:** Ramantova O. V. The Value Semantics in “Intelligent Travel” Discourse. DISCOURSE. 2021, vol. 7, no. 4, pp. 92–103. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-4-92-103 (Russia)

---

**Conflict of interest.** No conflicts of interest related to this publication were reported.

*Received 26.04.2021; adopted after review 21.05.2021; published online 24.09.2021*

---

**Введение.** Цель настоящей статьи заключается в том, чтобы на материале английского языка выявить и описать ценностный потенциал текстов категории *intelligent travel* и

таким образом обосновать культурологическую и этическую значимость изучения языковых особенностей жанра путешествий. *Актуальность* данного исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, сфера туризма в настоящее время является активно развивающимся направлением человеческой деятельности и привлекает внимание не только исследователей социологических и экономических областей научного знания, но и лингвистов, при этом развивающая и культуuroобразующая функция медийных материалов о путешествиях не вызывает сомнений. Во-вторых, несмотря на то, что трэвел-дискурс является объектом лингвистических исследований уже довольно продолжительное время, вопрос языкового представления ценностного потенциала в трэвел-дискурсе, в частности англоязычном, недостаточно изучен. Более того, настоящее исследование проводится в русле современной антропоориентированной парадигмы и направлено на изучение языка трэвел-текстов в тесной взаимосвязи с человеком, активно познающим мир и воплощающим его через призму собственного восприятия в увлекательные сюжеты о путешествиях, которые в свою очередь раскрывают глубокую антропоцентрическую природу исследуемого жанра и свидетельствуют об особом когнитивно-познавательном потенциале субъекта путешествия. *Научная новизна* исследования видится в выявлении ценностных значений, формирующих особый ценностный фон текстов, актуализирующих в англоязычном трэвел-дискурсе концепцию «осознанного путешествия». Результаты исследования вносят определенный вклад в развитие антропоориентированного подхода в лингвистике и развитие теории дискурса. *Практическая значимость* исследования обусловлена возможностью применения его результатов на курсах лекций и семинарских занятиях по лексикологии и стилистике английского языка, при написании курсовых и выпускных квалификационных работ схожей тематики. *Теоретическую базу* данного исследования составили работы Гедгафовой Н. А. [1], Елкиной И. И. [2], Казиной А. И. [3], Лучинской С. Ю. [4], Погодаевой С. А. [5], Полежаева Ю. Г. [6], Рамантовой О. В. [7], Редькиной Т. Ю. [8], Тарнаевой Л. П. [9], Филатовой Н. В. [10], в которых на материале разных языков описываются концептуальная база трэвел-дискурса, его аксиологическая составляющая, жанровые характеристики трэвел-текстов, особенности языковой репрезентации отдельных концепций путешествий и, безусловно, личность автора трэвел-публикаций. Особое внимание исследователи традиционно уделяют изучению культурологического и этнического аспектов трэвел-изданий. В центре внимания лингвистов находятся прагматические установки трэвел-материалов. Речь идет о познавательной, популяризирующей и рекламной составляющих текстов данного жанра. Совершенно очевидно, что языковой потенциал медийных материалов о путешествиях обуславливает широкую перспективу дальнейших не менее интересных и глубоких исследований на материале разных языков.

**Методология и источники.** Материалом исследования послужили оригинальные англоязычные трэвел-тексты. Основным критерием отбора текстов данного жанра, который осуществлялся посредством сплошной выборки, является их принадлежность к категории *intelligent travel*. Таким образом, материал исследования репрезентирует концепцию «медленного/осознанного/экологичного путешествия», которая в настоящее время сохраняет особую популярность по сравнению с другими туристическими трендами. Опыт индивидуальных путешествий актуализируется много и осознанно путешествующими авторами в ин-

тернет-пространстве в разного рода трэвел-блогах и трэвел-журналах. Одним из таких авторитетных международных интернет-изданий является *National Geographic Magazine*. Журнал выходит в нескольких странах и на разных языках. Состав авторов публикаций многонационален. Интересно отметить, что авторы трэвел-ориентированных материалов являются не только профессиональными путешественниками, но и журналистами и редакторами, владеющими словом и обладающими широким диапазоном специальных знаний, определяющих глубокое и разнообразное наполнение трэвел-текстов разного жанра.

Методика проведенного исследования включает в себя метод семантического анализа, метод семантико-стилистического анализа и элементы прагма-коммуникативного анализа. Отобранные трэвел-тексты интерпретировались преимущественно посредством метода лингвистического описания. Основные задачи исследования включают: описание содержания понятия *intelligent travel*; отбор текстов для лингвистического анализа; выявление основных ценностных значений, формирующих ценностную картину мира текстов об «осознанном путешествии»; описание способов языковой репрезентации ценностей и антиценностей в семантическом пространстве «осознанного путешествия».

**Результаты и обсуждение.** К основным результатам исследования можно отнести следующее. Понятие *intelligent travel / slow travel* является частью концепции *slow movement* (медленное движение), основная установка которой заключается в том, чтобы жить в наиболее удобном для каждого человека ритме [7, с. 43]. По мнению идеолога движения за неспешную жизнь Карла Оноре, медленность в путешествии подразумевает спокойствие и рефлексии [11]. Путешествие в стиле *intelligent travel* предполагает погружение в быт и менталитет местных жителей в противоположность хаотичной погоне по туристическим местам в поиске быстрых впечатлений. Концепция «медленного туризма» отражает сформулированную в середине XX в. доктором Альбертом Данном идею о «духовном благополучии на высоком уровне» / *wellbeing on high level*, основанном на здоровом питании, активности, отдыхе и духовном возрождении [12]. Таким образом, путешествия в стиле *slow travel* предназначены в первую очередь для личностного роста. В толковых словарях отражены такие содержательные параметры исследуемого понятия, как бережное отношение к природе, продолжительный характер пребывания в новом месте и сложность организации путешествия [13].

Путешествующий и размышляющий автор является для читателя проводником ценностной картины мира, которую он, будучи активно познающим субъектом, формирует в сознании в результате эмоционально-оценочного переживания опыта путешествий. Именно поэтому «семантика текстов об осознанном путешествии образуется значениями ментальной, эмоциональной и перцептивной деятельности субъекта путешествия, которые выражают основной продукт такого рода путешествий – эмоциональное наполнение и осмысление субъектом жизни» [7, с. 46].

В рамках данной работы, вслед за Кадачиевой Х. М. и Магомедовой Н. З. [14], речь идет об интерпретации ценности как категории этики, эстетики, культуры. Как отмечает Ю. Г. Полежаев, «существует множество типологий ценностей <...> речь идет о следующих дихотомиях: 1) социально-ориентированные vs персонально-ориентированные (статус, уникальность, успех vs свобода, достижение, гордость); 2) социально-нормативные vs теологи-

ческие (здоровье, безопасность, сохранение природы vs эффективность, выгода); 3) репрезентативная классификация частнооценочных значений – сенсорные, рационалистические, эстетические и морально-этические значения <...> рационалистические значения, в свою очередь, дифференцируются на нормативные (правильный, нормальный), утилитарные (полезный, удобный), телеологические (эффективный, выгодный) и социально-нормативные (здоровый, престижный, экологичный)» [6, с. 143]. Данное исследование основывается на таксономии последнего типа, в соответствии с которой применительно к трэвел-текстам жанра «осознанное путешествие» целесообразно выделить несколько групп ценностных значений.

Первая группа ценностно-ориентированных значений коррелирует с непосредственной перцептивной деятельностью человека и поэтому представлена **сенсорными значениями**. Последние касаются передачи автором специфики его собственного перцептивного восприятия и репрезентируют, прежде всего, *вкусовые ощущения*. Интересно отметить, что в текстах об «осознанном путешествии» большое внимание уделяется описанию элементов национального быта, особенно национальной кухни, знакомству с которой в силу смежности понятий *slow travel* и *slow food* в философии «медленного путешествия» уделяется первостепенное внимание [13].

Особенности перцептивной деятельности, являющейся основной составляющей познавательной деятельности человека, могут актуализироваться в тексте разными способами. Так, например, вкусовые ощущения традиционно передаются адъективными предикатами: *the mojitos are tasty* / мохито здесь вкусный (*здесь и далее пер. О. В. Рамантовой*) [15], *the chicken is wonderfully juicy inside* / цыпленок необыкновенно сочный внутри [16]; *the food is simple yet mouth-watering* / при виде такой еды просто слюнки текут [17]. Вкусовые значения в текстах категории *intelligent travel* могут объективироваться и глагольными перцептивными предикатами: *I sensed a whiff of controversy at La Fontana* / я ощутил аромат противоречия в Ла Фонтана ... *an upscale paladar (owner-run restaurant) with a modern mirror-meets-koi pond atmosphere befitting its location in Havana's well-heeled Miramar embassy district* [15]; *As for the cigar... it tasted vaguely of chocolate, so I didn't even cough* / что касается сигары, на вкус она смутно напоминала шоколад, так что я даже не закашлял [15].

Самую многочисленную группу ценностных ориентиров в текстах об «осознанном путешествии» составляют случаи с **эстетическими ценностными значениями**. Речь идет о репрезентации впечатлений о локусе, национальной кухне, людях. Наиболее часто впечатления от местной кухни репрезентированы эпитетами, эксплицирующими авторскую оценку и усиливающими прагматическое воздействие на читателя, как, например, это видно в следующих случаях использования субстантивных и адъективных языковых средств для описания особенно положительных воспоминаний о национальных блюдах: *standout culinary experience* / нестандартный кулинарный опыт, *standout steak frites* / неповторимые стейки во фритюре, *the food will not disappoint* / еда не разочарует вас [17]; *a genuine (if pricey) treat* / подлинный (если дорогой) деликатес, *cocktail culture was born* / родилась культура приготовления этого коктейля, *the result was an instant hit* / в результате сразу получился настоящий успех, *we wanted to create something completely unique in the vermouth world* / мы хотели создать что-то уникальное в мире вермута [18]; *the super-spicy bird* / невероятно острая птичка, ... *fried to perfection outside* / зажаренная до идеального состояния, *the chicken's secret brine and marinade ensure a*

*crispy skin and a flavorful center at every level* / благодаря секретным рецептам рассола и маринада цыпленок хрустящий снаружи и ароматный внутри... and the pimento mac-and-cheese and black-eyed pea salad are popular choices to temper the *burn* / чтобы смягчить обжигающий вкус, идеальным вариантом могут быть перец с сыром и макаронами или салат с горохом [16]; his *mojito stands above the others* as the quintessential Cuban cocktail / его мохито превосходит все остальные, будучи основным коктейлем на Кубе, a tour of its mojito hot spots to understand *how this simple mixture can express so much more than the sum of its parts* / тур по горячим мохитоместам для понимания того, как настолько простая смесь может выражать намного больше, чем просто сумма ее ингредиентов, his *perfectly balanced* mojito / его идеально сбалансированный мохито [15].

Эстетический аспект приема пищи и напитков могут выражать глагольные предикаты: to *enjoy* a mojito / наслаждаться мохито [15], to *indulge* in dessert / побаловать себя десертом [17], to *sip* vermouth *in style* / с шиком потягивать вермут, to *score* cocktails / взбивать коктейли, to *sample* the spirit / испробовать крепкий напиток [18].

Изысканность вкусовых ощущений нередко актуализируется путешествующим автором посредством метафорического переноса. В следующем случае шеф-повар Дэвид Лебовиц, являясь истинным ценителем гастрономических шедевров, номинирует мускусный гречишный мед, изготавливаемый на юге Франции, «королевской драгоценностью» и таким способом подчеркивает высокое качество и аристократический вкус продукта: Brittany's musky, buckwheat flower honey is *the crown jewel* / мускусный гречишный цветочный мед провинции Бретани является королевской драгоценностью [19]. В следующем случае метафорическим сравнением *the marriage of two dominant food cultures* автор описывает специфику мексиканского национального блюда тако. В нем соединяются гастрономические традиции Кореи и Мексики, что позволяет сравнивать рецепт с брачным союзом двух культур: Korean tacos are *the marriage of two dominant food cultures* in L. A... Find a truck that serves up kimchee and grilled Korean meats in a tortilla and then ponder why no one had thought of it earlier... / корейские тако – это брачный союз двух доминирующих пищевых культур в Лос-Анджелесе [20].

Посредством эстетических ценностных значений в текстах об «осознанном путешествии» актуализируются описания локуса, восприятие которого переживается путешествующим автором как ценный опыт и репрезентируется в языке преимущественно посредством эпитетов: The *restaurant-museum* hybrid / гибрид ресторана и музея; the meticulously *manicured* 56-acre garden is a must-visit spot / тщательно обрезанные 56 акров сада – это место, которое обязательно нужно посетить; the art lover can spend weeks perusing *world-class museums* / ценитель искусства может провести недели, изучая признанные во всем мире музеи; the wanderer can get lost exploring the endless streets filled with *architectural wonders* / путешествующий может затеряться, исследуя бесконечные улицы, наполненные архитектурными творениями [17]; its «*riotously over-the-top*» opulent décor / его буйно напыщенный богатый декор; a *cozy* art nouveau-style café / уютное арт-кафе в стиле модерн; *casual* and *laid-back* (with comfy couches), if often crowded, this *inventive* bar / повседневный и спокойный (с удобными диванами), этот изобретательный бар [18]; I still felt like Indiana Jones as I passed through *the massive wooden portico* into its *grand, dilapidated entrance hall*, there was nowhere to go but up (and up) *the majestic staircase* to the top floor and into a lovely rabbit warren of movie-set-worthy dining

rooms *bursting* with crystal chandeliers, burnished silver, etched glass windowpanes, *time-worn* white linen and *mismatched art deco-era* chairs / Я чувствовал себя Индианой Джонсом, когда шел по массивному деревянному крыльцу в большой полуразрушенный зал и дальше по величественной лестнице на верхний этаж... в обеденные комнаты, взрывающиеся блеском хрустальных люстр и полированного серебра [15].

Эстетические ценностные значения нередко репрезентируют авторское восприятие атмосферы и социального окружения, являющиеся неотъемлемым атрибутом практически каждой туристической дестинации, как это продемонстрировано в следующем контексте: *And the company? Excellent. I chatted in English with tourists from Mexico and Puerto Rico, between attempts at dancing to the live salsa band's energetic renditions of traditional Cuban hits, there's hardly a more poetic place to enjoy a mojito than on a cobblestone terrace, sometimes – no, always – a spectacular view from a history-soaked spot is worth the price of a mediocre drink* / А компания? Превосходная. Я болтал на английском с туристами из Мексики и Пуэрто Рико между попытками танцевать под кубинские хиты в исполнении сальса-бэнд... Вряд ли существует более поэтическое место, чтобы наслаждаться мохито на террасе из гальки... Иногда – нет, всегда – зрелищный вид, открывающийся с исторического места, стоит цены посредственного напитка [15].

Другую группу ценностных ориентиров в текстах об «осознанном путешествии» составляют **морально-этические ценностные значения**, которые реализуются в трэвел-текстах, поддерживающих концепцию бережного отношения к природе. В следующем контексте путешествующий автор посвящает воде наполненную метафорами оду. Таким образом, через метафорическое переосмысление подчеркиваются уникальные свойства воды, единство природы и человека: *the chatter of water over rocks* – «болтовня воды»; *the trill of a tiny stepped waterfall* – «трель крошечного ступенчатого водопада»; *the bass of a torrent over deadfall* – «бас потока»; *the music of the flowing water* – «музыка текущей воды»; *the language of a spill of river across moss* – «язык потока реки, бегущей по мху»; *our bodies' own rivers and streams are traced in blood* – «реки и ручьи в наших телах вычерчены кровью» [21]. Особую экспрессию приобретает сравнение звуков трескающегося льда с выстрелами из мощного оружия – таким переосмыслением автор акцентирует внимание массового читателя на обострившейся экологической ситуации и таянии ледников: *I wonder now if that ice sheet remains as vast, if it's still as real as cement. Or is the ice cracking, sending out sounds like shots from a very powerful gun?* / И сейчас я хочу знать, осталась ли та толща льда такой же огромной и крепкой, как цемент, или лед трескается и посылает нам звуки, подобные выстрелам из мощного оружия? [21].

Ценностные значения данной группы могут быть репрезентированы лексическим маркером *sensible* (разумный, правильный), как, например, в следующем контексте: *At last, he'd start to tune the stream... This may be one of the most sensible things anyone has ever done. Because, really, aren't we all dancing to the sound of water before we're even born, in our mothers' wombs?* / Наконец он начал настраивать водный поток... Возможно, это самое разумное из того, что кто-то когда-либо делал... Разве мы, все еще не рожденные, не танцуем под звуки воды в утробе матери? [21]. Таким способом автор апеллирует к сознательности каждого отдельного индивида, неизбежно испытывающего на себе воздействие природы на протя-

жении всей жизни. Еще один способ репрезентации морально-этических ценностей представлен публикацией об экологичном туризме в Северной Америке: Ecotourism could help the «Amazon of North America» recover / Экотуризм мог бы спасти Амазонку Северной Америки [22], в которой автор призывает каждого внести посильный вклад в сохранение экосистемы реки Миссисипи: And humans can restore it / И люди могут ее восстановить [22]. В следующем контексте морально-этическое ценностное значение «ответственного отношения» актуализируется сочетанием предиката *visit* с наречием *responsibly* (ответственно): with such a delicate ecosystem, how can travelers *visit* more *responsibly*? / как можно путешествовать более ответственно в такой ранимой экосистеме? [22].

Безусловно, морально-этические ценности широко актуализируются в публикациях о редких и вымирающих видах дикой природы. Так, например, авторская оценка и эмоциональная окраска сопровождают описание сафари-тура, актуализирующие не только картину природы, но и созвучное ей тревожное настроение автора, на что указывают: 1) экспрессивные глагольные предикаты – the animals could *erase* from the continent / животные могут исчезнуть с континента; the number of black rhinos *has plummeted* / число черных носорогов резко упало [23]; 2) субстантивные и адъективные языковые средства – the rhino-poaching *crisis* / критическая ситуация, связанная с браконьерством носорогов; *record numbers* of rhinos have been killed / было убито рекордное число носорогов; the *endangered* rhinoceros / носороги, находящиеся под угрозой исчезновения; the very real possibility of their *extinction* / очень реальная вероятность их вымирания; Africa's rhinos are currently under such *aggressive attack* / африканские носороги в настоящее время подвергаются агрессивному нападению; *organized crime* / организованное преступление; *unprecedented conservation crisis* / беспрецедентный кризис сохранения дикой природы; the *escalating slaughter* of rhinos / возрастающее истребление носорогов [23]. Аналогичный случай репрезентации в языке морально-этических ценностных значений представлен в трэвел-тексте о сохранении пеликанов в Камбодже: *endangered birds* / птицы, находящиеся под угрозой исчезновения; *severe poaching* of bird eggs / жестокое браконьерство яиц птиц [24].

Семантическое пространство трэвел-текстов, апеллирующих к здравому смыслу и чувству долга перед природой у массового читателя, наполнено не только ценностными ориентирами, но и маркерами **антиценностей**. «Эксплицированность ценностных параметров в семантике лексической единицы может быть различной: ценность или антиценность объекта не связаны напрямую с фиксированными в семантике лексической единицы оценочными компонентами... Оценочные семы в структуре лексической единицы могут быть постоянными, вызываемыми в сознании человека, или вариативными, актуализируемыми лишь определенным контекстом» [25]. В следующих примерах ориентиром антиценности является значение *illegal*, подчеркивающее безнравственность человеческого поведения: *illegally killed*, *trade in illegal wildlife products* [23]. Далее предикаты репрезентируют антиценности в силу включенности в их семантику значения «деструктивных и безнравственных действий»: *stole eggs from the nest of endangered birds* / воровали яйца из гнезд птиц, которые находятся на грани исчезновения, *poaching of bird eggs for food* / браконьерство птичьих яиц ради еды, *egg thieves* / воры яиц [24].

Интересно отметить вариативность интерпретации конструкции с предикативом *worth*, которая в зависимости от контекста может актуализировать значение «необходимого действия» и, следовательно, передавать в языке морально-этическую ценность или значение «пользы» и «выгоды» и таким образом формировать **утилитарную ценность**, которая относится к рационалистическим ценностным значениям [26]. В текстах категории *intelligent travel* употребительны оба значения. В следующем контексте речь идет о репрезентации морально-этической ценности: *the abundant avian diversity worth saving* / обильное разнообразие птиц, которое стоит сохранить [24].

В результате проведенного исследования можно сделать следующие *выводы*. Ценностная парадигма текстов об «осознанном путешествии» репрезентирована сенсорными, эстетическими, морально-этическими и рационалистическими (утилитарными) ценностными значениями. Ценности, актуализируемые в текстах об «осознанном путешествии», являются универсалиями, что обуславливает особую социальную значимость исследуемого жанра. Самую многочисленную группу ценностных значений в текстах категории *intelligent travel* составляют эстетические и морально-этические ценностные значения.

**Заключение.** Изучение аксиологической составляющей текстов категории *intelligent travel* раскрывает особый ценностный потенциал современного трэвел-дискурса и доказывает его жанровое многообразие. Мыслящий, тонко чувствующий жизнь и сопереживающий автор «осознанного путешествия» через призму собственных сенсорных, эстетических, морально-этических и рационалистических ценностей не только транслирует индивидуальный характер восприятия окружающего мира, но и воплощает в языке реалистичный образ мира, который открывается ему в путешествии. Перспектива дальнейших исследований ценностных аспектов трэвел-дискурса видится в изучении когнитивно-ценностного плана других трэвел-жанров, а также в сопоставительных исследованиях.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гедгафова Н. А. Языковая репрезентация категории аттрактивности в научно-популярном журнале путешествий // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-reprezentatsiya-kategorii-attraktivnosti-v-nauchno-populyarnom-zhurnale-puteshestviy> (дата обращения: 25.01.2021).
2. Елкина И. И. Автор и адресат трэвел-медiateкста // Ученые записки Новгородского гос. ун-та. 2016. № 2 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtor-i-adresat-trevel-mediateksta> (дата обращения: 24.01.2021).
3. Казина А. И. Основные лингвокогнитивные особенности дискурса тревел-блогов: стимулирование познавательных интенций, самопрезентация, самокоммуникация (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, № 7. С. 192–196. DOI: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.41>.
4. Лучинская С. Ю. Журналы-травелоги в условиях глобализации массмедиа: дис. ... канд. филол. наук / Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 2009.
5. Погодаева С. А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук / Иркут. гос. лингвист. ун-т. Иркутск, 2008.
6. Полежаев Ю. Г. Когнитивно-ценностный аспект трэвел-журналов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4 (58). Ч. 2. С. 142–144.
7. Рамантова О. В. Особенности языковой репрезентации «осознанного путешествия» в англоязычном трэвел-дискурсе // Казанская наука. 2020. № 8. С. 42–48.

8. Редькина Т. Ю. Этические и культурно-речевые нормы в трэвел-медiateксте // *Экология языка и коммуникативная практика*. 2014. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskie-i-kulturno-rechevye-normy-v-trevel-mediatekste> (дата обращения: 24.02.2021).
9. Тарнаева Л. П., Дацюк В. В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // *Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9*. 2013. № 3. С. 229–235.
10. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук / МГЛУ. Москва, 2014.
11. Honore C. *In Praise of Slowness: Challenging the Cult of Speed*. Toronto: Ontario, Random House, 2004.
12. Chon K. S. *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*. N. Y.: Routledge, 2012.
13. Macmillan Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/slow-travel.html> (дата обращения: 24.03.2021).
14. Кадачиева Х. М., Магомедова Н. З. Ценностная картина мира и ее отражение в английском языке (на материале современных британских рассказов) // *Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение*. 2010. Вып. 49, № 34 (215). С. 48–50.
15. Bouchet C. M. Local Flavor: Mojitos in Havana // *National Geographic*. 2016. 19 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/where-to-find-the-best-mojitos-in-havana> (дата обращения: 24.04.2021).
16. Local Flavor: Hot Chicken in Nashville // *National Geographic*. 2016. 26 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/local-flavor-hot-chicken-in-nashville> (дата обращения: 24.04.2021).
17. Just back: Paris // *National Geographic*. 2015. 22 Jan. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/intelligent-travel/2015/01/22/just-back-paris/> (дата обращения: 15.04.2021).
18. Abercrombie P. Discover Italy's Aperitivo Capital // *National Geographic*. 2016. 29 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/italys-aperitivo-capital-turin-vermouth-torino> (дата обращения: 24.04.2021).
19. O'Keefe S. Find the best foodie souvenirs in France // *National Geographic*. 2018. 24 Dec. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/intelligent-travel/2016/01/20/david-lebovitzs-favorite-edible-french-souvenirs> (дата обращения: 28.04.2021).
20. Everything to know about Hawaii Volcanoes National Park // *National Geographic*. 2019. 15 July. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/national-parks/hawaii-volcanoes-national-park> (дата обращения: 24.04.2021).
21. Readicker-Henderson E. A Traveler's Ode to Water // *National Geographic*. 2016. 17 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/a-travelers-ode-to-water> (дата обращения: 24.04.2021).
22. Kehoe J. Ecotourism could help the "Amazon of north America" recover. Here's how // *National Geographic*. 2021. 16 April. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-amazon-of-north-america-is-disintegrating-visit-mindfully> (дата обращения: 23.04.2021).
23. Bond M. The Fight to Save Africa's Rhinos // *National Geographic*. 2016. 11 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-fight-to-save-africas-rhinos> (дата обращения: 25.04.2021).
24. Free as a Bird in Cambodia // *National Geographic*. 2016. 16 Feb. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/free-as-a-bird-in-cambodia> (дата обращения: 20.04.2021).
25. Солодилова И. А., Перевалов В. В. Ценностная картина мира как объект лингвистического изучения // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Гуманитарные науки, Филология*. 2018. № 3. С. 180–183.
26. Hornby A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: Oxford University Press, 1995.

### Информация об авторе.

**Рамантова Ольга Вячеславовна** – кандидат филологических наук (2017), доцент кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5, Санкт-Петербург, 197376, Россия. Автор более 30 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, коммуникативная лингвистика, теоретическая фонетика. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7235-4057>. E-mail: [ms.ramantova@mail.ru](mailto:ms.ramantova@mail.ru)

### REFERENCES

1. Gedgafova, N.A. (2018), "Linguistic representation of the category of attractiveness in a popular science travel journal", *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhskii philological bulletin], no. 1, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-reprezentatsiya-kategorii-attraktivnosti-v-nauchno-populyarnom-zhurnale-puteshestviy> (accessed 25.01.2021).
2. Elkina, I.I. (2016), "The author and the addressee of media texts about travelling", *Memoirs of NovSU*, no. 2 (6), available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtor-i-adresat-trevel-mediateksta> (accessed 24.01.2021).
3. Kazina, A.I. (2019), "Basic Linguo-Cognitive Peculiarities of Travel Blog Discourse: Stimulation of Cognitive Intents, Self-Presentation and Self-Communication (by the Material of the English Language)", *Philology. Theory & Practice*, vol. 12, no. 7, pp. 192–196. DOI: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.41>.
4. Luchinskaya, S.Yu. (2009), "Travel magazines in the context of mass media globalization", Abstract of Can. Sci. (Philol.) dissertation, KubSU, Krasnodar, RUS.
5. Pogodaeva, S.A. (2008), "Linguistic Arguments in French Tourism Discourse", Abstract of Can. Sci. (Philol.) dissertation, ISLU, Irkutsk, RUS.
6. Polezhaev, Yu.G. (2016), "The Cognitive and Axiological Aspect of Travel Magazines", *Philology. Theory & Practice*, no. 4 (58), ch. 2, pp. 142–144.
7. Ramantova, O.V. (2020), "Language Actualization of Slow Travelling in English Travel-Discourse", *Kazan Science*, no. 8, pp. 42–48.
8. Red'kina, T.Yu. (2014), "Ethical and cultural speech norms in travel media text", *Ecology of Language and Communicative Practice*, no. 1, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskies-i-kulturno-rechevye-normy-v-trevel-mediatekste> (accessed: 24.02.2021).
9. Tarnaeva, L.P. and Datsyuk, V.V. (2013), "Tourist discourse: linguo-pragmatic characteristics", *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9* [Bulletin of St Petersburg University. Series 9], no. 3, pp. 229–235.
10. Filatova, N.V. (2014), "Discourse of the tourism sector in pragmatic and linguistic aspects", Abstract of Can. Sci. (Philol.) dissertation, MSLU, Moscow, RUS.
11. Honore, C. (2004), *In Praise of Slowness: Challenging the Cult of Speed*, Ontario, Random House, Toronto, Canada.
12. Chon, K.S. (2012), *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*, Routledge, N.Y., USA.
13. *Macmillan Dictionary*, available at: <https://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/slow-travel.html> (accessed 24.03.2021).
14. Kadachieva, Kh.M. and Magomedova, N.Z. (2010), "The value picture of the world and its reflection in the English language (based on modern British stories)", *Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art history*, iss. 49, no. 34 (215), pp. 48–50.
15. Bouchet, C.M. (2016), "Local Flavor: Mojitos in Havana", *National Geographic*, 19 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/where-to-find-the-best-mojitos-in-havana> (accessed 24.04.2021).
16. "Local Flavor: Hot Chicken in Nashville" (2016), *National Geographic*, 26 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/local-flavor-hot-chicken-in-nashville> (accessed 24.04.2021).

17. "Just back: Paris" (2015), *National Geographic*, 22 Jan., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/intelligent-travel/2015/01/22/just-back-paris/> (accessed 15.04.2021).
18. Abercrombie, P. (2016), "Discover Italy's Aperitivo Capital", *National Geographic*, 29 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/italys-aperitivo-capital-turin-vermouth-torino> (accessed 24.04.2021).
19. O'Keefe, S. (2018), "Find the best foodie souvenirs in France", *National Geographic*, 24 Dec., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/intelligent-travel/2016/01/20/david-lebovitzs-favorite-edible-french-souvenirs> (accessed 28.04.2021).
20. "Everything to know about Hawaii Volcanoes National Park" (2019), *National Geographic*, 15 July, available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/national-parks/hawaii-volcanoes-national-park> (accessed 24.04.2021).
21. Readicker-Henderson, E. (2016), "A Traveler's Ode to Water", *National Geographic*, 17 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/a-travelers-ode-to-water> (accessed 24.04.2021).
22. Kehoe, J. (2021), "Ecotourism could help the "Amazon of north America" recover. Here's how", *National Geographic*, 16 April, available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-amazon-of-north-america-is-disintegrating-visit-mindfully> (accessed 23.04.2021).
23. Bond, M. (2016), "The Fight to Save Africa's Rhinos", *National Geographic*, 11 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-fight-to-save-africas-rhinos> (accessed 25.04.2021).
24. "Free as a Bird in Cambodia" (2016), *National Geographic*, 16 Feb., available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/free-as-a-bird-in-cambodia> (accessed 20.04.2021).
25. Solodilova, I.A. and Perevalov, V.V. (2018), "Valuable picture of the world as an object of linguistic study", *Modern Science: Actual Problems of Theory & Practice. Series of Humanities*, no. 3, pp. 180–183.
26. Hornby, A.S. (1995), *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, Oxford, UK.

#### **Information about the author.**

**Olga V. Ramantova** – Can. Sci. (Philology) (2017), Associate Professor at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professor Popov str., St Petersburg 197376, Russia. The author of more than 30 scientific publications. Area of expertise: cognitive linguistics, communicative linguistics, lexicology, theoretical phonetics. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7235-4057>. E-mail: [ms.ramantova@mail.ru](mailto:ms.ramantova@mail.ru)