

**Міністерство освіти і науки України**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Навчально-науковий інститут філології**  
**кафедра мов і літератур Близького та Середнього Сходу**

**Мова арабських тревел-блогів: лексико-семантичний та  
функціональний аспекти**

**Кваліфікаційна робота**  
**освітнього ступеня «магістр»**  
студентки II курсу магістратури,  
галузь знань 03 — Гуманітарні науки  
освітньої програми  
«Східна філологія, західноєвропейська  
мова та переклад:

арабська мова і література»  
спеціальності 035 Філологія  
(035.060 східні мови та  
літератури (переклад включно),  
перша – арабська)

**ЯНЧИК Дани Сергійович**

*Науковий керівник:*

к. філол. н., асист. **Аліна КУЧЕРЕНКО**

*Рецензент:*


к. філол. н., доц. **Іван СІВКОВ**

**«Допущено до захисту»**

Протокол засідання

кафедри мов і літератур Близького та Середнього Сходу

**протокол №12 від «10» травня 2024 року**

завідувач кафедри  (підпис)

д.філол.н., проф. **Олена МАЗЕПОВА**

**КИЇВ**  
**2024**

## АНОТАЦІЯ

У сучасному інформаційному середовищі тревел-блоги стають важливим джерелом інформації про культурні особливості та манери життя різних країн, що збагачує культурний діалог та взаєморозуміння. Дослідження лексичного аспекту арабських тревел-блогів виявляється актуальним у зв'язку зі зростаючим впливом глобалізації на арабську мову та культуру, зокрема через інтернет-комунікацію. Мета даного дослідження полягає у визначенні лексико-семантичних та функціональних особливостей арабських тревел-блогів, а також у виявленні їхнього впливу на сприйняття арабської культури.

У першому розділі аналізуються теоретичні аспекти блогінгу, його розвиток як форми онлайн-комунікації та особливості тревел-блогів як піджанру цього жанру. Другий розділ досліджує специфіку спілкування арабських тревел-блогерів, зокрема структуру комунікації та особливості лексичного наповнення їхніх дописів. Третій розділ фокусується на функціонуванні соціокультурної лексики в арабських тревел-блогах, включаючи культурно марковану лексику та засоби емоційної експресивності.

У висновках підкреслюється важливість аналізу лексичного аспекту арабських тревел-блогів для поглибленого розуміння культурних відмінностей та сприяння взаєморозумінню між культурами. Результати дослідження мають значення для лінгвістів, культурологів та інших зацікавлених осіб, що вивчають арабську мову та культуру, а також можуть бути використані для подальшого розвитку методик навчання арабської мови з фокусом на лексичні аспекти, специфічні для тревел-блогів.

**Ключові слова:** арабські тревел-блоги, лексичний аспект, культурна спадщина, міжкультурний діалог.

## ABSTRACTS

In today's information environment, travel blogs are becoming an important source of information about the cultural characteristics and lifestyles of different countries, which enriches cultural dialogue and mutual understanding. The study of the lexical aspect of Arabic travel blogs is relevant due to the growing influence of globalization on the Arabic language and culture, in particular through Internet communication. The purpose of this study is to determine the lexical and semantic and functional peculiarities of Arabic travel blogs, as well as to identify their influence on the perception of Arab culture.

The first section analyzes the theoretical aspects of blogging, its development as a form of online communication and the peculiarities of travel blogs as a subgenre of this genre. The second section explores the specifics of communication of Arab travel bloggers, in particular the structure of communication and the peculiarities of lexical content of their posts. The third section focuses on the functioning of socio-cultural vocabulary in Arab travel blogs, including culturally marked vocabulary and means of emotional expressiveness.

The conclusions emphasize the importance of analyzing the lexical aspect of Arab travel blogs to enhance understanding of cultural differences and promote mutual understanding between cultures. The results of the study are of importance for linguists, cultural studies scholars and other interested persons studying the Arabic language and culture, and can be used to further develop Arabic language teaching methods with a focus on lexical aspects specific to travel blogs.

**Keywords:** Arabic travel blogs, lexical aspect, cultural heritage, intercultural dialogue.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТРЕВЕЛ-БЛОГІВ</b> .....	7
1.1 Блогінг у системі онлайн-комунікації.....	7
1.2 Поява та розвиток арабських тревел-блогів.....	13
1.3 Мовні характеристики тревел-блогів.....	17
<b>Висновки до першого розділу</b> .....	22
<b>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ АРАБСЬКОМОВНИХ ТРЕВЕЛ-БЛОГЕРІВ</b> .....	24
2.1 Структура комунікації арабських тревел-блогів.....	24
2.2 Лексичне наповнення Instagram-дописів про подорожі.....	35
<b>Висновки до другого розділу</b> .....	42
<b>РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ЛЕКСИКИ В АРАБСЬКИХ ТРЕВЕЛ-БЛОГАХ</b> .....	44
3.1 Культурно маркована лексика .....	44
3.2 Лексичні засоби емоційної експресивності.....	51
3.3 Англійські запозичення.....	58
<b>Висновки до третього розділу</b> .....	65
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	66
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	69

## ВСТУП

У сучасному світі, сповненому культурною різноманітністю та доступом до обміну інформацією, з'являються нові можливості для глибшого розуміння різних аспектів життя. Тревел-блоги як джерела знань, зокрема про арабську культуру, не лише демонструють архітектурні шедеври, але й становлять інтерес у плані мови, що стає ключем до взаєморозуміння. Вивчення лексичних особливостей арабських тревел-блогів допомагає розуміти вплив глобалізації та міжкультурної комунікації на арабськомовний сегмент онлайн-комунікації. З іншого боку, мова тревел-блогів, покликана передати атмосферу подорожей, а також чинити певний вплив на реципієнтів, містить свої специфічні лексичні засоби емоційної експресивності. Вивчення цього явища сприятиме покращенню розуміння культурних відмінностей та поглибить знання про арабський світ.

**Актуальність дослідження** зумовлена необхідністю виявлення лексичних особливостей мови арабських тревел-блогів у зв'язку зі стрімким та динамічним розвитком цього жанру арабськомовної онлайн-комунікації, а також для визначення специфіки функціонування цієї лексики на різних рівнях арабської мови (стандартної та розмовної).

**Метою** дослідження є встановлення лексико-семантичних особливостей арабських тревел-блогів, а також їх функціонування на тлі сучасних тенденцій розвитку арабськомовного узусу в інтернет-просторі.

**Завдання** дослідження включають:

- 1) визначити ключові напрями в лінгвістичних розвідках щодо блогінгу та їхнє застосування до вивчення арабських тревел-блогів;
- 2) визначити мовні особливості, характерні для тревел-блогів;
- 3) окреслити основні етапи розвитку та структурні компоненти арабських тревел-блогів;
- 4) виявити лексико-семантичні особливості дописів в обраних блогах;
- 5) встановити лексичні риси у спілкуванні блогерів, що відображають сучасні тенденції розвитку узусу;

б) визначити лексику, яка має культурні та соціальні маркери, а також інші лексичні елементи, які забезпечують виразність в описах подорожей.

**Об'єктом** дослідження є мова арабських тревел-блогів, а **предметом** – лексико-семантичні та функціональні особливості цієї мови.

Для реалізації поставлених завдань в рамках дослідження були використані такі **методи та методики**: лінгвістичний аналіз, семантичне моделювання та мовний комунікативний аналіз. Кожен з цих методів має своє специфічне призначення і використання у контексті роботи.

**Практична значимість** цього дослідження полягає у поглибленому розумінні арабської культури та традицій через лексичний аспект блогів, що впливає на вибір туристами місць для відвідування, сприяє розвитку мовних навичок та допомагає аналізувати комерційний потенціал у туристичній індустрії. Крім того, результати дослідження можуть бути використані для розробки методик навчання арабської мови з фокусом на лексичні аспекти, специфічні для тревел-блогів.

**Новизна** дослідження полягає у спробі систематично проаналізувати лексичний аспект арабських тревел-блогів. Отримані висновки можуть зацікавити лінгвістів, культурологів та широке коло осіб, які цікавляться вивченням мовних та культурних аспектів арабських тревел-блогів.

**Структура** роботи включає вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТРЕВЕЛ-БЛОГІВ

### 1.1 Блогінг у системі онлайн-комунікації

У сучасному світі повсякденне життя людини стає простішим та комфортнішим завдяки широкому використанню різноманітних цифрових пристроїв. XXI століття характеризується швидким процесом глобалізації, розробкою та удосконаленням новітніх технологій, а також активною модернізацією засобів міжнародної комунікації, де провідну роль відіграє Інтернет. Ця всесвітня мережа пропонує безліч способів взаємодії: використання соціальних мереж, інтерактивних додатків, форумів, чатів, а також публікації в блогах.

На сучасному етапі розвитку Інтернет значно спрощує процес комунікації, дозволяючи користувачам виступати як у ролі активних учасників спілкування, так і в ролі отримувачів інформації. Інтернет-комунікація полягає у взаємодії та обміні інформацією, даними, ідеями або текстами через Інтернет [46]. Ця глобальна мережа передає інформацію через пакетну комутацію з використанням уніфікованих інтернет-протоколів. Завдяки цьому, на відміну від старіших форм комунікації, сьогодні ми маємо можливість обмінюватися інформацією легко і швидко, не залежно від часу та місцеположення.

Онлайн-спілкування включає в себе передачу, розповсюдження та обмін інформацією в реальному часі між людьми, які можуть знаходитися на великій відстані один від одного. Вивчення лексики залишається однією зі значущих тем для досліджень серед авторів арабських тревел-блогів, адже цей рівень мовної системи є найгнучкішим, він миттєво вбирає усі сучасні тенденції розвитку людства.

Багато вчених, таких як В. Акуленко, В. Жайворонок, Т. Панько, Г. Їжакевич, О. Тараненко, В. Левицький і інші, займалися дослідженнями в галузі лінгвістики, аналізуючи різні аспекти мовних одиниць та їхні зв'язки у структурі

мови. Кожен із них зробив свій внесок у розуміння функціонування мови в різних контекстах. Тому, можна визначити наступні особливості онлайн-комунікації [9, с.322]:

- здатність збереження повної анонімності;
- рівноправність учасників спілкування;
- відсутність обмежень у використанні мовних засобів;
- виклики, пов'язані з вираженням емоцій, і, як наслідок, застосуванням їхніх альтернатив, таких як емодзі (англ. emoji);
- відсутність часових та просторових обмежень у віртуальній комунікації.

Онлайн-комунікація швидко інтегрується в сучасне суспільство, завдяки чому у мережі виникає різноманіття жанрів взаємодії. Під час інтернет-комунікації використовується широкий спектр лексичних одиниць, таких як неологізми, синоніми та антоніми, пароніми та омоніми, а також різноманітні синтаксичні конструкції та ідіоматичні висловлювання. До того ж, в процесі спілкування в Інтернеті активно використовується комп'ютерна термінологія та сленг, які поступово стають частиною загальноживаної лексики. Інтернет-комунікації властиві усі стилі мови, такі як художній, публіцистичний, офіційно-діловий, розмовний та науковий, причому їх використання залежить від конкретного контексту. У цифровій комунікації використовується широкий спектр лексичних одиниць, таких як неологізми, синоніми та антоніми, пароніми та омоніми, а також різноманітні синтаксичні конструкції та ідіоматичні висловлювання. До того ж, у ході спілкування в Інтернеті активно використовується комп'ютерна термінологія та сленг, які поступово стають частиною загальноживаної лексики. Інтернет-комунікації властиві усі стилі мови, такі як художній, публіцистичний, офіційно-діловий, розмовний та науковий, причому їх використання залежить від конкретного контексту.

Оскільки інтенсивний розвиток в різних сферах життя призвів до стрімкого прогресу, необхідно враховувати, що цей прогрес також відзначається швидкою активізацією інформаційного суспільства. Це призвело до розповсюдження різноманітних інтернет-жанрів. Один з таких жанрів, блог, на сучасному етапі є

одним із найбільш використовуваних, він увійшов у соціально-комунікативний простір і став значущим засобом спілкування для мільйонів користувачів.

У сучасних інтернет-спільнотах блоги стали одним з провідних жанрів завдяки великій популярності соціальних мереж. Вони активно з'являються щоденно на сторінках як знаменитостей, так і звичайних користувачів, поступово стаючи невід'ємною частиною життя практично кожної людини. Найбільша кількість блогів нині діють на популярних соціальних мережах і платформах, таких як Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, Blogger, Tumblr. "Великий тлумачний словник сучасної української мови" визначає "блог" як веб-сайт, основною складовою якого є систематично оновлювані записи, статті чи інші типи даних. Ці записи зазвичай є короткостроковими та актуальними; в основі своїй блог слугує як онлайн-журнал подій [47]. У своїй статті "Блог як засіб інтерактивного спілкування з читачем" О.В. Бак визначає термін "блог" як мережевий щоденник, в якому регулярно публікуються різноманітні короткі записи у хронологічній послідовності [4, с.20]. За словами професора Бергенського університету, Дж. Реттберг, блог – це часто оновлюваний веб-сайт, що складається з датованих записів у зворотньому хронологічному порядку, так щоб найновіший пост відображався першим [24].

Першим блогом, за загальноприйнятим визначенням, вважається особиста сторінка Тіма Бернерса-Лі, одного зі засновників Інтернету, створена у 1992 році. Тут він ділився новинами про розвиток Інтернету та програмного забезпечення, хоча формат більше нагадував щоденник, а не сучасний блог. Більш точним прототипом сучасного блогу вважають записи Джастіна Холла на його сторінці, де в розділі "Vita" він розповідав історії зі свого життя. Вони були хронологічно та тематично структуровані відповідно до певних категорій, таких як сім'я, школа, місця, подорожі. Вже у 1996 році сайт Джастіна Холла відповідав сучасним уявленням про те, яким може бути блог.

Хоча існує блог з 1992 року, а його сучасний формат виник у 1996 році, термін "веб-блог" був узвичаєний тільки у грудні 1997 року завдяки Й. Баргеру. Він почав публікувати щоденні записи на своєму веб-сайті Robot Wisdom і

введенням терміну "веблог" в назву: "Robot Wisdom: A Weblog by Jorn Barger" [8]. Кожен новий запис Й. Баргера автоматично з'являвся у верхній частині сторінки, в той час як інші зсувалися вниз. Таким чином, Й. Баргер бажав поділитися своїми думками зі світом і працював у цьому напрямку протягом десятиліть, визначивши основи сучасного веб-блогу.

Термін "блог" у короткі строки ввійшов в ужиток лише в 1999 році завдяки Пітеру Мерхольцу, який гумористично вживав фразу "we blog" на своїй сторінці. Пізніше компанія "Pura Labs" стала використовувати слово "блог" як дієслово для опису дії "вести блог" і введення похідного терміну "blogger" – людина, яка веде власний блог. Цей жанр зацікавив багатьох користувачів, які намагалися створювати власні записи та публікації, щоб знайти аудиторію, з якою можна було б поділитися спільними інтересами.

У 2004 році, коли щомісячна кількість блогів стрімко зросла, видавнича компанія словників Merriam-Webster визнала «блог», словом, року, зафіксувавши його як найбільш шукане слово того часу [23, с.13]. Однією із яскравих особливостей блогів, яка відокремлює їх від звичайних мережевих щоденникових записів, є можливість обмінюватися думками з автором і вступати в дискусії. З плином часу та стрімким розвитком у різних сферах блоги практично стали невід'ємною частиною повсякденного життя, перетворившись із звичайного любительського допису в повноцінний інтернет-жанр. Сьогодні вони є невіддільною складовою життя практично кожної людини.

Оскільки блогосфера представляє собою віртуальний простір міжособистісної комунікації, який стрімко розвивається і модифікується, різновиди блогів постійно перебувають в процесі розвитку та трансформації. Для того, щоб класифікувати блоги, потрібно детально охарактеризувати їх основні риси, розглянути композиційні, стилістичні та лексичні характеристики, а також визначити відмінності між їх різновидами, змістовним наповненням і стилем.

За останні роки блоги значно еволюціонували, що призвело до появи безлічі класифікацій, заснованих на різних критеріях. Один з найпоширеніших методів класифікації класифікує блоги відповідно до їхньої тематичної

спрямованості. Наприклад, деякі блоги в першу чергу висвітлюють особистий досвід, думки та погляди, їх часто називають "особистими блогами" або "щоденниковими блогами". Ці платформи слугують онлайн-журналами, де люди діляться з читачами своїм повсякденним життям, інтересами та роздумами. З іншого боку, існують "професійні блоги", присвячені певним галузям або сферам знань, таким як технології, фінанси, мода чи кулінарія [13, с. 69]. Ці блоги, як правило, надають інформативний та глибокий контент, орієнтований на певний сегмент аудиторії.

Іншим критерієм класифікації є призначення або мета блогу. Деякі блоги мають на меті розважити та залучити читачів за допомогою гумору, розповіді або творчого контенту. Такі блоги зазвичай називають "розважальними" або "лайфстайл-блогами". Вони можуть мати широкий спектр тем, включаючи пригоди під час подорожей, огляди фільмів, плітки про знаменитостей або проекти "зроби сам". На відміну від них, "освітні блоги" зосереджені на передачі знань, навичок або практичних порад читачам. Такі блоги часто містять навчальні посібники, інструкції, інформативні статті або освітні ресурси, спрямовані на те, щоб допомогти читачам засвоїти нові концепції або покращити свої навички в різних сферах.

Крім того, блоги також можна класифікувати на основі їхнього формату або стилю. "Візуальні блоги" значною мірою покладаються на зображення, відео та інші візуальні елементи для передачі повідомлень і залучення читачів [49, с. 4]. Такі платформи, як Instagram та Pinterest, є популярним вибором для ведення візуальних блогів, дозволяючи користувачам ділитися візуально привабливим контентом зі своїми підписниками. І навпаки, "текстові блоги" надають перевагу письмовому контенту, такому як статті, есе чи огляди, з мінімальним використанням візуальних елементів. Такі блоги можуть більше зосереджуватися на поглибленому аналізі, критичних коментарях чи ідеях, що спонукають до роздумів на певні теми.

Оскільки блоги є продуктами мережевої мультимедійної сфери, розумно визначити ще один критерій для їх класифікації - наявність та перевага різних

видів мультимедійного контенту, таких як текст, фотографії, графіка, аудіо та відео. Важливо відзначити, що часто використовується поєднання різних форм мультимедіа.

Згідно з наявністю мультимедійного вмісту, Дж. Реттберг поділила блоги на наступні категорії:

- фотоблоги (цей тип блогів майже повністю складається з фотографій та малюнків, які ілюструють події або явища, доповнені короткими коментарями, часом, датою та заголовками);

- відеоблоги (основний зміст цих блогів – відеоролики, які висвітлюють теми. Головною платформою для відеоблогів є YouTube, і зазвичай вони складаються з коротких відеороликів, де автор звертається до аудиторії, розглядаючи певну тему);

- аудіоблоги (тип блогів містить публікації з короткими аудіодописами замість традиційного тексту).

За особливостями змісту, С. Холл розподіляє всі блоги на категорії, такі як контентний блог, мікроблог, моніторинговий блог та цитатний блог.

У сучасній лінгвістиці існує ще один значущий фактор для відмежування блогів, що тісно пов'язаний з їх вмістом, – це тематична орієнтованість. У сучасній інтернет-спільноті існує велика різноманітність блогів на різні теми, такі як політичні, освітні, кулінарні, мандрівні спортивні, модні тощо [12, с.72].

Отже, аналізуючи наведений матеріал, ми можемо переконатися, що блоги є значною частиною інтернет-простору. Їх популярність пов'язана з постійно зростаючою потребою сучасної людини у самовираженні, самостійному виборі джерел інформації, бажанні формувати власне спілкування та залучати аудиторію зі спільними інтересами. В Інтернеті існує безліч різновидів блогів, які можуть задовольнити навіть найвибагливішого користувача. Саме у блогах виникають нові ідеї, формуються авторитети, переосмислюються цінності, обговорюються новини і народжуються різні дискусії.

## 1.2 Виникнення та розвиток тревел-блогів

На сучасному етапі розвитку засобів комунікації блоги стали одними з найпопулярніших джерел інформації, основними характеристиками яких є швидка інтеграція різноманітної інформації у електронному форматі. Протягом останніх кількох років зросло зацікавлення людей у нових враженнях, бажанні відвідати визначні місця світу та створювати захоплюючі фотографії, що призвело до швидкого розвитку міжнародного туризму. Зі збільшенням кількості подорожей і відповідного контенту поняття "тревел-блог" стало популярним і широко використовується серед користувачів Інтернету.

Тревел-блог розглядається як один з типів блогів, що представляє собою мережевий щоденник користувача з коментарями на тему, пов'язану з галуззю туризму [17]. Так само, як будь-який інший блог, тревел-блог зберігає основну структуру традиційного особистого блогу, але його основний акцент розміщується на темі туризму та відтворенні особистих вражень автора, отриманих під час подорожей. Зазвичай тревел-блоги супроводжуються зображеннями або подаються у формі влогу.

Поява тревел-блогів відзначається поглядом Дж. Грінвальда, автора та мандрівника, який 6 січня 1994 року опублікував свій перший запис про подорож до мексиканського міста Оахака. Відповідно до запиту видавничої компанії O'Reilly Media, завданням Дж. Грінвальда було розмістити свій пост на веб-сайтах Global Network Navigator та "Big World". Після цієї публікації Грінвальд поділився ще 19 записами, в яких висловлював свої враження та спостереження з різних куточків світу. Оскільки ідея розміщення історій про подорожі в Інтернеті була абсолютно новаторською, небагато хто очікував, що вона здобуде значну популярність. Навіть сам Дж. Грінвальд не передбачав, що своїм першим записом він заклав початок стрімкого розвитку тревел-блогів. Після того, як він завантажив свій перший пост, він навіть не уявляв, що через чверть століття в Інтернеті буде понад півмільярда блогів, а сотні тисяч з них будуть присвячені

подорожам [22]. Разом з тим, такий контент швидко привернув увагу значної кількості користувачів і отримав широке поширення.

Головною метою авторів тревел-блогів стало створення якісного контенту з актуальною, корисною та захопливою інформацією, при цьому намагаючись максимально точно передати атмосферу та колорит конкретного туристичного місця [17, с.119]. На сьогоднішній день найпопулярнішими платформами для поширення тревел-контенту є різні веб-сайти, соціальна мережа Instagram та відеохостинг YouTube. Також на популярності набирає соціальний застосунок TikTok та канали у клауд-месенджері Telegram. Цю популярність можна пояснити їхнім зручним інтерфейсом і функціоналом, які дозволяють легко та швидко створювати привабливий візуальний контент, що відразу привертає увагу користувачів [3, с.22].

З кожним роком Інтернет та соціальні мережі стають все більшим джерелом інформації про подорожі. Особливо це стосується блогів, де автори діляться своїм досвідом, враженнями та порадами щодо подорожей. В арабському світі тревел-блогінг також став важливим явищем, яке знайшло свій шлях у віртуальному просторі.

Поява арабських тревел-блогів пов'язана з кількома ключовими факторами, що включають розвиток інтернет-технологій, соціальних мереж та зростання інтересу до подорожей серед молодого покоління в арабських країнах. Початковий етап формування арабських тревел-блогів відбувся в контексті загального розвитку Інтернету в регіоні. З поширенням доступу до Інтернету люди отримали змогу ділитися своїми історіями та враженнями онлайн. Поява соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter, Instagram, і YouTube, відкрила нові можливості для мандрівників арабського походження. Блогери мали можливість з легкістю ділитися візуальним та текстовим контентом, а також взаємодіяти з аудиторією. Серед популярних тревел-блогерів арабського світу можна назвати Фатіму Аль-Маттар (@hello965), Хайфу Бесеїсо (@flywithhaifa), Шайху Аль-Рашед (@amatraveler), Таляля Аль Рашеда (@talal.alrashed) та інших.

Серед молоді в арабських країнах зросло зацікавлення подорожами та вивченням інших культур. Молодь почала сприймати подорожі як спосіб освіти та розвитку, і тревел-блогери стали джерелом важливої інформації для тих, хто мріє вирушити у подорож. З часом у багатьох арабських країнах почали розвиватися освітні та навчальні програми з блогінгу та вироблення контенту. Це стимулювало нових авторів до створення власних тревел-блогів, розвиваючи навички та знання у цій галузі. Загалом, виникнення арабських тревел-блогів пов'язане із поєднанням доступу до технологій, розвитку соціальних мереж, зміни у сприйнятті подорожей та ростом інтересу до блогінгу як сучасного засобу самовираження та обміну досвідом [1, с.241].

Сучасні соціальні медіаплатформи, зокрема Instagram, Facebook, Twitter, та YouTube, стали частиною життя тревел-блогерів, впливаючи на різні аспекти їхньої діяльності. Візуальна привабливість, що є ключовою частиною успіху тревел-блогів, знайшла на соціальних мережах ідеальне поле для розкриття. Instagram, з його акцентом на візуальний контент, став основним інструментом для демонстрації естетики та краси подорожей через красиві фотографії та відео. Важливим елементом взаємодії є можливість тревел-блогерів спілкуватися з аудиторією безпосередньо. Це стимулює створення спільнот та дозволяє отримувати зворотній зв'язок, що важливо для підтримки та розвитку блогу.

Соціальні мережі допомагають розповсюдженню інформації про подорожі через використання хештегів, груп та інших механізмів, що робить записи тревел-блогерів доступними для широкої аудиторії. Зокрема, соціальні мережі відкрили нові можливості для співпраці з брендами, що дозволяє тревел-блогерам отримувати спонсорські угоди та розширювати своє партнерство з туристичними агентствами та готелями. Однак важливо враховувати виклики, пов'язані з алгоритмами платформ та конкуренцією в сегменті блогінгу. З усім цим соціальні мережі залишаються необхідним інструментом для арабських тревел-блогерів для сприяння взаємодії та візуального представлення своїх подорожей. У мовному плані, це виражається у використанні англомовної лексики для просування контенту навіть у винятково арабськомовних дописах.

Культурний вплив в арабському тревел-блогінгу виявився надзвичайно важливим для формування образу та розуміння арабської культури в світі. Тревел-блогери виступають як своєрідні амбасадори культурного багатства своїх країн, розповідаючи про традиції, звичаї, історію, та неповторність місцевого способу життя. Вони активно поділяються деталями про традиційні свята, релігійні обряди та культурні заходи, надаючи глядачам можливість глибше зануритися в аутентичний арабський досвід. Обговорення питань різноманітності в культурному контексті дозволяє розширювати горизонти та ламати стереотипи про арабське суспільство [10, с.85].

Особливу увагу тревел-блогери приділяють кулінарному туризму, представляючи арабську кухню через оригінальні рецепти та огляди страв. Це сприяє популяризації арабських кулінарних традицій та поглиблює інтерес до різноманіття страв. Ще одним важливим аспектом є відзначення історичних та архітектурних перлин арабських країн. Тревел-блогери розповідають про визначні місця, архітектурні шедеври та старовинні пам'ятки, сприяючи збереженню та популяризації культурної спадщини. Міжкультурна взаємодія, що відбувається через коментарі, діалоги та обмін інформацією, робить тревел-блогінг ефективним інструментом для побудови мостів розуміння між різними культурами. Таким чином, арабські тревел-блогери не лише діляться своїми подорожами, але й впливають на формування відкритого та толерантного ставлення до арабської культури в глобальному контексті.

Арабські тревел-блогери стикаються з низкою викликів, що впливають на їхню діяльність та взаємодію з аудиторією. Стереотипи та непорозуміння щодо культури можуть призводити до негативного сприйняття. Нестабільність у політиці та суспільстві може призводити до непередбачуваних обставин для подорожей, а високий рівень різноманітності в мовах може створювати мовні бар'єри. Однак арабські тревел-блогери мають численні перспективи. Вони можуть сприяти культурному обміну та поліпшенню взаєморозуміння між різними культурами. Завдяки своєму впливу, вони можуть стимулювати туристичний рух до арабських країн, розкриваючи привабливість місцевих

атракцій. Тревел-блогери можуть також акцентувати увагу на екологічних та соціальних питаннях, сприяючи сталому розвитку туризму [2, с.59].

Розвиток освіти та розширення аудиторії є ключовими перспективами, оскільки тревел-блогери можуть використовувати свою платформу для розуміння та освіти про арабські культурні особливості. З урахуванням викликів, арабські тревел-блогери можуть знаходити нові та творчі шляхи розв'язання проблем, роблячи свій внесок у глобальне розуміння та повагу до культурної різноманітності.

Таким чином, арабські тревел-блоги є захопливим та багатогранним об'єктом для проведення досліджень. Вони виступають як цінне джерело унікального матеріалу, що містить різноманітну інформацію про побут, звичаї, традиції та спосіб життя мешканців різних міст, країн і навіть континентів. Відповідно, для передачі такої інформації блогери використовують помітну кількість культурно та соціально маркованої лексики. Такі блоги можуть не лише впливати на враження про конкретні місця у інтернет-користувачів з усього світу, але й формувати конкретний лексикон, з яким асоціюється тема подорожей.

### **1.3 Мовні характеристики тревел-блогів**

Тревел-блоги – це особливий жанр в інтернет-просторі, що поєднує в собі подорожі, особистий досвід та мистецтво висловлювання. Розглянемо мовні параметри тревел-блогів, які роблять їх привабливими для аудиторії та сприяють їхньому успіху.

Особистий стиль та голос у тревел-блогах є ключовими елементами, які надають унікальності цьому жанру. Блогери вирізняються своєрідним способом висловлювання, використовуючи фірмові фрази, сленг чи індивідуальні терміни. Це визначається не лише стилем, а й характером, почуттям гумору та особливостями мовлення. Голос тревел-блогера виявляється у вираженні особистих думок та вражень, не лише описуючи відвідані місця, але і ділячись

внутрішніми переживаннями. Це додає контенту автентичності та глибини, наближаючи його до реципієнта [8, с. 128].

Унікальний стиль також виявляється мовою, що відповідає інтересам аудиторії та взаємодіє з нею [24, с. 86]. Використання конкретних слів, що близькі читачам, або специфічних зворотів, утворює зв'язок та впізнаваність. Особисті історії та анекдоти додають контенту легкості та живості, розкриваючи яскраві сторінки подорожей блогера. Це може включати комічні ситуації, анекдотичні епізоди та висловлювання, що розкривають характер автора.

Тревел-блогери вправно користуються мовними засобами для створення атмосфери та передачі настрою відвіданих місць. Метафори, порівняння та виразна лексика допомагають створити живі картини, надаючи читачам можливість відчувати атмосферу кожного місця. Тобто, особистий стиль та голос у тревел-блогах формують неповторний образ автора, роблячи контент цікавим та вражаючим для аудиторії.

Описова мова та образність в тревел-блогах – це необхідний елемент для створення яскравих та неповторних наративів подорожей. Блогери вдаються до використання насичених кольорових слів та емоційного забарвлення, переносячи свої враження на читачів і роблячи подорожі віртуально відчутними. Вони не просто описують місця, але й використовують образи та порівняння, щоб створити живі ілюстрації, які легко візуалізуються в уявленні читача. Використання алегорій та метафор дозволяє тревел-блогерам надавати своїм наративам глибини та символічного змісту. Якщо, наприклад, вони описують старовинне місто, то можуть використовувати алегорію, порівнюючи його із великим книжковим музеєм, де кожна вулиця – це новий розділ в історії [4, с. 19].

Блогери докладують зусиль до передачі найменших деталей, які створюють атмосферу відвіданих місць. Вони описують архітектурні шедеври, аромати, звуки, які наповнюють навколишній простір, та смаки, що мають вплив на смакові рецептори. Крім того, використання поетичної мови дозволяє тревел-блогерам збагачувати свої наративи ліричністю та красою. Ритмічні вислови,

вишукані відтінки значень та емоційна насиченість перетворюють опис подорожі в справжній поетичний твір.

Тревел-блоги інтенсивно використовують візуальний контент у формі фотографій та відео для передачі атмосфери та вражень від відвіданих місць. Цей візуальний елемент стає не просто доповненням до текстового матеріалу, але ключовою складовою, яка робить подорожі більш реальними та захопливими для читачів. Фотографії та відео, зроблені під час подорожей, не лише зафіксують моменти, але і передають емоції та настрої. Вони стають візуальними розповідями, які дозволяють читачам глибше зануритися в атмосферу відвіданих місць. Наприклад, кадри з вечірнього паризького Монмартру можуть трансформувати читача, переносячи його у той самий настрій, який відчував автор [11].

Використання візуального контенту також сприяє кращому сприйняттю інформації. Замість абстрактного опису, читачам надається можливість бачити самі пейзажі, архітектурні шедеври чи культурні події через об'єktiv блогера. Це робить інформацію більш доступною та реальною. Крім того, візуальний контент в тревел-блогах є ефективним інструментом для залучення уваги аудиторії. Яскраві та цікаві знімки привертають погляд, стаючи своєрідним магнітом для читачів. Професійно виконані фотографії можуть викликати бажання детальніше дізнатися про те чи інше місце, стимулюючи взаємодію з контентом [18, с.338].

Тревел-блогери, окрім того, що ведуть захопливі наративи про свої подорожі, виконують важливу роль як надійні консультанти для інших подорожуючих, що активно шукають інформацію та корисні поради для організації своїх власних пригод. Вони надають практичні поради, спираючись на власний досвід, щоб зробити подорожі більш комфортними та захопливими для інших.

Перш за все, тревел-блогери розкривають місцеві традиції та культурні особливості відвіданих країн, що допомагає подорожуючим краще взаємодіяти з новим середовищем. Вони діляться своїми враженнями від місцевих свят, розкривають неписьмові правила та рекомендують, як краще враховувати

особливості спілкування у різних культурних контекстах. Далі тревел-блогери надають конкретні рекомендації щодо вибору місць для відвідування, часто виходячи за межі звичайних туристичних атракцій. Вони розкривають свої улюблені "приховані" місця та розповідають, чому саме ці точки варто включити до свого маршруту. Також, тревел-блогери діляться цінними порадами з економії часу та грошей. Їхні стратегії пошуку доступного житла, розумного використання грошей на транспорті та особисті "лайфхаки" для подорожей можуть значно полегшити життя подорожуючих.

Одним із основних плюсів тревел-блогів є їхній унікальний доступ до інсайдерської інформації. Вони можуть надавати актуальні новини та оновлення, які будуть корисні для подорожуючих, дозволяючи їм бути в курсі останніх подій у вибраних країнах. Нарешті, тревел-блогери не забувають і про аспекти безпеки та здоров'я. Вони надають поради щодо охорони здоров'я, вакцинації, медичного страхування та інших важливих аспектів, які можуть стати критичними під час подорожей. Усі ці аспекти об'єднуються в тому, що тревел-блогери стали важливими радниками та джерелами інформації для тих, хто вирушає у подорожі. Вони роблять свої блоги не лише цікавими нарисами про свої власні пригоди, але й практичними довідниками для інших подорожуючих [14].

Багато тревел-блогерів активно взаємодіють зі своєю аудиторією, що створює враження спільноти та особистого зв'язку. Коментарі, питання та відгуки читачів є невіддільною частиною контенту, а блогери відповідають на них, сприяючи більш особистому взаєморозумінню. Організація рубрик для відповідей на запитання аудиторії розширює можливості взаємодії, дозволяючи блогерам ділитися більше аспектами свого життя та подорожей. Використання опитувань та анкет дозволяє блогерам адаптувати свій контент до інтересів читачів, залучаючи їх до формування напрямку блогу. Крім того, соціальні мережі стають ефективною платформою для взаємодії, де блогери публікують контент та спілкуються з аудиторією через коментарі, обговорення та спільні заходи.

Влаштування інтерактивних заходів, таких як віртуальні трансляції, Q&A-сесії чи розіграші призів, підсилює враження від взаємодії та підтримує відчуття спільноти [21, с.142]. Ці елементи не лише зближують тревел-блогерів із своєю аудиторією, але і роблять подорожі більш особистими та захопливими для читачів, які відчують себе частиною спільноти, де думки та враження діляться не лише блогер, але і їхні рівні.

Окремо варто навести типові теми та повідомлення, які часто зустрічаються в тревел-блогах, зокрема [26, с. 1272]:

- довідка про місцеві традиції та культурні звичаї: опис свят, фестивалів та традиційних подій, поради щодо етикету та ввічливості у відносинах з місцевими мешканцями, історія місцевих обрядів та звичаїв;
- поради щодо організації подорожі: планування маршруту та вибір популярних або незвичайних місць для відвідування, рекомендації щодо бронювання готелів, апартаментів або проживання в домогосподарствах, поради щодо перевезення багажу та підготовки до подорожі;
- гастрономічний туризм: рецензії на ресторани, кафе та місцеві страви, рекомендації щодо кулінарних експериментів та вибір аутентичних страв.

Для аналізу особливостей використання лексики в тревел-блогах слід враховувати також і комунікативні функції цього жанру спілкування у цифровому просторі:

1) емотивна функція: її можуть проявляти через слова та вирази, що виражають емоції, захоплення або захват; захоплення та емоційний стан можуть бути виражені через слова, такі як "чудовий", "неймовірний", "дивовижний". Часте використання таких термінів свідчить про те, що автор спробує передати свої позитивні враження від подорожі.

2) інформативна функція реалізується через слова та терміни, які описують місця, події або послуги; можна зустріти такі поняття, як "атракція", "ресторан", "готель", "пам'ятка", є типовими для передачі інформації про різні аспекти

подорожі, а їх часте використання вказує на бажання автора надати корисну інформацію підписникам;

3) фатична функція: блогер використовує фрази та вирази, спрямовані на встановлення контакту або підтримку комунікації; функціонують такі вирази, як "Чи вам подобається?", "Що ви думаєте про...", "Будь ласка, залиште коментар", можуть виконувати функцію підтримки активної комунікації з аудиторією. Ці фрази стимулюють читачів до взаємодії та висловлення своїх думок.

Аналізуючи текстові дані з арабських тревел-блогів із застосуванням вищезазначених методів, ми можемо визначити, які саме комунікативні функції виконує лексика в цих текстах. Такий підхід дозволяє отримати глибоке розуміння способу впливу мовних засобів на аудиторію та цілі комунікації в арабських тревел-блогах.

Варто наголосити на тому, що тревел-блоги використовують ефективні мовні стратегії, щоб залучити читачів, поділитися власним досвідом та зробити подорожі більш доступними для широкої аудиторії.

### **Висновки до першого розділу**

Досліджено еволюцію жанру тревел-блогу, зокрема, розкрито походження та етапи розвитку цього явища в арабському контексті. Крім того, здійснено аналіз мовних характеристик тревел-блогів, що розкриває їхню специфіку та особливості в порівнянні з іншими жанрами блогінгу.

Заслуговує уваги той факт, що блогінг в сфері подорожей став значущою частиною інтернет-культури, надаючи можливість людям ділитися своїми подорожами та враженнями в онлайн-середовищі. Розвиток арабських тревел-блогів свідчить про унікальний внесок арабськомовних авторів у цей глобальний феномен, а також підкреслює важливість мовного аспекту у формуванні ідентичності та сприйнятті контенту.

Аналіз мовних характеристик тревел-блогів розкрив використання різноманітних мовних засобів для досягнення комунікативних цілей. Автори

таких блогів використовують живі описи, епітети та виразну лексику для того, щоб передати атмосферу подорожі та здивувати читачів. Окрім того, акцентується на використанні візуальних матеріалів, таких як фотографії та відео, які доповнюють текстовий контент і роблять його більш привабливим для аудиторії. Серед важливих комунікативних цілей тревел-блогів визначено емотивну, інформативну, фатичну.

Тревел-блоги виявляються цікавим об'єктом для лінгвістичних досліджень, оскільки поєднують у собі якісь особливості жанру блогінгу та специфічні риси мовленнєвого стилю, які визначають їх унікальність в інтернет-комунікації. Також важливим є визначення внеску арабськомовних тревел-блогерів у глобальний контекст блогінгу та розуміння впливу мовних особливостей на сприйняття та взаємодію із читачами.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ АРАБСЬКОМОВНИХ ТРЕВЕЛ-БЛОГЕРІВ

### 2.1 Структура комунікації арабських тревел-блогів

**Структурна організація, типи та цілі публікацій.** Блоги в галузі подорожей, представлені в цій роботі, є особистими проектами, які управляються однією особою. Основні функції такого особистого тревел-блогу включають:

1. Просування персональної сторінки:

- автор використовує блог для підвищення свого профілю або реклами своїх подорожей та послуг;
- здійснює взаємодію з аудиторією через коментарі, надає поради щодо подорожей та відгуки;
- слідкує за якістю контенту та взаємодіє з підписниками.

2. Самопрезентація:

- автор бажає поділитися своїм світом та досвідом подорожей;
- блог надає можливість висловлювати власні думки та творчі досягнення.

3. Розвага:

- блог слугує засобом відпочинку та відразу витрачання вільного часу.

4. Комунікація:

- блог створений для спілкування та забезпечення зворотного зв'язку.

Варто зазначити, що серед арабських тревел-блогів у соціальній мережі Instagram виділяються такі категорії дописів [22, с.35] :

1. Дописи про подорожі та місця відпочинку (الرحلات ومواقع للاستراحة) – 25%.
2. Дописи про культурний та життєвий стиль в різних країнах (نمط حياة وحضارة) – 20%.
3. Дописи про гастрономічні враження та страви (الطبخ والوجبات المحلية) – 20%.

4. Дописи про місцеві традиції та свята (عادات وتقاليد وأعياد) – 30%.
5. Дописи, присвячені пригодам та екстремальним видам відпочинку (مغامرات والترفيه إكستريم) – 5%.

Структура досліджених нами тревел-блогів охоплювала такі елементи:

- заголовок персональної сторінки,
- короткий опис життя та/або діяльності блогера,
- дописи, які виконують різні комунікативні цілі та функції

(просування та реклама, збільшення кількості підписників і переглядів, власне дописи про подорожі, дописи про стиль життя блогера, або т.зв. «лайфстайл-пости», та інше).

Спільною структурною ознакою арабських тревел-блогів є заголовок профілю, в якому можна знайти ім'я блогера, кількість опублікованих матеріалів, кількість підписників та обліжок, на які підписаний блогер. Надалі розміщується інформація про особистість блогера, яка вважається ключовою та спрямованою на привертання уваги широкої аудиторії. Це може включати, наприклад, досягнення, такі як أفضل مدونة سفر في الشرق الأوسط لعام 2023 (Найкращий блогер-мандрівник на Близькому Сході за 2023 рік), погляди на подорожі, такі як "نفتح آفاقًا جديدة" (Ми відкриваємо нові горизонти), або короткий опис себе, наприклад, "عاشق لاكتشاف الأماكن التي لا تُنسى" (Любитель відкриття незабутніх місць).

До структури профілю також входить контактна інформація, така як електронна адреса, яку можна використовувати для зв'язку стосовно реклами та можливих співпраць. Наступним елементом є стрічка фотографій, які супроводжуються текстом блогера, а також можливістю виставлення вподобань ("лайків") від підписників, що виражають їхню симпатію або погодження з висловлюваннями автора. Під кожним дописом є можливість залишити коментар або відгук, і часто блогери взаємодіють із своєю аудиторією, відповідаючи на коментарі та висловлюючи вдячність за відгуки [16].

Щодо відгуків про бренди арабські блогери на 80% реагують на новинки у світі моди або події, в яких вони брали участь [17]. Наприклад, блогер Фатіма висловлює своє захоплення новою колекцією в світі моди: "ما هذا الشيء الجميل!" (Яка

гарна річ!). У додаток до цього, арабські тревел-блогери активно діляться своїми особистими досягненнями у світі моди, поділяючись враженнями від співпраці з визначними модельєрами та представляючи свої власні модні проекти.

У цьому фрагменті авторка hanae\_vlogs описує досвід, коли перебуває на значній висоті.

Арабська частина[78]:

”احساس غريب انك معلقة فعلى قمة باوروبا تجربة ننصحكم ديروها“

(Переклад: “Це дивно відчуття, коли ти висии на вершині в Європі. Радимо вам спробувати це.”)

Наведеному прикладу притаманні такі особливості:

1) емоційний акцент: використання емодзі та фраза “це дивно відчуття” (“احساس غريب”) додають емоційного забарвлення, привертаючи увагу читачів;

2) заклик “радимо вам спробувати це” (ننصحكم ديروها) спонукає читачів слідувати за авторкою та ділитися своїм досвідом;

3) деталізація: текст описує конкретне місце (“قمة بأوروبا”), наголошуючи на унікальності досвіду [78]

Цей короткий фрагмент є гарним прикладом арабського тревел-блогу, де акцент робиться на особистому досвіді автора та позитивному заклику читачів до нових пригод. Також варто звернути увагу на коментарі до дописів. Наприклад, попередній має таку коротку реакцію:

كون الي كيديرها 😊 (Переклад: “Хто так робить?”)

Ця частина містить гумористичний коментар разом із смайлом, що викликає посмішку. Ця фраза може бути реакцією на попередню ситуацію чи дію, спонукаючи аудиторію до інтерактивного обговорення. Цей фрагмент демонструє приклад того, як тревел-блог може бути комбінацією гумору, інтерактивності та особистого досвіду. Тревел-пости на початку можуть містити запитання, які автор блогу адресує своїм читачам. Тревел-пости є найбільш простими в плані використання засобів спілкування. Автор спілкується зі своєю аудиторією як з друзями, яких він давно знає. Саме тому запитання, з яких починаються 70% постів про подорожі, ставляться для того, щоб викликати

зворотній зв'язок від аудиторії [19]. Автор має за мету отримати якомога більше коментарів від своїх читачів, цікавлячись їхніми враженнями:

1) “ما هي وجهتك الحلم العربي في العالم؟”

(Яке місце вашої мрії в арабському світі?); [21]

2) “هل أنا الوحيد الذي يجد إزعاج وصخب الأسواق المحلية في القاهرة مثيّرًا للإعجاب؟”

(Чи я єдиний, хто вважає шум і гам місцевих ринків в Каїрі захопливим?).

Таке невимушене спілкування дає можливість людині, що підписана на сторінку блогера, відчувати себе на одному рівні з ним, коментувати пости та ділитися своїми історіями [21].

Також у своєму блозі авторка ділиться особистим досвідом: як вона відійшла від соціальних мереж, щоб зайнятися самопізнанням, і як рік був важким, але привів до духовного розвитку. Вона ділиться позитивним висновком про відновлення, порівнюючи себе з феніксом, що відроджується з попелу.

شكرًا لكم وشكرًا لسؤالكم علي

ابتعدت عن مواقع التواصل لأشهر طويلة. بدأت رحلة التعرف على نفسي. رحلة لتطوير النفس عبر الفهم والبحث والروحانية. هذه السنة كانت مليئة بالاختبارات، بعيدا عن رحلتي مع البحث. مرت بظروف صعبة صعبة جدا (ما تمنهاش لعدوك). ناديبت وطلبت المساعدة، ولن أنسي اليوم الذي طلبت فيه المساعدة ورأيت ابتسامه علي وجهه. احسست وقتها وكأنه ظن انه رجعي، بالعكس بابتسامته اسمنت القلعة للمكافحة

من المحن تتعلم دروس نتعلمها بأي مدرسة، من المحن تعرف من يحبك ومن يبساندك

هذه السنة كانت سنة الوعي بالنسبة لي وبالنسبة للناس الذين أحب

الان اشعر وكأنني طير العنقاء الذي يولد من رماده

شكرا لكم، شكرا وشكرا [78]

*Дякую і дякую за ваше запитання.*

*Багато місяців я трималася подалі від соціальних мереж. Я почала пізнавати себе. Подорож до саморозвитку через розуміння, дослідження та духовність. Цей рік був сповнений випробувань, окрім моєї дослідницької подорожі. Вона пройшла через важкі, дуже важкі обставини (не побажай їх ворогові). Я плакала і просила про допомогу, і ніколи не забуду той день, коли попросила про допомогу і побачила посмішку на його обличчі. У той час я*

*відчула, ніби він подумав, що повернув мене. Навпаки, його посмішка зміцнила фортецю для бою.*

*З біди ти дізнаєшся, хто тебе любить і хто тебе підтримує.*

*Цей рік став роком усвідомлення для мене та для людей, яких я люблю.*

*Тепер я відчуваю себе феніксом, що народжується з попелу.*

*Дякую, дякую, дякую.*

Лексичні особливості арабських тревел-блогів і структура їх текстів можуть варіюватися залежно від конкретного автора і їхнього підходу до розповіді. У доданому тексті від *hanae\_vlogs* спостерігається наступне:

1) Персональний наратив: авторка ділиться своїм особистим досвідом самовдосконалення та розвитку. Це характерна риса тревел-блогів, де розповіді часто супроводжуються суб'єктивними роздумами, які встановлюють зв'язок з читачами.

2) Звернення до аудиторії: текст відкривається подякою читачам і відповідає на їхні запитання. Це створює враження діалогу, спонукаючи читачів залишати коментарі та взаємодіяти з авторкою.

3) Духовний контекст: авторка розповідає про свій шлях самопізнання, пов'язаний із викликами та випробуваннями. Арабські тревел-блоги часто переплітаються зі сферою особистого розвитку, філософії та навіть духовності.

4) Використання метафор, порівнянь, епітетів. Наприклад, “почуваюся як фенікс, що повстає з попелу” (اشعر وكأني طير العنقاء الذي يولد من رماده) – порівняння, що позначає переродження та внутрішнє зростання після важкого періоду.

5) Позитивний посил: хоча описані складні обставини, кінцевий меседж позитивний і оптимістичний. Авторка закликає читачів вірити у власні сили та шукати підтримку у важкі моменти.

6) Структура тексту: текст структурований у вигляді коротких абзаців із логічною послідовністю, що сприяє легкому читанню і засвоєнню. Зазначені труднощі поступово підводять читача до висновку про важливість підтримки та особистого зростання.

Ці особливості демонструють зв'язок між змістом тревел-блогу і способом подання матеріалу, роблячи його цікавим і доступним для аудиторії. У тревел-постах арабських блогерів, висловлення привітань на початку відіграє ключову роль. Такий підхід до введення у контекст місць, які він відвідав, є характерним для арабських тревел-блогів і надає їм неповторний стиль. В інших категоріях постів блогери рідко використовують привітання, починаючи свої публікації безпосередньо з основної теми, яку вони хочуть поділитися з читачами.

Наступною структурною одиницею кожного допису є основна частина, де автор спілкується із своїми підписниками та обговорює ключову ідею посту. Основні частини у тревел-блогах не дуже відрізняються одна від одної. Головна мета полягає в передачі важливості теми, яку автор блогу намагається розкрити.

У тревел-блогах автор приділяє увагу спогадам про місце, що його вразило або обурило, або надає опис місцевості, де він перебував [78]:

أتذكر كيف كنت أعتبر هذه اللحظات جزءًا طبيعيًا من حياتي، ولكني الآن لا أستطيع الانتظار للعودة إلى الأمان وعودة حياتنا جميعًا. هذه هي سنتي الرابعة هنا، لذلك هذه المرة أردت أن أفعل شيئًا ممتعًا قليلاً، مع لمسة من اللون تتناسب مع ملابسي.

*Пам'ятаю, як раніше ці моменти вважав нормальною частиною свого життя, але зараз я вже не можу дочекатися повернення до безпеки і повернення всіх до наших звичних життів. Це моя четверта зима тут, тому цього разу я хотів зробити щось трохи цікавіше, з дотиком кольору, який пасуватиме до мого одягу.*

Яскравий приклад вираження незадоволення блогера сервісом під час подорожі:

تواربخنا، وحتى بعد قراءة مراجع متنوعة، قررنا تجربتها على أمل أن تكون هذه الفرصة الوحيدة بالنسبة لي، كانت هذه المكان أسوأ تجربة خدمة عشتها على الإطلاق. كنا مسرورين للغاية عندما تمكنا من حجز طاولة في المطعم قبل ثلاثة أشهر. قدمت قائمتي بمتطلبات الطعام (أنا نباتي، مع حساسية شديدة للغوتين وجوز الكاجو وجوز الهند) عندما قمت بالحجز. عند الوصول، أبهرتنا الإطلالة، فهي هادئة حقًا، ولكن بمجرد أن جلسنا أخبرنا [21]. أن المطبخ ليس جاهزًا ولا يمكنه تحضير أي شيء خارج قائمة الطعام المحددة

*Наші дати, навіть начитавшись різних відгуків, вирішили спробувати, сподіваючись, що це єдиний шанс. Це був найгірший досвід обслуговування, який*

я коли-небудь мав. Ми були дуже раді, коли нам вдалося забронювати столик за три місяці. Я передав їм свій список харчових вимог (я вегетаріанець зі сильною алергією на глютен, кешью та кокос). Коли ми приїхали, нас вражала атмосфера, вона справді спокійна, але як тільки ми сіли, нам сказали, що кухня не готова і не може приготувати нічого, крім визначеного меню.

Слід звернути увагу, з якою іронією автор допису, фактично, залишає негативний відгук. Він використовує лексеми та фрази, на кшталт مسرورين (раді) або الفرصة الوحيدة (єдина нагода), щоб підкреслити негативну оцінку.

Блогери лишають нерідко стислі дописи, переповнені вербальними та невербальними компонентами, покликаними привернути увагу підписників. Наприклад:

@world\_ar في البايو أدلة سياحية لعدة مدن

Bellagio ❤️

من كورنيش قرية بيلاجيو

إحدى عرائس بحيرة كومو

Como في شمال إيطاليا IT

تبتعد بيلاجيو عن ميلانو ساعة ونصف

وعن لوغانو ساعة واحدة

comو# Bellagio# بيلاجيو# italy# إيطاليا#

تصوير @travel.td

#عدسة\_المسافر

في البايو او البروفایل أدلة سياحية وفنادق للعديد من المدن التي تهتم السائح العربي.. زوروها.[79]

У «біо» – туристичні вказівки для декількох міст. Bellagio. Від набережної селища Белладжо. Одна з наречених озера Комо. На півночі Італії Como. А з Лугано – одна година.

Наведений текст викладений арабською мовою, містить інформацію про туристичний об'єкт у Белладжіо, популярній прибережній зоні на озері Комо на півночі Італії. Белладжіо розташований за півтори години від Мілана та за годину від Лугано. У тексті згадується профіль соціальної мережі “@world\_ar”, де можна знайти гідів по різних містах і готелях, корисні для арабського туриста.

Поширені хештеги: “como”, “كومو”, “Bellagio”, “بيلاجيو”, “italy”, “إيطاليا”. Варабських тревел-блогах основну частину тексту складає опис подій чи предметів, на які блогер хоче привернути увагу своєї аудиторії [80]:

رمضان في مصر حاجة تانية“

a.wahab93

Ramadan in Egypt”

У тексті описується Рамадан у Єгипті, підкреслюється, що святкування відбувається особливим чином у цій країні (“حاجة تانية” буквально означає “щось інше”). У тексті також наведено ім’я профілю “a.wahab93”. Вставка англійською (“Ramadan in Egypt”) дублює основну думку арабською мовою [19].

أروع مجموعة - قصر بني في عام 1153، بهم وأجبروا فريق العمل على العمل، وأخذوا روح وجوهر الأزياء الراقية إلى أقصى الحدود، وعرضوا لنا ما يجب على فالنتينو وبييرباولو فعله في الأيام الأخيرة: سمحوا لنا بالحلم. استخدموا الورشة الخاصة لإظهار أن الخياطة الراقية هي فن حقيقي

*Найвеличніша колекція — палац, побудований у 1153 році, з ними та їхнім персоналом, змушеним працювати, доводячи дух і суть високої моди до крайності, показуючи нам, що Валентино та П’єрпаоло мають робити останніми днями: вони дозволяють нам мріяти. Вони використали приватну майстерню, щоб показати, що пошиття одягу від кутюр – це справжнє мистецтво.*

Звісно, у блогах наводиться чимало екстралінгвістичної інформації. Нерідко автор описує історію архітектурних пам’яток (наприклад, قصر بني في عام 1153 – палац, побудований у 1153 році), наводячи цікаві факти, щоб залучити більше підписників. Досліджені матеріали вказують на збереження інтересу Instagram-користувачів до елементів розкоші, на що вказує використання самої теми моди, а також лексичних одиниць, на кшталт الخياطة الراقية (пошиття одягу від кутюр).

Щодо публікацій арабських тревел-блогерів, вони також вражають своєю конкретністю та лаконічністю тексту. Зазвичай, основна частина містить короткий опис подорожі, з вказівкою на враження від місця чи опис вражаючих пам’яток [79].

“world\_ar 🌸🌸🌸🌸🌸

اسطنبول ومقاهي البسفور ☕🌊

اسطنبول #تركيا#

#istanbul #turkey

raheemfpv@ تصوير

@world\_ar

#عدسة\_المسافر

Текст зображення містить рекламу місцевих кафе та краєвидів уздовж Босфору в Стамбулі, Туреччина. Символи кави та хвиль доповнюють основну думку. В тексті використовуються хештеги арабською (“اسطنبول”, “تركيا”) та англійською (“#istanbul”, “#turkey”) для популяризації контенту та залучення міжнародної аудиторії. Згадка профілю “@world\_ar” вказує на основний акаунт, а “raheemfpv@ تصوير” означає, що зображення зняте цією людиною.

Також блогери можуть поділитися враженнями від місцевої кухні чи зазначити особливі традиції, які вони зустріли на своєму шляху. Наприклад [79]:

“world\_ar 🌸🌸🌸

في أحد المطاعم الفاخرة في برشلونة ES

عندهم صنف في المنيو اسمه برتقالة مقشرة



ويقدمونها مقشرة بهذه الطريقة

تتوقعون كم سعرها 😂👛

louloulopezjournalist@ تصوير

#برشلونة# إسبانيا# barcelona#

ES إسبانيا# #spain

@world\_ar

#عدسة\_المسافر 🌸”

world\_ar

В одному з розкішних ресторанів Барселони у їхньому меню є пункт під назвою очищений апельсин.

У такому вигляді їх подають очищеними.

Скільки ви очікуєте, що це коштуватиме?

Фото @louloulopezjournalist

#Барселона #Іспанія #barcelona #spain

@world\_ar

#об'єктив\_мандрівника

Цей текст розповідає про розкішний ресторан у Барселоні, де у меню пропонують оригінальну страву — апельсин, поданий у вигляді очищеного плоду. Текст викликає цікавість запитанням про вартість цієї страви,

використовуючи емотикони. Присутні хештеги на арабській та англійській мовах (“barcelona”, “إسبانيا”, “برشلونة”, “spain”, “إسبانيا”) вказують на місто та країну, де знаходиться ресторан. Фотографу вказано за допомогою тегування “@louloulopezjournalist”, а основний профіль, який рекламує цей заклад, – “@world\_ar”. З наведеного допису чітко видно, наскільки текст є неоднорідним, кожен елемент спрямований на просування самого повідомлення та набуття популярності.

إن المشي في شوارع إسطنبول يترك انطباعًا لا يُنسى. أوصي بزيارة البازار الكبير وتجربة القهوة  
”التركية التقليدية. رحلتى إلى تركيا هي مغامرة حقيقية! #اسطنبول #مغامرة\_السفر

*Прогулянка вулицями Стамбула залишає незабутнє враження.  
Рекомендую відвідати Великий базар і спробувати традиційну турецьку каву.  
Моя подорож до Туреччини – справжня пригода! #Стамбул #ПригодаПодорожі.*

Такі пости стимулюють читачів вивчати нові місця, спробувати нові страви та досліджувати різноманітні культури, створюючи позитивне ставлення до подорожей і туристичних послуг [22].

Блоги про подорожі арабською мовою зазвичай розповідають про звички блогера, його щоденні справи чи те, що змінило його життя в кращий бік. Основна частина посту може включати перелік важливих елементів щоденного життя автора чи заклик до гарних вчинків[81]

قرية اورتيسي إيطاليا travel\_llover  
تقع في الشمال إيطاليا في الريف الإيطالي 🚗 📖 📍  
توفر المنتجعات والفنادق للسكن في القرية، تتميز بسترختها الجميل، وتقع بجوارها عدة قرى مثل قرية  
🌴 🌸 سانت مادالينا 🏠 ونهر فونيس  
@al\_jumeiri تصوير

*travel\_llover: Село Ортісей, Італія. Воно розташоване на півночі Італії в італійській сільській місцевості. Пропонує курорти та готелі для розміщення в селі. Воно характеризується красивою обстановкою, а поруч із ним розташовано кілька сіл, наприклад село Сент-Маддалена та річка Фунес.*

*Фото: @al\_jumeiri*

Текст містить опис села Ортісей у північній Італії, розташованого в італійській сільській місцевості. Використовуючи символи автомобіля, карти та маркера місця, він дає зрозуміти, що це туристична локація. У повідомленні зазначається наявність курортів і готелів для проживання, описується краса цього місця. Фотографу вказано як “al\_jumeiri@”.

Аналізуючи заключну частину в постах арабських тревел-блогів, можна припустити, що у всіх типах постів вона є приблизно однаковою. Заключні частини можуть містити слова прощання, побажання чудового дня, а також вираження любові до аудиторії. Деякі приклади заключних слів можуть бути наступними: “أحبكم جميعًا” (Я всіх вас люблю), “أنا أحب التزلج! حقًا” (Я люблю катання на лижах! Справді!), “أرسل الحب والصلاة والأمنيات والطاقة الإيجابية للجميع في كل مكان” (Надсилаю любов, молитви, побажання та позитивну енергію всім усюди), “أتمنى” (Сподіваюся, ми більше ніколи не будемо приймати дрібниці як належне), “ابق في المنزل ابق آمنًا” (Залишайтеся вдома, будьте у безпеці), “!أرسل لك وللجميع عناءًا افتراضيًا” (Надсилаю вам та всім величезні віртуальні обійми!), “اعتنوا جميعًا، أرسل لكم أكبر عناق رقمي” (Бережіть усіх, надсилаю вам найбільші віртуальні обійми), “!كن إيجابيًا ومتفائلًا وقويًا” (Будьте позитивними, оптимістичними та сильними!).

Час від часу в кінці посту блогер може задавати питання своїй аудиторії, викликаючи таким чином зворотній зв'язок та коментарі читачів: “ماذا عنكم يا رفاق؟” (Що у вас, друзі?), “كيف كانت عطلة نهاية الأسبوع الخاصة بكم؟” (Як пройшли вихідні?), “ما، كيف حالكم” (Що б ви хотіли спробувати ще раз?), “هو أكثر شيء تريدون تجربته مرة أخرى؟” (Як ви всі там?), “ما الذي تفتقدونه؟” (Чого вам не вистачає?), “هل لديك الروتين” (Чи є у вас ранкова рутинна, яка дає вам енергію?).

Аналізуючи різноманітні тревел-блоги, можемо дійти висновку, що структура постів в цьому жанрі подібна, проте для досягнення своєї мети автори використовують різні стратегії. Залежно від того, яке повідомлення треба передати своїй аудиторії, вони використовують різні прийоми та будують свої пости так, щоб максимально ефективно виразити свої емоції та враження та спричинити активну взаємодію від підписників.

## 2.2 Лексичне наповнення Instagram-дописів про подорожі

Зважаючи на те, що тревел-блогери можуть відвідувати одні й ті ж країни чи локації, для опису подібних речей їм доводиться вдаватися до використання усі можливих вербальних та невербальних засобів комунікації. Відтак, слід розглянути до яких лексичних засобів звертаються автори дослідженого нами контенту.

*Синоніми.* В арабських тревел-блогах синонімічні вирази виконують ключову роль у розширенні мовленнєвого спектру блогерів. Синоніми є словами або виразами, що мають однакове або подібне значення. У своїх блогах арабські автори використовують синоніми для створення різноманітності та насиченості мовлення. Використання синонімічних виразів в арабських тревел-блогах слугує наступним цілям [18, с.336]:

- використання синонімів дозволяє уникнути монотонності і створює можливість виразу ідей у різних формах, що робить контент більш цікавим для читачів;

- синоніми допомагають створювати живі образи та зміцнюють враження. Вони дозволяють читачам легше уявляти події, описані в блозі, роблячи контент більш реалістичним;

- синоніми дозволяють блогерам точніше висловлювати свої почуття та емоції, підсилюючи враження читачів від подорожей та інших подій.

Синоніми до слова "море" включають: "البحر" (море), "المحيط" (океан, велике море), "البحار" (моря), що часто використовуються в поетичному контексті для підсилення виразності. Автори тревел-блогів можуть обирати серед цих варіантів залежно від ситуації, щоб якнайкраще передати велич або тишу морського пейзажу. Наприклад, описуючи незайману красу Карибського моря, блогер може використати слово "المحيط" для підкреслення його невимірної широчини і глибини.

Синоніми для слова "подорожувати": السفر – подорожувати, الرحلة – подорож, екскурсія, التجوال – блукання, мандрівка. Вибір між цими термінами

дозволяє автору надати тексту різні відтінки значення – від формального “подорожувати” до більш пригодницького “блукання”.

Синоніми для слова “красивий”: جميل – красивий, رائع – чудовий, بديع – унікальний, вражаючий. Така різноманітність дозволяє блогерам підкреслювати естетичні аспекти описуваних місць зі зміною інтенсивності емоційного забарвлення тексту. Наприклад:

[71] هذا المكان جميل ورائع يتسم بالجمال البديع الذي يأسر الأبواب.

*Це місце прекрасне і дивовижне, характеризується вишуканою красою, яка захоплює розум.*

У світі арабських тревел-блогів використання синонімів відіграє ключову роль у збагаченні мовленнєвого образу. Наприклад, у контексті теми "подорожі", термін "سفر" означає загальну ідею подорожі, тоді як "رحلة" додає відтінок відправлення в новий світ чи пригоди. "رحلة سياحية", туристична подорож, конкретизує мету подорожі, пов'язану з туризмом [23]. Використання синонімів у світі арабських тревел-блогів суттєво впливає на стиль написання та емоційний фон контенту. Синоніми додають різноманіття мовлення, дозволяючи точніше виражати почуття та створювати насичені образи подій. Наприклад, слово "جمال" що означає "краса", використовується для загального опису природи. У той час "روعة", що перекладається як "велич", може використовуватися для передачі враження величі та грандіозності природних ландшафтів. Слово "رونق", що вказує на "витонченість", додає аспект елегантності до опису природи. Це варіювання синонімів не лише збагачує зоровий аспект опису, але і емоційно зближує читача з блогером.

Використання таких синонімів допомагає блогерам створювати не лише зорові, але й емоційні образи, поглиблюючи зв'язок читача з подорожжю. Застосування різних синонімів в арабських тревел-блогах дозволяє блогерам підкреслити індивідуальність свого стилю та виразно висловити свої емоції, зробивши контент більш привабливим для аудиторії.

У контенті арабських тревел-блогів використання антонімів відіграє суттєву роль у підсиленні концепцій та вражень, які блогер хоче передати своїм

читачам. Антоніми, які представляють собою слова з протилежними значеннями, вносять контраст і глибину в описи, роблячи подорожі більш насиченими та емоційно насиченими.

Використання синонімів у світі арабських тревел-блогів суттєво впливає на стиль написання та емоційний фон контенту. Синоніми додають різноманіття мовлення, дозволяючи точніше виражати почуття та створювати насичені образи подій. Наприклад, слово "جمال" що означає "краса", використовується для загального опису природи. У той час "روعة", що перекладається як "велич", може використовуватися для передачі враження величі та грандіозності природних ландшафтів. Слово "رونق", що вказує на "витонченість", додає аспект елегантності до опису природи. Це варіювання синонімів не лише збагачує зоровий аспект опису, але і емоційно зближує читача з блогером.

Крім того, явище надлишкової синонімії в описах, притаманне арабській мові, можна побачити і в блогах. Наприклад:

كل شيء في دبي خلال رمضان يدعو إلى السكينة والهدوء. [29]

*Все в Дубаї під час Рамадану сприяє спокою.*

Як бачимо, автор використовує синоніми слова «спокій» – السكينة والهدوء.

*Антоніми.* У контексті атмосфери подорожі можна використовувати антоніми [16], наприклад: "ساحر" – "чарівний" (це слово може бути використане для підкреслення чарівності та привабливості місця в описах пейзажів), "مروع" - "жахливий" (антонім "مروع" може служити для опису вражень від неприємних аспектів подорожі, таких як непогода чи труднощі мандрівки).

Гарячий – холодний: حار – холодний, بارد – гарячий (блогери можуть використовувати ці антоніми для опису клімату в різних регіонах, наприклад, порівнюючи спекотне літо в Саудівській Аравії з прохолодними ночами в горах Лівану. Старий – новий: قديم – старий, جديد – новий (ці антоніми можуть бути використані для порівняння історичних пам'яток і сучасних містобудівних розвитків, підкреслюючи контраст між історією та сучасністю. Тихий – гучний: هادئ – тихий, صاخب – гучний (в описах різних місць, таких як тихі вулички старих міст порівняно з гучними ринками або фестивалями, блогери часто

користуються цими антонімами для підсилення відчуття атмосфери. Сухий – вологий: جاف – сухий, رطب – вологий (ці слова можуть застосовуватися для опису погодних умов або особливостей ландшафту, наприклад, сухих пустель проти вологих тропічних лісів). Порівняльний аналіз використання антонімів у різних блогах розкриває унікальність їхніх вражень та вміння створювати концептуальні контрасти за допомогою протилежних понять. Наприклад, в одному блозі блогер акцентує на природі як на джерелі бездоганної краси, використовуючи антонім "ضجيج" – "шум" для підкреслення тиші та спокою в подорожі. У другому блозі, антоніми "حضارة" – "цивілізація" та "وحدة" – "самотність/єдність" використовуються для підкреслення вражень від величі цивілізованих місць та непопулярних, спокійних місцевостей відповідно.

Кожен блогер використовує антоніми для створення унікальних вражень, відзначаючи відмінності в своїй сприйнятті подорожі. Це свідчить про творчий підхід до мовлення та здатність виражати власні емоції через протилежність понять.

В арабських тревел-блогах використання антонімів суттєво впливає на читацький досвід, поглиблюючи сприйняття подорожей та роблячи текст більш емоційно насиченим [19, с.6].

Такий підхід створює контраст у тексті, дозволяючи читачам краще розуміти різноманітність вражень від подорожі. Використання антонімів розширює лексичний арсенал блогера і поглиблює враження, що забезпечує більш насичений досвід для читача.

Аналізуючи функціонування синонімічних та антонімічних одиниць в арабських тревел-блогах, можна зробити висновок, що ці мовні засоби не лише служать для точного вираження думок блогерів, але й є ключовими елементами взаємодії з аудиторією. Вони вносять глибину та насиченість у контент, роблячи тревел-блоги не лише інформативними, а й захоплюючими та емоційно насиченими для читачів.

*Омоніми.* В арабських тревел-блогах ми часто стикаємося з явищем омонімії, коли однакові або схожі слова мають різні значення залежно від

контексту. Це явище може значно впливати на розуміння мови під час подорожей, особливо в ситуаціях спілкування з місцевими жителями або при читанні місцевих написів та меню, що іноді призводить до непорозумінь. Наприклад, слово "قدر" може означати "доля", як у фразі "ما قدر الله له" (те, що Бог визначив для нього), а також "здатність" або "потенціал", як у "لديه قدر كبير من" (в нього велика здатність до знань).

Також слово "ورق" може відноситися до "паперу", як у "ورقة", так і до "листка", як у "ورق الشجر" (листки дерева), що також може спричиняти плутанину у сприйнятті. Розуміння цих відмінностей є ключовим для ефективного спілкування та глибшого занурення в культурний контекст під час подорожей арабським світом [22]. У ресторанах або кафе можуть виникати ситуації, коли однакові слова в арабській мові можуть мати різні значення, що може призвести до непорозумінь. Крім того, важливо бути уважним при читанні офіційних документів, оголошень або написів на вулицях. Омоніми можуть призводити до неправильного розуміння правил, інструкцій чи іншої важливої інформації, що може вплинути на безпеку та комфорт подорожуючого [22].

*Пароніми* в арабській мові, що представляють схожі за звучанням або написанням слова з різними значеннями, мають значущий вплив на сприйняття інформації та ефективне спілкування під час подорожей. Ось кілька прикладів та їх важливість для туристів [20, с. 47]:

"حمام" та "حمام": перше значення вказує на баню чи сауну, в той час як вказує на когось енергійного, невтомного. Розрізнення цих паронімів має вирішальне значення, оскільки вони можуть викликати непорозуміння при пошуку конкретного місця чи об'єкта [10, с.87]. Публічні події та культурні заходи: у контексті культурних подій, таких як фестивалі чи виставки, пароніми можуть викликати непорозуміння при інтерпретації афіш, рекламних матеріалів чи програм заходів. Врахування та розрізнення паронімів у таких сферах є критичним для того, щоб уникнути непорозумінь, покращити ефективність комунікації та сприяти успішній взаємодії в різноманітних ситуаціях в арабському середовищі. Таким прикладом є слово "جمال", яке може означати

"верблюди", як у "جمال في الصحراء" (верблюди у пустелі), та "краса", як у "رأيت جمالها" (я побачив її красу).

Проблема взаєморозуміння через вживання паронімів безумовно стосується передусім усних повідомлень, наприклад влогів (відеоблогів), а у й текстових тревел-блогах ми зафіксували такі зразки, як فؤاد (fu`ad) і فوائد (fawa`id) – серце і користь, ثمر (thamar) і تمر (tamr) – плоди і фінік, إفادة (ifada) і إضافة (idafa) – користь і доповнення, درب (darraba) і ضرب (ḍarraba) – практикувати і бити та інше. Інколи адекватна інтерпретація паронімів у тревел-блогерів ускладнюється ще й тим, що відбувається інтерференція діалектного мовлення у запис повідомлення стандартною мовою, або ж незначні відхилення від норми, на кшталт ігнорування символу гамзи. Тоді приклади فؤاد (fu`ad) і فوائد (fawa`id) виглядають ще більш наближено – فؤاد \ فوايد. Нерідко замість та-марбути ة бачимо лише ◦ без діакритиків, через що візуально ближче стають лексеми افاده\اضافه. Крім того, на сприйняття можуть впливати і заміни ض\ظ, що відображають діалектні особливості в таких лексемах, як ظهر \ ضهر. ظهر означає «обідній час», а ضهر – «вершина гори». Можна зустріти також друкарські помилки, що створює ситуацію паронімії, наприклад, якщо пропущений довгий ي у парі قيمة \ قمة, де قيمة – цінність, значущість, а قمة – вершина гори.

*Неологізми* у контексті арабських тревел-блогів є важливим інструментом для точного вираження вражень від подорожей. Наприклад, термін "سفر-سفر", що поєднує "سفر" - подорож, вказує на непередбачуваний та захоплюючий характер мандрів. Такі новостворені слова відображають унікальний досвід арабських подорожників у віртуальному просторі. Неологізм – це слово або вираз, які виникли на даному етапі розвитку мови і сприймаються як нові або новизна якихсь визнається мовцями. Вони можуть бути загальноновживаними або використовуватися тільки в конкретних контекстах, таких як стильові або індивідуальні в мові автора.

Арабські тревел-блоги властиві використанням специфічних слів, що надають текстам автентичний характер та відображають традиції та культуру. Наприклад, رحال – поєднання значень слів "رحلة" (подорож) та "مسافر"

(подорожуючий), може використовуватися для позначення активного подорожуючого або авантюриста, який постійно відкриває нові місця та культури; استكشافية – слово, що походить від "استكشاف" (дослідження або відкриття), яке може використовуватися для опису авантюрних або дослідницьких подорожей. Ці специфічні вирази сприяють створенню автентичного мовного середовища, яке віддзеркалює дух та ідентичність арабських тревел-блогів, роблячи їх відмінними від інших світових тревел-платформ [21, с.142].

Поняття “صباحية” та “ظهيرة” є прикладами специфічних виразів, які використовуються в арабських тревел-блогах:

1. “صباحية”: це поєднання “صباح”, що означає “ранок”, і суфікса “-ية” (-iyya), що вказує на приналежність чогось до певного часу дня. Це може вживатися для опису ранкових обрядів або вражень.
2. “ظهيرة”: це поєднання “ظهر”, що означає “полудень” або “обідня пора”, і також суфікса “-ة”, що вказує на жіночий рід. Це може використовуватися для опису обідніх обрядів або вражень.

Ці вирази допомагають передати унікальний досвід подорожей та передають нові враження, що додають колорит та індивідуальність арабським тревел-блогам [23].

В арабських тревел-блогах спостерігається активний розвиток мови через введення нових слів та фраз, які відображають унікальність ідей та вражень подорожі. Наприклад, مكتشفة – це слово може використовуватися для опису відкриття чого-небудь нового або розкриття невідомого аспекту місця чи культури під час подорожі. مُسَجَّر – це слово може вказувати на те, що подорожуючий зачарований чи очарований певним місцем, видовищем або культурою.

Фраза “اكتشف سحر جزر المالديف، وجهة مثالية لقضاء عطلة رومانسية أو شهر عسل لا تنسى” [71] містить лише описові слова, які висловлюють позитивне ставлення до Мальдів, описуючи їх як чарівну та ідеальну локацію для романтичного відпочинку або незабутнього медового місяця.

Неологізми в арабських тревел-блогах відіграють суттєву роль у збагаченні мови та її адаптації до сучасних реалій. Наприклад, *تكنولوجيا السفر* - технології подорожей; *تجربة فريدة* - унікальний досвід; *مواقع الويب السياحية* - туристичні веб-сайти; *شبكات التواصل الاجتماعي للسفر* - соціальні мережі для подорожей. Ці неологізми активно допомагають адаптувати арабську мову до сучасних реалій та розвивати її відповідно до потреб та високих технологічних стандартів сучасного світу. Створення нових слів, таких як "رحيب" та "تكنولوجيا السفر", свідчить про прагнення блогерів точно та емоційно передати свій унікальний погляд на подорожі. Ці неологізми не лише збагачують арабську мову новими лексичними одиницями, але й формують її еволюцію відповідно до потреб сучасної подорожницької спільноти.

### **Висновки до другого розділу**

Дослідження структурної організації арабськомовного спілкування тревел-блогерів продемонструвало, що цей жанр відрізняється від інших форм комунікації. До структури блогів належить заголовок, інформація про автора, фото- та відеоконтент та інше. Серед типів дописів тревел-блогів виявлено публікації про подорожі, стиль життя блогера, реклама, роздуми про життя тощо. Дописи про подорожі охоплюють описи напрямків та місць відпочинку, місцеву кухню, стиль життя і культуру та інше.

З одного боку, різним типам дописів притаманний розмовний стиль розважального характеру. Однак комунікативні цілі публікацій можуть відрізнятися. До них входять цілі просування контенту і збільшення кількості підписників, емотивна (висловлення вражень блогера від подорожі), підтримки спілкування (апелювання до підписників з різними запитаннями) та інше.

Аналіз синонімічних та антонімічних одиниць у тревел-блогах свідчить про широкий спектр мовленнєвих засобів, які використовуються для передачі різноманітних вражень та емоцій. Це сприяє різноманітності та експресивності мовлення у даному жанрі. У розділі розглянуто явища омонімії та паронімії, які можуть виникати у контексті арабських тревел-блогів. Ці лінгвістичні аспекти

збагачують текст, додаючи йому багатогранність та можливість для різних інтерпретацій.

Неологізми в арабських тревел-блогах є проявом живої та динамічної мовної системи. Вони відображають сучасні тенденції та нові концепції, що доповнюють лексичний арсенал даного жанру та роблять його актуальним у контексті сучасного мовлення.

Узагальнюючи, аналіз лексичних особливостей арабських тревел-блогів дозволяє визначити їхню унікальність, яка полягає в різноманітності мовних засобів, використовуваних для вираження вражень та емоцій від подорожей. Вивчення цих особливостей сприяє глибшому розумінню мовного аспекту даного жанру та його ролі в сучасному арабському мовленні.

## РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ЛЕКСИКИ В АРАБСЬКИХ ТРЕВЕЛ-БЛОГАХ

### 3.1 Культурно марковані лексичні одиниці

Мова, що використовується в арабських туристичних блогах, представляє великий інтерес для наукового дослідження, зокрема з точки зору лексичних характеристик. Ці блоги не лише виконують роль путівників, але й відображають глибокий культурний контекст арабського світу, його соціальні норми та цінності. Вони ніби надають можливість заглянути в життя, традиції та світогляд народів арабського світу. Арабська мова з її багатством діалектів та класичних форм надає блогерам широкий спектр засобів для опису їхніх вражень. Використання сучасної стандартної арабської мови забезпечує широке розуміння по всьому арабському світу, а включення місцевих діалектів додає автентичності та культурної специфіки, створюючи більш тісний зв'язок з читачами. Однією з визначальних особливостей мови цих блогів є використання яскравої, описової мови [40, с.1232].

В культурних арабських туристичних блогах відзначається значна роль культурних посилань. Терміни, пов'язані з місцевою кухнею, традиціями та релігійними обрядами, часто використовуються без перекладу з метою сприяння спільному культурному розумінню. Наприклад, слова "مجلس" – гостьова кімната, "سوق" – ринок або "إفطار" – їжа, яку мусульмани вживають після заходу сонця під час Рамадану, часто згадуються, надаючи уявлення про соціальні та культурні практики регіону.

Соціальні норми та цінності також тонко проникають у мову цих блогів. Поважне ставлення, особливо при згадуванні старших або фігур авторитету, має велике значення. Використання почесних звань і титулів, таких як "سيدي" або "حضرتك", можна часто побачити [38, с.25]. Додатково, спосіб, яким обговорюються або натякається на гендерні ролі у цих блогах, може дати уявлення про структуру суспільства та норми арабського світу.

Не можна ігнорувати практичний аспект мови, використаної в цих блогах. Напрямки, рекомендації та поради даються використовуючи імперативну форму, і є багатий словниковий запас, пов'язаний з навігацією, торгом та харчуванням. Фрази як "لا تفوت زيارة..." (не пропустіть відвідування...) або "أنصح بشدة..." (я наполегливо рекомендую...) є поширеними, керуючи читачами через їхні потенційні подорожі.

Приклади такого лексичного розмаїття та культурної глибини можна знайти у великій кількості. Наприклад, у блозі про подорожі до Марокко можна зустріти такі слова, як "مدينة" (місто) та "قصة" (фортеця), які вживаються обширно, поряд із фразами, що описують насиченість відчуттів на "أسواق" (ринках) із їх "ألوان زاهية" (яскраві кольори) та "عطور عربية" (арабські парфуми).

Мова арабських туристичних блогів виявляється складним засобом, який дозволяє розкрити культурні, соціальні і мовні аспекти арабського світу.

Гостинність: одне з найбільш шанованих цінностей у арабській культурі — гостинність, глибоко укорінена в суспільних практиках та мові. Фрази на кшталт "ضيافة عربية" (арабська гостинність) втілюють гордість та значення, що приділяється прийому гостей з щедрістю та доброзичливістю. Згадки про "قهوة عربية" (арабську каву) або "تمر" (фініки) часто супроводжують обговорення ритуалів прийому в блогах, символізуючи тепло та щедрість господаря.

Релігійні посилання: враховуючи значну роль релігії в багатьох арабських суспільствах, зустрічаються релігійні вирази та посилання. Слова на кшталт "مسجد" (мечеть) і "أذان" (заклик на молитву) є частими, відображаючи центральне місце ісламських практик у повсякденному житті. Фрази, такі як "إن شاء الله" (якщо Бог дасть) або "الحمد لله" (хвала Богу), відображають глибоку духовність, що впливає на багато аспектів життя, включаючи мандри [29].

Історична та культурна спадщина: словник, пов'язаний з історією та спадщиною, є численним, підкреслюючи багате минуле регіону. Терміни на кшталт "آثار" (руїни), "قلعة" (замок) і "متحف" (музей) підкреслюють важливість збереження та демонстрації історичної та культурної спадщини арабського світу.

Описи "البلدة القديمة" (старе місто) або "المدينة التاريخية" (історичне місто) у блогах часто йдуть разом із розповідями, що оживляють давні камені.

Пригоди та пейзажі: мова мандрівничих блогів наповнена словами, що викликають природну красу та дух пригод арабського світу. Терміни на кшталт "صحراء" (пустеля), "واحة" (оаза) і "جبال" (гори) говорять про різноманітні ландшафти, які мандрівники можуть досліджувати. Дієслівні та фразові конструкції, такі як "تسلق الجبال" (альпінізм) або "استكشاف" (дослідження), запрошують читачів до пригод.

Кухня: кулінарні враження становлять значний тематичний елемент у мандрівничих блогах, зі словником, що відображає різноманіття арабської кухні. Слова на кшталт "مطبخ" (кухня або кулінарія), "أطباق" (страви) і конкретні назви їжі, такі як "حمص", "كبة" та "فلافل", не лише знайомлять читачів з місцевими делікатесами, але й з культурними історіями, що стоять за ними.

Ринки та майстерність: гамірний "سوق" (ринок) є повторюваною темою, де лексика ремесла та торгівлі оживає. Описи "حرف يدوية" (рукоділля), "توابل" (спеції) та "نسيج" (тканина) переносить читачів у саме серце місцевої комерції, підкреслюючи майстерність та традиції, що стоять за товарами.

Культурні відтінки та тематичні аспекти, виявлені у лексиці арабських тревел-блогів, особливо виділяються у спілкуванні про досвіди, пов'язані з Рамаданом в Дубаї, та у ширшому контексті життєвих подорожей. Описувані блогерами враження від Рамадану в Дубаї і загальні роздуми про життя відображають глибоку культурну специфіку та універсальні життєві уроки, які вони виносять із своїх подорожей.

**@arabic\_travel**

شهر رمضان في دبي له طعم خاص. من أجواء الإيمان والروحانيات، إلى مظاهر الكرم والضيافة، كل

شيء في دبي خلال رمضان يدعو إلى السكينة والهدوء. [29]

*Рамадан у Дубаї має особливий колорит. Від атмосфери віри та духовності до щедрості та гостинності - все в Дубаї під час Рамадану сприяє спокою.*

У першому повідомленні згадується, що Рамадан у Дубаї має особливий смак, що охоплює атмосферу віри та духовності, а також прояви щедрості та гостинності. Це підкреслює важливість Рамадану як часу, коли зміцнюються спільнота і віра, а також коли особливу увагу приділяють гостинності та благодійності. Дубаї, зі своєю унікальною сумішшю сучасності та традиції, створює особливий контекст для цього священного місяця, запрошуючи як місцевих жителів, так і відвідувачів до участі в ритуалах і звичаях, що виходять за рамки звичайного досвіду.

### **@arabic\_\_travel**

[28] الحياة مليئة بالتحديات، ولكن من المهم إيجاد السلام الداخلي.

*Життя повне випробувань, але важливо знайти внутрішній спокій.*

Друге повідомлення відображає більш загальне розуміння життєвого шляху, наголошуючи на важливості знаходження внутрішнього спокою незважаючи на життєві виклики. Це відображає загальну тему у багатьох арабських тревел-блогах, де подорожі розглядаються не лише як фізичне переміщення, але й як шлях до особистісного зростання та самопізнання. Шукаючи спокій у світі, що невпинно змінюється, блогери часто звертаються до мудрості та духовних практик своєї культури, підкреслюючи універсальне прагнення до гармонії та розуміння.

Обидва ці повідомлення відображають глибоке переплетення культурних традицій та особистісного досвіду, що є характерним для арабських тревел-блогів. Через свої розповіді, блогери не лише діляться унікальними досвідами та враженнями зі своїх подорожей, але й передають читачам цінності та погляди, які формуються в контексті арабської культури. Таким чином, тревел-блоги стають не просто засобом подорожі крізь простір, але й глибокою подорожжю крізь культуру, історію та особистісний розвиток.

### **@arabic\_\_travel**

مسجد الشيخ زايد في مدينة أبوظبي، وهو أحد أروع المساجد في العالم وأكبر المساجد في الإمارات العربية المتحدة. سُمي هذا المسجد على اسم مؤسس دولة الإمارات العربية المتحدة، الشيخ زايد بن سلطان آل [27] نهيان، ويُعتبر من المعالم السياحية الشهيرة بسبب هندسته المعمارية المذهلة وعظمته.

*Мечеть Шейха Заїда в Абу-Дабі є однією з найчудовіших мечетей у світі та найбільшою мечеттю в Об'єднаних Арабських Еміратах, що висвітлюється у повідомленні арабського тревел-блогу @arabic\_\_travel, названа на честь засновника Об'єднаних Арабських Еміратів, Шейха Заїда бін Султана Аль Нахаяна, ця мечеть стала однією з визначних пам'яток, привабливих для туристів завдяки своїй дивовижній архітектурі та величності.*

Звернення уваги на мечеть Шейха Заїда у блозі підкреслює важливість релігійних споруд у арабському світі, не лише як місць поклоніння, але й як символів культурної ідентичності та історичної спадщини. Архітектура мечеті, що викликає захоплення своєю красою та розмірами, служить мостом між минулим та сучасністю, втілюючи гармонійне поєднання традиційних ісламських архітектурних елементів з сучасними технологіями та дизайном.

Вивчення специфіки мови арабських тревел-блогів в контексті культурної та соціальної сфер відкриває перед нами захоплюючу можливість дослідити, як подорожі впливають на мову і, відповідно, як мова відображає культурні та соціальні виміри цих подорожей. Арабські тревел-блоги являють собою унікальне поле для дослідження, оскільки вони несуть в собі глибокі культурні коди, відображені через лексику та тематику розповідей. Ця робота має на меті проаналізувати, як культурні відтінки та тематичні аспекти впливають на лексику в арабських тревел-блогах, та як через це можна глибше зрозуміти арабську культуру та соціальні тенденції [44, с.31]. Зокрема, слова як الروحانية (духовність), الضيافة (гостинність), التراث (спадщина), المعالم الأثرية (історичні пам'ятки), та التقاليد العريقة (стародавні традиції) часто зустрічаються в текстах і відображають глибину культурного зв'язку та ідентичності.

Арабські тревел-блоги часто використовують такі діалектні слова та фрази, як "يا هلا ومرحبا" (ласкаво просимо), "إن شاء الله" (якщо Аллах захоче) та "حياك الله" (нехай Аллах забезпечить тебе), що додає їхнім оповідям автентичності та близькості до культурного спадку. Наприклад, у описах природних ландшафтів можна зустріти такі вирази, як "جمال الطبيعة" (краса природи) та "روعة المناظر الطبيعية" (велич природних пейзажів), які допомагають передати враження від краси

навколишнього середовища. Також, у описах архітектурних пам'яток можна зустріти вживання слів "تاريخي" (історичний) та "تراثي" (культурний спадок), які підкреслюють значення історичних та культурних аспектів цих споруд. [40].

В цілому, арабські тревел-блоги відкривають доступ до різноманітної культурної та соціальної спільноти арабського світу. Вони не лише інформують про різноманіття місць, але й сприяють глибшому розумінню культурних і соціальних реалій, що формують цю спільноту. Вивчення мови у цих блогах дозволяє виявити, як культурні відтінки та тематичні аспекти впливають на спосіб вираження та сприйняття подорожей, а також допомагає глибше зрозуміти цінності та ставлення в арабському суспільстві.

У блогах про подорожі, написаних арабською мовою, лексико-семантичні особливості використовуються для ефективного передавання живих описів, культурних нюансів та особистих переживань. Наприклад, блогер Мохамед Аль-Сайег описує свій досвід в Йорданії [68]: "رحلتي إلى الأردن كانت تجربة لا تُنسى حيث شهدت جمال الصحراء الساحر والمدن التاريخية. Моя поїздка до Йорданії була незабутнім досвідом, де я міг спостерігати за чарівною красою пустелі та історичними містами).

“souhair

Bonjorno .. good morning

صباحكم خير حبايبي .. من #ميلانو #إيطاليا

”سهير\_القيسي #سياحة #سهير\_شو#

Лексичний розбір [82]: у цьому тексті вітання подається кількома мовами: “Bonjorno” (вітання італійською, коректно “Buongiorno”), “good morning” (англійською) і “صباحكم خير حبايبي” (арабською, що означає “доброго ранку, друзі”). Він також містить згадку про Мілан і Італію, вказуючи, де автор знаходиться. Використано кілька хештегів, що вказують на ім'я автора та його шоу: “سهير\_القيسي”, “سهير\_شو”, і “سياحة”. Автор використовує при цьому емоційно забарвлені емотикони та хештеги, що додають постам неформальності та залучають читачів. Цей приклад демонструє, як тревел-блогери використовують мовні ресурси для створення більш автентичного контенту, що сприяє культурному обміну та підвищенню інтересу до кухні та традицій регіону. Ахмад

Фуад ділиться своїми враженнями від відвідування релігійних місць в Єгипті [76]: "شعرت بالسلام الداخلي عند زيارتي للمواقع الدينية في مصر" (Я відчув внутрішній спокій під час відвідування релігійних місць в Єгипті). Ці приклади демонструють, як арабські блоги про подорожі використовують лексико-семантичні особливості для підвищення зацікавленості читачів, надаючи живих описів, культурних інсайтів та особистих рефлексій. У контексті аналізу лексико-семантичних особливостей арабських блогів про подорожі, особлива увага приділяється використанню багатозначної мови, що передає культурні нюанси та особистісні враження. В арабському блозі, автор описує свої враження від візиту до Дубаю:

"في تجربة لا تنسى الخصائص الثقافية في دبي، كل حاجة حلو زكري. أحضن" – у перекладі це означає, що «в Дубаї кожен досвід залишає приємні спогади, обіймаючи культурні особливості для незабутнього досвіду» [70]. Цей приклад відображає, як автор використовує мову для створення виразних і запам'ятовуваних образів, що збагачують текстуальний контент та сприяють глибшому зануренню в описувану культуру.

Аналізуючи використання культурних особливостей у арабських тревел-блогах, можна зазначити, що блогери часто акцентують увагу на культурних традиціях, історичних пам'ятках, національних святах та традиційних стравах країн, які вони відвідують. Це не тільки збагачує контент, але й сприяє глибокому знайомству читачів з арабською культурою та культурою відвіданих країн.

Приклад блогерки hello965 [74] в Instagram:

جربنا لبس الكيمونو في كيوتو 🇯🇵 أنا والقروب خلال حفل الشاي (الماتشا) لبسونا كيمونوا! احترت

بين الألوان الجميلة الموجودة وصفت آخر شي على الوردی 🌸 😊 🥰

*Коли ми були в Кіото, ми із групою приміряли кімоно під час чайної церемонії (матча)! Кімоно такі гарні, важко було вибрати з усіх чудових кольорів.*

Під час візиту до Кіото блогерка взяла участь у чайній церемонії, де разом з групою приміряла традиційне японське кімоно. Цей досвід не лише дозволив їй зануритися в японські культурні традиції, але й відобразив її здатність до культурної адаптації та поваги. Згадка про складність вибору кольору кімоно

підкреслює естетичну привабливість та різноманіття японської культури. Також увагу привертає використання невербальних елементів, які візуалізують контент та мають розважальну мету й приваблюють підписників.

### 3.2 Лексичні засоби емоційної експресивності

У арабських тревел-блогах використання емоційно забарвлених одиниць та стійких виразів відіграє ключову роль у створенні захоплюючої та глибокої розповіді. Емоційно забарвлені одиниці включають в себе різноманіття мовних засобів, таких як ідіоми, метафори і порівняння, які дозволяють автору блогу передавати свої почуття та емоційні враження від подорожей. Ці мовні засоби забезпечують тексту особливу виразність та допомагають читачу глибше зануритися у переживання автора, відчувати його радість, захват, здивування чи навіть розчарування.

Стійкі вирази, такі як прислів'я та фразеологізми, виконують іншу важливу функцію: вони зв'язують особистісний досвід блогера з ширшим культурним та історичним контекстом арабського світу. Використання цих виразів не тільки робить текст більш колоритним та автентичним, але й спонукає читачів роздумувати над глибшими значеннями та інтерпретаціями, які містяться у спадщині арабської мови. Емоційно забарвлені одиниці та стійкі вирази у арабських туристичних блогах не просто прикрашають текст, але й відіграють важливу роль у передачі культурних цінностей, особистісних переживань та соціокультурних реалій, роблячи кожен блог унікально привабливим та пізнавальним для читача.

У своїй мовній практиці арабські блогери досить часто використовують вирази, які не лише передають фактичність подій, а й сприймаються читачем на емоційному рівні. Наприклад, використання слів "ساحر" (чарівний) або "مذهل" (дивовижний) додає до описів місць подорожей магічний відтінок. Сталі вирази, такі як "بمعنى الكلمة" (у справжньому значенні слова) чи "بلا شك" (без сумніву), також

часто зустрічаються в текстах, надаючи впевненості та виражаючи авторське переконання.

Культурні аспекти значно впливають на мовленнєвий стиль арабських тревел-блогерів. У арабському світі глибоко вкорінені традиції, що роблять відображення емоцій через мову більш виразним. Наприклад, використання термінів, пов'язаних із захопленням, може бути виражене словами "مدهش" (дивовижний) або "رائع" (чудовий). Крім того, в арабській культурі зустрічаються вислови, що виражають шанування до природи, як от "تحفة الله" (диво Аллаха) чи "سبحان الله" (слава Аллаху). Такі вислови надають текстам тревел-блогів не лише описовий характер, а й глибший сенс, пов'язаний з релігійними аспектами та культурними цінностями [17, с.171]. Також ми зустріли такі приклади:

"سحر السماء" – чарівність неба: ця метафора використовується для опису вражаючих краєвидів або заходів сонця, що викликають відчуття зачарування.

"الغموض الشهير" – славетна таємниця: ця метафора використовується для опису захоплюючих інтригуючих місць або історичних об'єктів, що мають таємничий або загадковий характер.

"رونق الثقافة" – блиск культури: ця метафора використовується для надання вражень від мистецтва, архітектури та традицій країни, що викликають відчуття блиску або величі.

В арабських тревел-блогах використання мови є ключовим аспектом, який відзначається особливою емоційною насиченістю. Арабська мова надає можливість точніше виразити почуття та враження. Наприклад, використання слова "تجربة" (враження або досвід) підкреслює не лише факт подорожі, але й особистий характер та емоційне відношення автора до цього досвіду. Крім того, деякі вирази, як "رونق الماضي" (шарм минулого) або "بصمة التاريخ" (відбиток історії), наголошують на культурній спадщині місця, надаючи текстам глибший контекст і виражаючи повагу до минулого. Таким чином, арабська мова в тревел-блогах стає не лише засобом передачі інформації, але і потужним інструментом для вираження емоцій та культурних особливостей.

У своїх тревел-блогах арабські письменники нерідко використовують описи природи, які завдяки емоційному забарвленню стають ключовим елементом передачі вражень. Наприклад, вживання вислову "جبال تلاميذ الشمس" (гори учнів Сонця) для опису гірського хребта може викликати у читача враження величі та світлості цього місця. Схожим чином, слова "سهول الخضراء" (зелені лани) можуть викликати відчуття спокою та гармонії з природою. Такі природничі описи, які переплітаються з емоційно забарвленими словами, роблять мовлення тревел-блогів не тільки описовим, але й допомагають читачам відчувати та зануритися у світ подорожі через призму емоцій та відчуттів.

В арабських тревел-блогах велику увагу приділяють вживанню дієслів, які поглиблюють враження та висловлюють особисте ставлення до подорожі. Наприклад, використання слова "استمتع" (насолоджуватися) підкреслює не лише просте сприйняття, але і задоволення від кожного моменту подорожі. Дієслова типу "عاش" (проживати) або "احتضن" (обіймати) додають особистого відтінку та виражають внутрішні переживання автора. Також, вживання емоційно спрямованих дієслів типу "تأثر" (вражатися) чи "أسر" (захоплювати) відображає великий емоційний вплив, який має подорож на блогера. Це використання дієслів допомагає створити живі та емоційно насичені наративи, що сприяють активнішому сприйняттю читачем подорожі через передачу особистого відчуття автора [3, с.176].

В арабських тревел-блогах великою мірою використовуються висловлювання, що виражають захоплення та велич. Наприклад, фраза "أجنبي بشكل مذهل" (дивовижно іноземний) може описати неперевершений характер нового місця. Сам по собі такий прийом свідчить про унікальний стиль автора. Також, вживання виразу "ليس له مثيل" (немає рівних) підкреслює неповторність та унікальність вражень від подорожі. Фразеологізми типу "لامثيل لها" (неперевершена) або جمال مدهش (вражаюча краса) стають не лише засобом опису, але і засобом вираження захоплення, що додає текстам тревел-блогів емоційного забарвлення та створює враження неймовірності від кожного досвіду подорожі.

У арабських тревел-блогах часто зустрічаються метафоричні висловлювання, порівняння, епітети, що додають текстам глибину та насиченість. Наприклад, використання порівняння "مثل السماء الصافية" (як ясне небо) може виражати безхмарний та безтурботний день подорожі, тобто поняття неба переносить на цілий день мандрівника. Метафора "السفر يفتح العقل والقلب" (подорож відкриває розум і серце) підкреслює емоційний ефект подорожі. Також, фраза "بينما يمشي القلب" (поки серце крокує) може висловлювати приголомшливе враження від прогулянки чи дослідження нових місць. Використання цих метафоричних висловлювань надає текстам не лише художньої краси, а й виражає глибоке розуміння та повагу до культурних особливостей та виразів мовлення арабської мови [6, с.151].

У своїх тревел-блогах арабські автори нерідко застосовують й інші метафоричні фрази для емоційного забарвлення текстів. Наприклад, вираз "بهجة النظرة" (радість у погляді) може передати враження від побаченого краєвиду. Вживання виразу "سكون اللحظة" (спокій моменту) надає тексту елемент внутрішнього спокою та гармонії. Також, стале висловлювання "حياة الرحالة" (життя мандрівника) може виражати самобутність та автентичність стилю. Ці вислови не лише виражають почуття автора, але і сприяють формуванню емоційного фону тексту, роблячи його не лише описовим, але й вражаючим для читача.

Розгляньмо конкретні висловлювання з арабських тревел-блогів, які ілюструють вищезгадані мовні особливості. У розповіді про відвідування старовинного міста: "الأزقة الضيقة كأنها تجوب تاريخ المكان بكل خطوة" (вулички, що так само, ніби пройшли історію цього місця кожним кроком). У цьому реченні використано фразеологізм "تجوب تاريخ المكان بكل خطوة", що виражає не лише просте проходження вулиць, а й глибокий зв'язок із минулим, що робить опис місця насиченим емоційним забарвленням.

"سحر البنية المعمارية يأسر القلب ويسافر بالذهن إلى عالم آخر" (Чарівність архітектури захоплює серце та переносить розум в інший світ). Використання дієслова "يأسر" (захоплює) та виразу "بالذهن إلى عالم آخر" (переносить розум в інший світ) виражає

не просто спостереження, але і глибокий емоційний вплив архітектури на блогера. Ці конкретні вислови ілюструють, як арабські тревел-блогери використовують мовні засоби для передачі емоцій та вражень від подорожей.

Розглянемо ключові моменти з арабських тревел-блогів, що виділяються своєрідністю та емоційністю виразів: "عندما وقعت عيناى على غروب الشمس، كانت السماء، وكأن الطبيعة تختم عرضها بلوحة فنية فريدة" (Коли мої очі спостерігали за заходом сонця, небо сяяло відтінками помаранчевого, немов природа підписала свою красу унікальним художнім полотном.) У цьому вислові виділяється використання слів "تتألأ" (сяє) та "لوحة فنية فريدة من نوعها" (унікальне художнє полотно), що створює враження надзвичайної краси та виразності природи.

"اللحظة التي تمسك فيها بيد صديق جديد في الرحلة تبقى محفورة في الذاكرة إلى الأبد" (Момент, коли ти тримаєш руку нового друга під час подорожі, залишається врізаним у пам'ять назавжди). У цьому вислові важливо використання слова "تمسك" (тримати), яке надає не лише фізичного, але й емоційного зв'язку з моментом відкриття нових дружб у подорожі. Ці приклади ілюструють, як арабські тревел-блогери вміло використовують мовні засоби для підкреслення ключових моментів та передачі їх емоційного забарвлення.

Для аналізу використання емоційно забарвлених одиниць та стійких виразів у арабських туристичних блогах розглянемо приклади двох відомих блогерок: Фатіма Аль-Матар з Кувейту та Хайфа Бесейсо з Дубая.

#### 1. Фатіма аль-Маттар (@hello965) [72]:

Fatima використовує мовні засоби для передачі емоцій та культурних особливостей місць, які вона відвідує. Вона часто включає в свої розп мові культурні деталі, що поглиблюють розуміння її аудиторією. Наприклад:

بما ان المالدیف عباره عن مجموعة جزر وكل منتجع في جزيره خاصه، التنقل بين المطار والمنتجع“

[72] ”بالاغلب يكون بطياره بحريه

“Оскільки Мальдіви складаються з островів, перевезення з міжнародного аеропорту МАЛЕ до вашого острівного курорту здійснюється за допомогою морського літака... мені сподобалась подорож!”

Використання виразу “морський літак” замість простого “гідроплан” може викликати в читача більше емоційного відгуку, оскільки цей термін рідше вживається і звучить більш екзотично. Такий вибір слів допомагає створити образ пригодницького та незвичайного досвіду подорожі.

## 2. Хайфа Бесейсо (@flywithhaifa):

Haifa використовує свою платформу для обговорення універсальних тем, акцентуючи на культурному розмаїтті та особистому досвіді. Її стиль спілкування з аудиторією забарвлений емоціями та особистими рефлексіями.

وض برأيكم.. انه من الافضل والصحي لنا ان نعيش في المدينة او في مكان ما بالطبيعة؟” [73]

“Ви думаєте, нам краще жити у містах чи на природі?”

Тут Гаїфа ставить запитання, яке викликає у читачів роздуми про власні переваги та цінності. Це запитання не тільки стимулює міркування, але й залучає аудиторію до діалогу, підкреслюючи універсальність теми і важливість зв’язку з природою.

Хайфа Бесейсо (@flywithhaifa), блогерка з Дубая палестинського походження, часто акцентує універсальні теми, такі як дружба та пригоди, у своїх дописах. Її яскравий стиль одягу та веселі селфі з іграшковою мавпою додають універсального шарму її дописам.

Використання персональних історій та досвіду в блогах є ефективним способом створення глибокого емоційного зв’язку з аудиторією. Поділитися особистими враженнями, викликами, з якими блогери стикаються під час подорожей, а також унікальними історіями, які вони пережили, дозволяє аудиторії краще зрозуміти та оцінити їхні подорожі. Це також спонукає читачів більше дізнатися про різні культури та до здійснення власних подорожей.

Цей приклад показує, як блогери можуть використовувати свої подорожі як засіб для виявлення та відображення культурних особливостей, що не тільки збагачує їхній власний досвід, але й створює залучену та інформовану аудиторію. Це дозволяє читачам відчувати культурну глибину місця через особистий досвід блогера, підвищуючи інтерес та взаєморозуміння між культурами.

В арабських тревел-блогах використання епітету *سحري* (чарівний, магічний) є доволі частим. Наприклад, після вживання фрази "*اللحظة السحرية*" (магічний момент) у звіті про вечір під зірками, блогер вочевидь намагається створити враження магічності атмосфери того вечора. Аналогічно, коли автор використовує слово "*مدهش*" (дивовижний) для опису природнього явища, читачі відчують захоплення та диво [11, с. 85]. Це свідчить про помітний ефект від використання певних повторюваних лексем, адже в соціальних мережах це може бути пов'язане з дієвістю формулювань, повторів, хештегів тощо для просування дописів.

Також реакція може бути викликана вживанням ідіом або прислів'їв, якщо читачі впізнають їх і розуміють глибину значення. Наприклад, вислів "*عندما ينبض القلب*" (поки серце крокує) може викликати в читача рефлексію щодо внутрішніх подій та почуттів автора під час мандрівки. Усі ці емоційно забарвлені вислови створюють враження особистого з'єднання між автором і читачами, активізуючи емоційну взаємодію та роблячи подорожі ближчими до сердець читачів.

У своїх тревел-блогах арабські інфлюенсери використовують мовленнєвий стиль, спрямований на активну взаємодію з аудиторією. Наприклад, фраза "*هل تتذكر ذلك الشعور؟*" (Чи пам'ятаєте ви те відчуття?) може викликати відгук читачів та надихнути їх висловити свої власні враження. Увагу привертає те, що блогер одразу апелює до почуттів реципієнтів. Також, вживання виразів "*شاركونا تجربتكم*" (Поділіться своїм досвідом) або "*أخبرونا برأيكم*" (Розкажіть нам свою думку) створює атмосферу відкритості та заохочує читачів долучитися до обговорення.

Крім того, використання персональних звертань, таких як "*أصدقائي*" (мої друзі) чи "*عائلتي الكريمة*" (моя шановна родино), робить аудиторію частиною авторського світу, сприяючи взаємопорозумінню та спільності. Наприклад, вираз "*دعونا نكتشف سويا*" (Давайте відкриємо разом) стає запрошенням до спільного відкриття нових місць та вражень. Ці мовні засоби підсилюють ефективність взаємодії між автором і підписниками, роблячи подорожі спільним досвідом, який об'єднує і спільно переживається [14, с.271].

В арабських тревел-блогах особливий акцент робиться на оригінальність, унікальність та краще запам'ятовування повідомлення, що стає ключовим елементом взаємодії автора з аудиторією. Наприклад, фраза "أحداثها لا تنسى" (незабутні події) вказує на особисті інтенсивні враження від подорожі в автора. Використання слова "حقيقة" (факт) чи "إلهام" (натхнення) робить повідомлення, з одного боку, інформативним, а з іншого - емоційним, передаючи внутрішні переживання та особистий погляд на подорож. Також, використання діалектичних висловів, наприклад, "يا هلا" (привіт) чи شو (що), bass (лише), надає текстам більш близький до розмовної мови характер. Це сприяє створенню емоційного зв'язку з читачами та робить повідомлення більш доступними та інтимними.

Отже, в арабських тревел-блогах автентичність мовлення виявляється в особистих деталях, власній інтерпретації та використанні мовних засобів, які відображають внутрішні переживання та особистий погляд на світ мандрівника.

### 3.3 Англійські запозичення

З одного боку, основною комунікативною особливістю тревел-блогів є їхня спрямованість на передачу автентичного досвіду з першої особи, що забезпечує емоційний зв'язок між блогером і аудиторією. Блогери намагаються не просто інформувати про місця, які вони відвідують, але й передавати свої відчуття та реакції, тим самим створюючи багатий контекстуальний портрет місця. З іншого боку, сучасна інтернет-комунікація, з погляду мови, передбачає адаптацію контенту до багатокультурного медіапростору. Це означає, що тенденція до використання англійської мови торкнулась і арабськомовного контенту. Відтак, тревел-блоги є унікальним жанром комунікації в сучасному медійному просторі, що поєднує елементи особистісного нарративу, інформаційної звітності та культурного обміну.

Для цього активно застосовуються комунікативні стратегії адаптації мови до різних аудиторій. Комунікативна стратегія в тревел-блогах часто включає

використання змішаних медійних форматів: текст, фотографії, відео та інтерактивні елементи, як-от карти чи інфографіка. Це дозволяє блогерам адаптувати свій контент до різних вподобань аудиторії та збільшувати залученість. Важливим є також мовний стиль, який зазвичай є неформальним та прямим, сприяючи створенню відчуття невимушеної бесіди. Більше того, у дослідженому нами контенті виявлене частотне вживання як запозичених лексичних одиниць, так і перемикання з арабської мови на англійську.

Така ситуація зумовлена тим, що блогери є передусім представниками сучасного покоління арабської молоді, яка наслідує глобальні тренди в соціальних мережах та переймає загальносвітові тенденції. Так, ми побачили використання засвоєних та незасвоєних лексичних одиниць, на кшталт إكسسوارات (аксесуари), شارك هذا البوست (ділись цим постом), قروب (група), عناق رقمي (цифрові обійми).

Соціальна адаптація у контексті арабського тревел-блогінгу може включати адаптацію змісту до різних аудиторій, враховуючи культурні особливості та чутливість деяких питань. Блогери часто використовують знання місцевої культури та традицій, щоб зробити свої розповіді більш резонансними для читачів, які можуть не бути знайомі з арабською культурою. Вони також можуть адаптувати свій стиль спілкування, використовуючи мову, яка є зрозумілою та привабливою для міжнародної аудиторії, зберігаючи при цьому автентичність арабського наративу:

1. Місцева арабська аудиторія. Блогер може використовувати специфічні для регіону терміни та вирази, такі як “سوق” (ринок), “واحة” (оазис) або “رحلة بالجمال” (подорож на верблюді). Вони також можуть використовувати сленг або діалектні вирази, які зрозумілі місцевим жителям.

Утім, слід зазначити, що у дослідженому нами контенті домінують дописи, покликані розширити коло реципієнтів блогера до міжнародного рівня.

2. Міжнародна аудиторія. Блогер може використовувати більш загальні терміни або описи, які зрозумілі широкій аудиторії. Наприклад, вони можуть використовувати слова “market” замість “سوق”, “oasis” замість “واحة” або “camel

ride” замість “رحلة بالجمال”. Вони також можуть надавати додаткові пояснення або контекст для культурних особливостей, які можуть бути незнайомими для міжнародних читачів. Крім того, можемо побачити використання й запозиченої лексики, яка наблизить текст до реципієнта або створить специфічну атмосферу, наприклад البازار (базар) замість سوق:

أوصي بزيارة البازار الكبير وتجربة القهوة التركية التقليدية

*Я рекомендую відвідати великий базар та спробувати традиційну турецьку каву.*

Блогери можуть використовувати історії, які відображають їхні особисті переживання та емоційні реакції, щоб зробити зміст більш зв'язним та переконливим. Наприклад, розповідаючи про свою подорож до Мумбая, блогерка апелює в дописі до типових дій мандрівників – фотографування через відому модель телефону[84]:

قصص جميله التقطتها في عدسة الايفون

*Гарні історії, які я зняла на камеру айфона...*

Крім того, що тут ми бачимо використання транслітерованої англійської назви الايفون (iPhone), до якої додано арабський артикль аль-, також використано цікаву метонімію عدسة الايفون, яку дослівно можна перекласти як «лінза айфона», але її фактичне значення – камера. Своїй мові авторка також таким чином намагається надати художності.

Також важливим є створення діалогу з читачами через коментарі у соціальній мережі, що дозволяє будувати спільноту навколо блогу та забезпечувати взаємодію. Цього ефекту попередній допис досягнув. Наприклад, користувачка залишає коментар до фото й самого допису:

جمال التصوير 🍷🍷🍷 واللوكات ❤️

*Краса зйомки і краєвиди.*

Виділена лексема اللوكات є адаптованим запозиченням з англійської мови (від англ. look), вона також часто використовується в модних блогах українською мовою у вигляді слова «лук».

Для ефективної соціальної адаптації свого контенту арабським тревел-блогерам важливо:

- бути культурно обізнаними: розуміння та повага до культурної різноманітності своїх читачів можуть допомогти в створенні змісту, який буде цікавим та зрозумілим для широкої аудиторії;
- підкреслювати універсальні цінності: незважаючи на культурні відмінності, певні теми, такі як дружба, пригоди, сімейні цінності, є універсальними і можуть служити мостом між культурами;
- використовувати просту та зрозумілу мову: уникнення занадто складної термінології та надмірної кількості жаргону може допомогти зробити зміст доступнішим для інтернаціональної аудиторії;
- залучати аудиторію до діалогу: запрошення читачів до обговорення та висловлення власних думок може сприяти кращому розумінню та цінній взаємодії.

Розглянемо мовні особливості дописів деяких популярних блогерів. Наприклад, Таляль Аль Рашед @talal.alrashed, вдається до використання мовних стратегій для залучення аудиторії, детально описує свій досвід у готелі в Занзібарі. Він використовує багато деталей, щоб підкреслити якості готелю, які можуть зацікавити його читачів.

Наприклад: “اكتشاف افضل الفنادق بزنجبار” 🌴🌟💙🍌 [75]

“Відкриття найкращих готелів у Занзібарі.”

Також далі він додає опис:

“هذا الفندق، بارازا، يصلح لعائلة او مجموعة اصدقاء، الاكل لذيبيذ فيه وفيه سبا واشياء يعني، فلل كبيرة ومساحات حلوة والخدمة ممتازة”.

*Цей готель, Baraza, підходить для сім'ї або невеликої групи друзів. Їжа тут смачна, є спа та інші речі, тобто великі вілли і гарні простори, а обслуговування – відмінне.*

Таляль демонструє важливість детального опису досвіду, використовуючи приємні візуальні образи та смакові відгуки, що допомагає читачам відчувати атмосферу місця, збільшуючи їхнє бажання відвідати його. При цьому, слід

звернути увагу, що допис зроблено стандартним варіантом арабської мови з незначними відхиленнями (відсутність гамзи у словах اصداقاء та الاكل). А також блогер передає інтонацію та особливий акцент на слові لذيبيد (смачний), де додано зайві довгі голосні для більшої виразності.

Таляль Аль Рашед у своїх дописах нерідко все дублює, тобто запис ведеться і арабською, і англійською:

Discovering best hotels in Zanzibar. اكتشاف افضل الفنادق بزنجبار 🌴🌴💙🍌

*Відкриття найкращих готелів на Занзібарі.*

І при цьому в тому ж дописі виявляємо запозичення سبا (спа), فلل (вілли):

وفيه سبا واشياء يعني، فلل كبيرة ومساحات حلوة

*... А в ньому – спа, і тобто різні речі, великі вілли, гарний простір.*

Це перемикання не просто практичне; це стратегічна адаптація для ефективного спілкування з різними сегментами аудиторії. Блогери часто використовують різні мовні рівні та стилі для досягнення більшої взаємодії з аудиторією, що дозволяє їм ефективно звертатися до різних груп читачів. Наприклад, арабський блогер може писати:

"في تدويناتي، أستخدم اللغة العربية الفصحى لمناقشة التفاصيل التاريخية والثقافية، وأتحوّل إلى اللهجات المحلية عند سرد النواذر والطرائف، وأستخدم الإنجليزية للنصائح التقنية أو للتواصل مع الجمهور غير الناطق بالعربية".

(У своїх блогах я використовую сучасну стандартну арабську мову для обговорення історичних і культурних деталей, переходжу на місцеві діалекти, коли розповідаю анекдоти та жарти, а англійську використовую для технічних порад або спілкування з аудиторією, яка не говорить арабською).

Шайха аль-Рашід (@amatraveller). Ця кувейтська блогерка, застосовує просту та зрозумілу мову у своїх дописах, що допомагає їй ефективно спілкуватися з аудиторією. Вона підкреслює своє захоплення відкриттям нових місць і ділиться власним досвідом, чим створює зв'язок із читачами, які поділяють її інтереси. Описуючи свої емоції та враження, Шайха використовує мову, що викликає у читачів відгук, що сприяє кращому залученню та збереженню аудиторії. Наприклад[85]:

سيدة ليه مراكش مع أحلى ترانزيت في مطار اسطنبول!

Пані прямує в Марракеш з найкращим транзитом через аеропорт у Стамбулі! <https://www.instagram.com/p/C4ydKiKNyTB/>

У цьому фрагменті допису бачимо запозичення **ترانزيت** (транзит), що відображає частотно вживану лексему серед любителів авіаподорожей. Далі у цьому ж дописі елемент реклами теж містить кальку з англійської **التسوق** (маркетинг):

تنظيم و ترتيب شركة التسوق @urbanlinkskw

*Організація подорожі від маркетингової компанії @urbanlinkskw.*

І хоча ця лексема вже відносно давно увійшла до загального ужитку в сучасній стандартній арабській мові, її використання теж додає тексту допису певної модерності, а сам блог підтримує у стані актуальності.

Інший яскравий приклад із дописів зазначеної блогерки унаочнює лексичні особливості письмової комунікації арабських тревел-блогерів:

اجازه خاصة عجيبيه استمتعت فيها العام شهر نوفمبر ما فيلا الأحلام في مراكش ✨ مدينة السعادة  
 ❤️ مراكش وجهه ممتازة لاجازه عيد الفطر! شوفوا هاش تاق رحلاتي لها من قبل  
 #amatravellermorocco #morroco #travelmore #luxuryvilla #amatraveler #فيلا #مراكش

*Дивовижна особлива відпустка, якою я насолодилась загалом у листопаді. Вілла мрій у Марракеші. Місто щастя. Марракеш – чудовий напрямок для відпустки на Ід аль-Фітр! Дивіться на хештег моїх подорожей туди раніше.*

Крім уже зазначеного запозичення **فيلا**, також ужито транслітероване арабською запозичене слово **هاش تاق** (хештег); також бачимо змішане подання самих хештегів, і арабською, і англійською мовою. Це зроблено з метою просування контенту блогерки.

Невіддільною частиною спілкування блогерів є просування не лише свого контенту, але й реклама. У таких дописах теж знаходимо помітну кількість запозичень[86]:

فطور رمضان اليوم من براند مينيماليست الإماراتي ❤️ الاكسسوارات و الجنطة منهم

*Сніданок у Рамадан сьогодні від еміратського бренду “Minimalist”. Аксесуари й сумка від них.*

Як бачимо, блогерка використовує лексеми **براند** (бренд) і **الاكسسوارات** (аксесуари), транслітеровану назву теж з англійської мови **مينيماليست** (Minimalist).

Ці приклади ілюструють, як арабські тревел-блогери використовують мову, зокрема запозичення, для залучення та утримання аудиторії, розкриваючи при цьому культурні особливості та сприяючи культурному обміну.

Особливістю тревел-блогів є охоплення аудиторії, що зобов'язує блогерів бути культурно чутливими та враховувати різноманітність перспектив своїх читачів. Це може включати адаптацію контенту для відповідності культурним особливостям та уникнення етноцентричних суджень. Тревел-блоги не просто інформують, але й інспірують, освічують та стимулюють до обговорення, створюючи віртуальну спільноту однодумців. Вони стають не тільки джерелом інформації, але й платформою для обміну досвідом та знаннями, значно розширюючи рамки традиційного поняття подорожей.

Такий підхід дозволяє блогеру ефективно адаптуватися до потреб своєї аудиторії, використовуючи різні мовні ресурси для більш точного та змістовного спілкування. Дослідження комунікаційних стратегій в арабському тревел-блогінгу є надзвичайно важливим і актуальним напрямом сучасних медіа-досліджень. Ця тема дозволяє глибше зрозуміти, яким чином блогери з арабського світу взаємодіють зі своєю аудиторією, які методи і підходи вони використовують для залучення та утримання уваги своїх читачів, а також як культурні особливості впливають на формування контенту.

Як бачимо, англійські запозичення в арабських тревел-блогах охоплюють усі можливі теми, які обговорюють і автори дописів, і їхні підписники. Це і назви локацій, торгових марок, предмети одягу, їжа, архітектурні елементи, лексика соціальних мереж тощо. Усі ці лексичні одиниці свідчать про стрімкий розвиток сучасного арабського узусу в неформальній комунікації, а також на прагнення арабськомовних інтернет-користувачів бути частиною глобального міжкультурного простору.

## Висновки до третього розділу

У цьому розділі досліджено лексичні та комунікативні особливості арабських тревел-блогів у контексті їх культурно-соціального значення. Мова, використовувана в блогах, розкриває глибокий зв'язок із культурою, традиціями і соціальними нормами арабського світу. Через унікальну лексику, що відображає культурно марковані явища, блогери передають свій досвід так, що він резонує з читачем, розширюючи його розуміння арабських культурних реалій. Вживання специфічних слів та виразів, як-от назви їжі, місцевостей, звичаїв, дозволяє читачам заглибитися у культурний контекст описуваних подій та місць.

Блоги не тільки передають інформацію, але й використовують мову для створення емоційного зв'язку з читачем, вдаючись до вживання емоційно забарвлених одиниць та сталих виразів, що підсилюють враження від прочитаного. Крім того, арабські тревел-блоги виявляються важливим засобом культурної ідентифікації та соціальної адаптації, де блогери активно використовують свої мовні та комунікативні стратегії для навігації між різними культурними і соціальними контекстами. Це дозволяє їм не тільки поділитися особистим досвідом, але й сприяти культурному обміну і взаєморозумінню між різними аудиторіями.

Таким чином, мовні особливості арабських тревел-блогів ілюструють, як мова може служити мостом між культурами, відіграючи ключову роль у культурній ідентифікації та комунікації. Вони не просто інформують про місця та події, але й відображають багатство та різноманітність арабської культури, роблячи блоги цінним ресурсом для глибшого розуміння соціальних та культурних контекстів.

## ВИСНОВКИ

Зважаючи на поставлені завдання, у результаті дослідження арабських тревел-блогів ми дійшли таких висновків:

1) було визначено основні напрями в лінгвістичних розвідках блогінгу. Серед них як власне лінгвістичні праці (встановлення мовних змін у жанрі блогів), так і міждисциплінарні дослідження, передусім спрямовані на виявлення комунікативних функцій блогів та мовних засобів їх реалізації. У процесі дослідження були враховані сучасні тенденції у розвитку блогінгу, такі як зростання популярності візуального контенту, використання мережевих платформ для публікації, та вплив соціальних мереж на формування аудиторії. Ці аспекти дозволили глибше розуміти специфіку арабських тревел-блогів як частини сучасного медіа-ландшафту;

2) дослідження розкрило еволюцію цього жанру від початкових етапів до сучасного стану. Були виявлені важливі структурні елементи, такі як формати публікацій, типи контенту та інтерактивні можливості, які визначають специфіку арабських тревел-блогів. Попри те, що перші блоги з'явилися в англomовному онлайн-сегменті, цей жанр швидко мігрував і до арабського світу, де наразі він стрімко розвивається, вбираючи в себе глобальні тенденції розвитку мовного узусу;

3) ми також визначили мовні особливості, притаманні для арабських тревел-блогів: аналіз мовного матеріалу підтвердив наявність специфічних лексичних, синтаксичних та стилістичних особливостей у текстах арабських тревел-блогів, що відображають особливості мовленнєвої практики та культурний контекст;

4) визначено структуру тревел-блогів, яка охоплює заголовки, інформацію про автора, а також самі дописи як про подорожі, так і про стиль життя блогера, рекламні повідомлення тощо; з'ясовано, що блогери переважно націлені на зближення з реципієнтом, тому стиль їхніх публікацій є розмовним, а

повідомлення завжди містять візуальний контент як у вигляді фото- чи відеоматеріалів, так і інших невербальних засобів всередині тексту;

5) аналіз лексичного наповнення мови арабських тревел-блогерів у мережі Instagram продемонстрував активне використання синонімічних та антонімічних пар, омонімів, а також паронімів і неологізмів, які уможливають виразність повідомлень різних авторів на основі подібного контенту, що свідчить про творчий підхід арабських тревел-блогерів;

5) дослідження підтвердило наявність лексичних елементів, що відображають особливості культурного та соціального середовища, а також створюють емоційну та інформаційну насиченість у текстах арабських тревел-блогів;

6) на підставі аналізу лексики також виявлено активне використання англійських запозичень, що свідчить про слідування глобальним трендам; англіцизми охоплюють різні сфери життя, включаючи лексику соціальних мереж, одягу, технічних засобів, культурних явищ, архітектури тощо.

На основі проведеного аналізу лексичного аспекту мови арабських тревел-блогів можна зробити декілька ключових висновків, які відображають якісні та кількісні характеристики у світлі встановлених завдань дослідження. Перш за все, дослідження виявило значну кількість неологізмів у мові цього жанру. Це демонструє динамічний розвиток тревел-блогів та їхню адаптацію до сучасних трендів у сферах подорожей та технологій.

Також аналіз показав, що використання синонімічних та антонімічних одиниць у арабських тревел-блогах є високим, що сприяє багатству та експресивності мовного виразу. Окрім цього, різні культурні та тематичні аспекти значно впливають на вибір лексичних одиниць, що підтверджує тісний зв'язок між мовою та культурними, соціальними контекстами. Тревел-блоги використовують різноманітні комунікативні стратегії для ефективної взаємодії з аудиторією, включаючи емоційне забарвлення, використання сталих виразів та впровадження культурних референцій.

Отримані результати демонструють не тільки мовну унікальність арабських тревел-блогів, але й вказують на великий потенціал для подальших лінгвістичних, культурних та соціальних досліджень, що сприятимуть кращому взаєморозумінню і спілкуванню на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєв, І.Ю., Устименко, Л.М. Підтримка тревел-блогерів провідними українськими інтернет-масмедіа. Питання культурології. 2021. (38), 236-247. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247162>.
2. Божко, Л.Д. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу. Вісник Харківської державної академії культури. 2022. Вип.37. С.56-66.
3. Герасименко, В.Г. Теорія туризму як складова туризмології. Вісник соціально-економічних досліджень. 2021. Вип. 2(42). С.173-180.
4. Гнатишин, С. Історіографія блогосфери: український та зарубіжний контекст. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2016. № 3 (27). С. 18- 23.
5. Кафлевська С.Г. Мандро А.І. Блогерство як один з найсучасніших видів Інтернет-маркетингу. Бізнес-навігатор. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. 2018. Вип. (45), 140-144.
6. Колотуха О., Салмін В. Тревел-блогінг як нове явище у сфері туризму. *Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки», присвячена 30-літтю утворення кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.* 2020. С. 141-143.
7. Кручек, О.А. Туризмологія: процес формування теорії туризму. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. 2020. Вип.8. С.139-166.
8. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. кураса НАН України.* 2014. № 4/5 (72/73), лип. - жовт. С. 130–141.
9. Онищенко, О.С., Горовий, В.М., Попик, В.І. та ін. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2019. С. 26 - 30
10. Плещенко К. Уточнена типологія блогосфери: низовий рівень. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2019. № 2-3 (33-34). С. 126-131.
11. Полежаєв, Ю. Тревел-журналістика як об'єкт наукової рефлексії: здобутки, проблеми та перспективи. Психолінгвістика. 2021. Вип. 16.С. 322-331.
12. Салмін В. Тревел-блогінг як інструмент виявлення якості туристичних послуг. Туристичне регіонознавство : матеріали науково-практичного семінару кафедри міжнародного туризму та країнознавства

Національного авіаційного університету : збірник тез. Київ : НАУ, 2022. С. 84-86.

13. Туз В., Сенченко О. Українська блогосфера як чинник зміни мислення сучасної людини. *Grail of science*. 2023. № 26. С. 366–368. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.14.04.2023.065> (дата звернення: 02.05.2024).

14. Шеховцова О.В. Особливості сучасних інтернет-щоденників - блогів. Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка Серія : Філологічні науки. 2021. № 19 (230). С. 69-74.

15. Banyai M., Glover T. D. Evaluating research methods on travel blogs. *Journal of travel research*. 2011. Vol. 51, no. 3. P. 267–277. URL: <https://doi.org/10.1177/0047287511410323> (Дата звернення: 02.05.2024).

16. Bentley, C.H. Citizen Journalism: Back to the Future? 2020. URL:<http://www.hks.harvard.edu/presspol/carnegieknight/Conference%20June%202008/Bentley.%20Citizen%20Journalism.pdf>.

17. Boecher, M., Gradwell, O., Jenkins, K. et al. The Best Practices in Travel Blogging. 2020. URL: [http://www.wtmlondon.com/files/best\\_practices\\_in\\_travel\\_blogging\\_white\\_paper.pdf](http://www.wtmlondon.com/files/best_practices_in_travel_blogging_white_paper.pdf) (Дата звернення: 02.05.2024)

18. Conrady, R. Travel technology in the era of Web 2.0. Trends and Issues in Global Tourism. Berlin and Heidelberg: Springer Verlag. 2017. P. 165-184.

19. Sparks B., Wildman K., Bowen J. Restaurants as a Contributor to Tourist Destination Attractiveness: Phase One: Expert Interviews / Griffith University, University of Nevada. – Australia: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, 2001. – 123 с. (CRC for Sustainable Tourism Report Series). – ISBN 1-876685-32

20. Del Chiappa, G. Trustworthiness of Travel 2.0 applications and their influence on tourist behaviour: an empirical investigation in Italy. In R. Law, M. Fuchs and F. Ricci (Eds.) // Information and Communication Technologies in Tourism. New York: SpringerWien. 2021. P. 331-342.

21. Miguéns, J., Baggio, R., & Costa, C. Social media and Tourism Destination: TripAdvisor. Case Study. *Advances in tourism research*. 2018. Vol. 26. № 28. P. 6.

22. Pan, B., MacLaurin, T., Crotts J. Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 2017. (46), 35-45.

23. Boecher, M., Gradwell, O., Jenkins, K. The Best Practices in Travel Blogging. 2019. Режим доступу: <https://www.yumpu.com/en/document/read/31234888/the-best-practices-in-travel-blogging-world-travel-market>

24. Minaev, A. What is a Blog? - Definition of Terms Blog, Blogging, and Blogger. 2022. Режим доступу:<https://firstsiteguide.com/what-is-blog/>.

25. Thum, M. The Impact of Travel Blogging on the Tourist Experience: An Ethnographic Investigation. 2019. Вилучено 3: <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=135452>.
26. Bates, T. Travel Bloggers: Who Do They Think They Are. TTRA 2014 International Conference: Tourism and the New Global Economy. 2019. P. 1272-1279.
27. @arabic\_\_travel. السلام نجد أن المهم من لكن بالتحديات، مليئة الحياة الداخلي. *Instagram*. URL: [https://www.instagram.com/arabic\\_\\_travel/reel/C48xaForA7Q/](https://www.instagram.com/arabic__travel/reel/C48xaForA7Q/) (дата звернення: 31.03.2024).
28. @arabic\_\_travel. الإيمان أجواء من. خاص طعم له دبي في رمضان شهر. الكرم مظاهر إلى والروحانيات، خلال دبي في شيء كل والضيافة، *Instagram*. URL: [https://www.instagram.com/arabic\\_\\_travel/reel/C5Bsj6csS63/](https://www.instagram.com/arabic__travel/reel/C5Bsj6csS63/).
29. @arabic\_\_travel. في المساجد أروع أحد وهو ظبي، أبو مدينة في زايد الشيخ مسجد. أكبر العالم سمي. *Instagram*. URL: [https://www.instagram.com/arabic\\_\\_travel/reel/C4ACRD1Iaq/](https://www.instagram.com/arabic__travel/reel/C4ACRD1Iaq/) (дата звернення: 31.03.2024).
30. Abdul-Karim, Z., & Elareshi, M. (2016). Mobile phone and internet usage in the GCC region: University students' perspectives. *W Social media in the arab world*. I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9781350988057.ch-005>
31. Abdulla, R. A. (2007). *The internet in the arab world: Egypt and beyond (digital formations)*. Peter Lang Publishing.
32. Agarwal, N., & Liu, H. (2008). Blogosphere. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 10(1), 18-31. <https://doi.org/10.1145/1412734.1412737>
33. Al-Kaisi, M., & Zaki, M. (2022). Arab influencers and social media. *W Language and identity in the arab world* (s. 153-173). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003174981-11>
34. Anas, O. (2016). Arab social media: From revolutionary euphoria to cyber realism. *W Social media in the arab world*. I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9781350988057.ch-003>
35. Bulla, D. W., & Buie, J. (2016). Social media usage and the changing context in the united arab emirates. *W Social media in the arab world*. I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9781350988057.ch-006>
36. Butsch, R. (2007). Introduction: How are media public spheres? *W Media and public spheres* (s. 1-14). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9780230206359\\_1](https://doi.org/10.1057/9780230206359_1)
37. Chaudhary, S. (2016). The role of social media as a decisive actor in saudi arabia. *W Social media in the arab world*. I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9781350988057.ch-002>
38. Darwish, E. B. (2019). Social media education in the arab world: Reality and challenges. *W 17th international conference on e-society 2019*. IADIS Press. [https://doi.org/10.33965/es2019\\_201904I003](https://doi.org/10.33965/es2019_201904I003)

39. Elsadda, H. (2010). Arab women bloggers: The emergence of literary counterpublics. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 3(3), 312-332. <https://doi.org/10.1163/187398610x538678>
40. Etling, B., Kelly, J., Faris, R., & Palfrey, J. (2010). Mapping the Arabic blogosphere: Politics and dissent online. *New Media & Society*, 12(8), 1225-1243. <https://doi.org/10.1177/1461444810385096>
41. Etling, B., Kelly, J., Faris, R., & Palfrey, J. (b. d.). Mapping the arabic blogosphere. *W Media evolution on the eve of the arab spring*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137403155.0008>
42. Gunter, B., & Elareshi, M. (2016). The significance of social media in the arab world. *W Social media in the arab world*. I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9781350988057.ch-001>
43. Lunt, P., & Pantti, M. (2007). Popular culture and the public sphere: Currents of feeling and social control in talk shows and reality TV. *W Media and public spheres* (s. 162-174). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9780230206359\\_13](https://doi.org/10.1057/9780230206359_13)
44. Public spheres. (b. d.). *W The media and the public* (s. 29-44). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444318173.ch2>
45. Zaynullin, G. G., & Khabibullina, A. M. (2017). Stylistic features of comment in arabic blogosphere. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(5), 285. <https://doi.org/10.7596/taksad.v6i5.1290>
46. Basak S. Internet communications: what is it and ways to communicate over the internet. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/internet-communications-what-ways-communicate-over-sourav-basak> (date of access: 13.04.2024).
47. SLOVARonline. *Великий тлумачний словник (BTC) сучасної української мови онлайн*. URL: <https://1531.slovaronline.com/10820-%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (date of access: 13.04.2024).
48. Bridging the gap: a genre analysis of Weblogs / S. C. Herring et al. 37th annual hawaii international conference on system sciences, 2004. proceedings of the, Big Island, HI, USA, 8 January 2004. 2004. URL: <https://doi.org/10.1109/hicss.2004.1265271> (date of access: 17.04.2024).
49. Reichardt R., Harder G. Weblogs. Science & technology libraries. 2005. Vol. 25, no. 3. P. 105–116. URL: [https://doi.org/10.1300/j122v25n03\\_07](https://doi.org/10.1300/j122v25n03_07) (date of access: 17.04.2024).
50. Al-Safadi, L., Al-Badrani, M., & Al-Junidey, M. (2011). Developing ontology for arabic blogs retrieval. *International Journal of Computer Applications*, 19(4), 40–45. <https://doi.org/10.5120/2346-3066>
51. Anesa, P. (2018). Forms of hybridity in travel blogs. *HERMES - Journal of Language and Communication in Business*, (57), 125. <https://doi.org/10.7146/hjlcb.v0i57.106196>
52. Briciu, A., & Briciu, V.-A. (2022). Travel blogs. *Encyclopedia of tourism management and marketing* (c. 580–583). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.travel.blogs>

53. Chaimae, A., El Younoussi, Y., Moussaoui, O., & Zahidi, Y. (2019). An arabic dialects dictionary using word embeddings. *International Journal of Rough Sets and Data Analysis*, 6(3), 18–31. <https://doi.org/10.4018/ijrdsda.2019070102>
54. Czekaj, M. (б. д.). Jak przyciągnąć uwagę arabskiego czytelnika? Analiza języka nagłówków prasy egipskiej [Master's thesis]. Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego (RUJ). <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/198503>
55. Feddag, A., & Foxley, E. (1993). A lexical analyser for Arabic. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(2), 313–330. <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1014>
56. Goethals, P. (2015). Traveling through languages: Reports on language experiences in tourists' travel blogs. *Multilingua*, 34(3). <https://doi.org/10.1515/multi-2013-0070>
57. Góra, M. (б. д.). Zjawisko synonimii, jej rodzaje i zastosowanie w składni języka arabskiego [Licentiate thesis]. Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego (RUJ). <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/205052>
58. Grašič, T. (2022). The writing style in travel blogs. *Folia Linguistica Et Litteraria*, XIII(41), 187–210. <https://doi.org/10.31902/fl.41.2022.9>
59. Khemakhem, A., Gargouri, B., Haddar, K., & Ben Hamadou, A. (2013). LMF for arabic. Y LMF lexical markup framework (c. 83–98). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118712696.ch6>
60. Kholison, M. K. (2020). وكلماتها اللغوية مشكلة : العربية لغة صفات. *Al-Fusha : Arabic Language Education Journal*, 1(1), 29–41. <https://doi.org/10.36835/alfusha.v1i1.340>
61. Olenev, S., & Slavnikov, N. (2022). Travel blogs: Genre and topics. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022(4), 179–184. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-179-184>
62. Salaberry, M. R., & Comajoan-Colomé, L. (2024). Lexical aspect. Y *The routledge handbook of second language acquisition, morphosyntax, and semantics* (c. 270–283). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003412373-24>
63. S. Al-Dobaian, A. (2021). Arabic lexical phrases. *Advances in Language and Literary Studies*, 12(5), 52. <https://doi.org/10.7575/aiac.all.v.12n.5.p.52>
64. Staff, L. L. (2012). Arabic. Random House Publishing Group.
65. Travel blogs. (2015). Y *The routledge companion to travel writing* (c. 318–327). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203366127-38>
66. Z.a., A. (2015). Lexical borrowings in Arabic language. *Journal of Oriental Studies*, 72(2), 106–111. <https://doi.org/10.26577/jos-2015-2-650>
67. Zaynullin, G. G., & Khabibullina, A. M. (2017). Stylistic features of comment in arabic blogosphere. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(5), 285. <https://doi.org/10.7596/taksad.v6i5.1290>
68. تحليل مدوني. :العربية م. ب. س. (2019). ألفاظ العنف في لغة الصحافة, الزنبيدي 103 مجلة اللسانيات العربية, <https://doi.org/10.60161/1482-000-008-004>

69. ع. (2023). غيرية المدينة الغربية في مدونات الرحلة العربية للقرن التاسع, النفاتي 134–145. (60)التاريخية: المستقبل الرقمي للدراسات التاريخية, 16 كان عشر. دورية <https://doi.org/10.21608/kan.2023.333016>
70. التاريخية: المستقبل الرقمي كان دورية. وكتابة م. (2010). العربية: لغة, محفل 3 41–45. (7)للدراسات التاريخية, <https://doi.org/10.21608/kan.2010.100349>
71. Elissa | arabic travel | luxury life | dubai (@arabic\_\_travel) • instagram photos and videos. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/arabic\\_\\_travel?igsh=N3ppZ21xbTJta2t0](https://www.instagram.com/arabic__travel?igsh=N3ppZ21xbTJta2t0)(date of access: 03.05.2024).
72. flywithhaifa. حب اللغة كثير رهيبه صح؟ 🤔🤔! منولة؟ خالتي بأداء رأيكم شو. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/CjA-fgqhsW/?igsh=MXE3bzhubXB2dm5kaQ==>.
73. hello965. Location: Maldives المالديف Since Maldives is all about islands, transportation between MALE international airport to your island resort is via. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/BRVM5TJjocX/?igsh=MWNyNmVtZWMeGtwZw==>.
74. hello965. When in #kyoto 🇯🇵 the group and i got to try on Kimonos during our tea ceremony! The kimonos are. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/C50UTivMMah/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C50UTivMMah/?img_index=1).
75. talal.alrashed. Discovering best hotels in Zanzibar. الفنادق افضل اكتشاف 🌴🌴🌴. This one, Baraza, is for family & possibly small group of. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/BQuYACngiO0/?igsh=emh4bjMzb2dvYnBq>.
76. Ahmad fuad, ST (@fuad\_box) • фото и видео в instagram. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/fuad\\_box/?locale=ru&hl=am-et](https://www.instagram.com/fuad_box/?locale=ru&hl=am-et) (date of access: 05.05.2024).
77. asamaalzaabi. العشا على حلوه وسهلة الخفيفة الاماراتية الاكلات من ولبن رفاق خبز. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/asamaalzaabi/reel/Cz3JTLVxvso/>.
78. Hanae\_vlogs. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/hanae\\_vlogs?igsh=d2FzOHBoaGFpOGII](https://www.instagram.com/hanae_vlogs?igsh=d2FzOHBoaGFpOGII) (дата звернення: 08.05.2024).
79. Travel\_1lover. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/travel\\_1lover?igsh=eHVrcjVydThqcGVs](https://www.instagram.com/travel_1lover?igsh=eHVrcjVydThqcGVs) (дата звернення: 08.05.2024).
80. A.wahab93. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/B\\_VIkP6n\\_Sr/?igsh=ZGt1cWJwN3c5MzY5](https://www.instagram.com/p/B_VIkP6n_Sr/?igsh=ZGt1cWJwN3c5MzY5) (дата звернення: 08.05.2024).
81. world\_ar. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/ByDu3Z6guVo/?igsh=MTk1OHMybDZ1ZjRoYw==> (дата звернення: 08.05.2024).

82. Arabictravelers. *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/arabictravelers?igsh=MWthbnZ1MXJIYzd1aA==>  
(дата звернення: 08.05.2024).

83. Souhair. *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/p/Cv4MkyQ5xm6/?igsh=eW50eTNzMmZ6Ym83>  
(дата звернення: 08.05.2024).

84. Amatraveller. محطة شيواجى جاتراباتي لقطات في محطة قطار. في مومباي " محطة شيواجى جاتراباتي لقطات في محطة قطار. في مومباي " فكتوريا سابقا الملكة هذي .. مومباي ارواح و انا سنين .. " فكتوريا سابقا الملكة *Instagram*.

URL: [https://www.instagram.com/p/C4q6h6ONTU4/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4q6h6ONTU4/?img_index=1) (дата звернення: 09.05.2024).

85. Amatraveller. له ينقال ما ! اسطنبول سيدة ليه مراكش مع أحلى ترانزيت في مطار. مدن المغرب و أشهر مراكش أجمل لا *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/p/C4ydKiKNyTB/> (дата звернення: 09.05.2024).

86. Amatraveller. الإماراتي مينيماليست كشخة زواره فطور رمضان اليوم من براند. توصل 🌙 تخفيضات لرمضان مسوين ترا 🌟 منهم الجنطه الاكسسورات و *Instagram*.

URL: [https://www.instagram.com/p/C408k8KNYRB/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=785ca6fc-bb65-40a1-bc70-dd6f54099fd6&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C408k8KNYRB/?utm_source=ig_embed&ig_rid=785ca6fc-bb65-40a1-bc70-dd6f54099fd6&img_index=1) (дата звернення: 09.05.2024).