

ABSTRACT

The English language in tourism has been getting more popular along with the tourism sector development, thus being a subject of many linguistic studies. Moving into the virtual environment, a language has been acquiring new features due to its dynamic nature. Online travel blogs are a genre of computer-mediated communication whose language is compared to the language of tourism and standard English, based on morphological, lexical, and morphosyntactic analysis. The second part of the research examines the potential differences between the blogs written by native and non-native English speakers. The most frequent linguistic features are presented for the entire corpus and two sub-corpora. Using a synthesis method and a comparative approach, the results revealed that although travel blogs and the language of tourism frequently employ nouns, evaluative adjectives, and techniques such as ego-targeting and languaging, they differ in how they utilize discourse markers, pronouns, verbs, and keyword choices. Through the method of analysis and usage of online digital tools in the second part of the research, a clear and concise comparison of the differences is presented. It shows non-native bloggers' tendency towards clarity, simplicity, and direct engagement, while native bloggers use richer, more complex language that emphasizes authenticity, culture, and detailed description.

Keywords: travel blogs; language of tourism; native speakers; non-native speakers; linguistic analysis.

PROŠIRENI SAŽETAK

Razvoj suvremenog društva i tehnologije značajno utječu na načine ljudske komunikacije. Jezik, kao osnovno sredstvo komunikacije, neprestano se mijenja i prilagođava novim okolnostima, posebno u virtualnom okruženju. Procesu poput posuđivanja stranih riječi, kreiranja novih izraza, prilagodbe postojećeg leksika, te skraćivanja riječi radi bržeg prijenosa poruka su neke od najznačajnijih promjena. One osobito dolaze do izražaja u turizmu, gdje engleski jezik zauzima središnju ulogu. Kao globalni jezik komunikacije, engleski u turizmu služi prvenstveno cilju promocije i uvjeravanja, zbog čega su istraživači već prepoznali njegova ključna lingvistička i retorička obilježja. Jedan od važnih oblika komunikacije u turizmu u digitalnom dobu su mrežni blogovi o putovanjima, koji se smatraju oblikom računalno posredovane komunikacije. Blogovi se, kao pisani diskurs, razvijaju u kontekstu tehnologije i globalne uporabe engleskoga jezika, čime postaju zanimljiv predmet lingvističkih analiza. Oni istodobno promoviraju turističke sadržaje i destinacije, ali i oblikuju jezik koji se razlikuje od standardnog engleskog jezika. Posebno je značajno pitanje razlikuje li se jezična praksa izvornih govornika engleskoga jezika (blogeri iz Ujedinjenog Kraljevstva i SAD-a) u odnosu na one kojima engleski nije materinski jezik. Ovaj je rad usmjeren na istraživanje leksičkih, morfoloških i morfosintaktičkih obilježja jezika mrežnih blogova o putovanjima. Uz metode analize i sinteze, kao i uporabu mrežnih digitalnih alata, nastojat će se utvrditi u kojoj se mjeri on razlikuje od standardnog engleskog, koje ga gramatičke osobine izdvajaju te kakav je njegov odnos prema jeziku turizma. Posebnu ulogu zauzima ključni leksik, vrste riječi, pojave novih izraza, kolokacije, glagolski oblici i sintagme. Nadalje, drugi se dio istraživanja temelji na komparativnom pristupu analizi dvaju potkorpusa: blogova koje su pisali izvorni govornici i blogova čiji autori nisu izvorni govornici engleskoga jezika. Rezultati koje ovaj rad predstavlja pokazuju kako da razlike na morfolškoj i morfosintaktičkoj razini jezika između izvornih i neizvornih govornika uistinu postoje te da one naglašavaju različitosti u stilu pisanja i komunikaciji sa čitateljima. Jednostavnost, jasnoća i izravna uključenost u komunikaciju s čitateljima odlikuju jezik neizvornih govornika, dok s druge strane izvorni govornici koriste bogatije i složenije jezične strukture pritom naglašavajući svoju usmjerenost prema autentičnosti, kulturi i detaljnijim opisima. Također, jezik bloga pokazao je određene razlike i u svojem odnosu prema jeziku turizma pri čemu je do izražaja došla razlika u vrstama riječi koje se koriste, posebice ključnog leksika. Ovaj rad ima za cilj pridonijeti boljem razumijevanju međusobnog odnosa između standardnog engleskog jezika, jezika turizma i jezika mrežnih blogova, kao i ulozi koju materinski jezik blogera ima u oblikovanju lingvističkih karakteristika

ovoga diskursa. Rezultati mogu biti korisni ne samo lingvistima, već i stručnjacima iz područja turizma i komunikacija, budući da ukazuju na promjene u jezičnim strukturama izazvane virtualnim okruženjem, suvremenim trendovima i ubrzanom globalizacijom.

Ključne riječi: *blog o putovanjima; jezik turizma; izvorni govornici; neizvorni govornici; jezička analiza.*