

УДК 81'38

ИНТЕРНЕТ-ОЧЕРК ТУРИСТА КАК НОВЫЙ РЕЧЕВОЙ ЖАНР

© 2020 г.

*И.В. Белянцева,¹ И.А. Меркулова²*¹Филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Воронеже, Воронеж²Воронежский государственный университет, Воронеж

igel1@yandex.ru

Поступила в редакцию 26.01.2020

Выделяется и описывается новый речевой жанр интернет-коммуникации – интернет-очерк туриста. При анализе его жанровой модели используется схема, включающая в себя следующие параметры: коммуникативная цель, сфера общения, тематический признак, композиция, модель автора и адресата, языковые средства. Особое внимание уделяется образности, лингвокультурной нагруженности текстов. На основании проведенного исследования предлагается различать интернет-отзыв и интернет-очерк туриста.

Ключевые слова: речевые жанры, интернет-коммуникация, типология интернет-жанров, жанрообразующие признаки, интернет-очерк туриста.

Введение

В современной лингвистике наблюдается всплеск исследовательского интереса к проблеме речевых жанров [1, с. 7]. И это не случайно. В конце XX – начале XXI в. произошли серьезные изменения в коммуникативном пространстве, что связано прежде всего с появлением новых сфер общения, в частности интернет-коммуникации. Специфика интернет-коммуникации определяется возможностью вести прямой диалог с аудиторией без географических и временных границ, получать мгновенную обратную связь в режиме реального времени, свободно выбирать темы общения, вид и источник информации. Новые коммуникативные ситуации вызвали «обновление так называемой «жанровой палитры» [2, с. 40]. Еще М.М. Бахтин в своих работах говорил, что «богатство и разнообразие речевых жанров необозримо... потому что в каждой сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров, дифференцирующийся и растущий по мере развития и усложнения данной сферы» [3, с. 159]. Сегодня Интернет стал уникальной средой, которая способствует «как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых, свойственных только этой информационной среде, жанров» [4, с. 15].

В последнее время в сети стал очень популярен новый формат коммуникации среди туристов, основанный на обмене отзывами о путешествиях. Если на заре появления такого формата возможность оставить отзыв о путешествии или услугах турагентства была лишь дополнительной опцией некоторых форумов и сайтов гостиниц или турагентств, то с недавних

пор она стала сайтообразующей: в сети существует десятки сайтов, полностью посвященных отзывам туристов о своей поездке. Прежде чем выбрать тот или иной тур, побывать в определенном месте (стране, городе), посетить какой-то экскурсионный объект, многие предпочитают узнать мнение тех, кто уже воспользовался той или иной услугой. Потребность в получении информации сделала жанр интернет-отзыва туриста особенно востребованным в современной коммуникативной среде.

На сегодняшний день существует целый ряд работ, посвященных комплексному исследованию этого активно распространившегося в Интернете жанра [5–8]. В них интернет-отзыв туриста определяется как оформленный тип текста, содержащий авторскую оценку путешествия и сопутствующих ему услуг, размещенный в сети Интернет с целью обмена информацией между туристами [9, с. 7]. В большинстве случаев это сжатый текст, в котором дается краткая информация оценочного характера о месте пребывания, достопримечательностях, туроператоре, отеле и т. д. Написание таких отзывов не занимает большого количества времени. Их авторы, как правило, мало внимания уделяют языковой стороне создаваемого ими текста. Например: *ПРИВЕТ всем! Хочу вам рассказать об однодневной поездке из Адлера в Абхазию с компанией Библио-Глобус по туру ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО АБХАЗИИ. Поездка на автобусе по достопримечательностям страны занимает ровно один день примерно с 6:10 утра до 20:10 вечера. Автобус на 35 мест с двумя экскурсоводами. Если не интересные речи молодого человека – гид Денис (Абхазия), день был бы однозначно потерян. Цена 1990 рублей (замо-*

рачиваться искать что и где подешевле не стал). В поездку брать с собой ничего не надо, разве что тёплые вещи на всякий случай – автобус всегда рядом. МЫ ПОСЕТИЛИ. Пасека (реклама мёда, который настоящий и есть понятно только там), Гагра город, озеро Рица (одно из главных достопримечательностей поездки. Там же дача Сталина и рядом Хрущева), Голубое озеро, Новый Афон. ОБЕД. Обедали в кафе города Новый Афон примерно в 15:00!!! (это при том, что я встал в 4:30 и понятно не успел позавтракать). ПЛЯЖ. Пляжи везде где видели – это галька! ПОГОДА. Середина апреля 2019 года была тёплой, до +16/23 днём, солнечно. Ночью +11/12 градусов. Температура воды была где то +12/13 градусов. С утра пасмурно, после обеда солнце. ВПЕЧАТЛЕНИЕ О ПОЕЗДКЕ. Конечно не очень! Достопримечательности так себе, природа тоже – всё как то серенько.

Однако, как показал анализ материала, жанр интернет-отзыва туриста не является однородным. Существуют интернет-отзывы совершенно другого рода, которые сами пользователи называют отзывами-рассказами. Подобные отзывы отличаются не только объемом, который может достигать несколько страниц или даже быть представлен целым циклом рассказов, объединенных общей темой (или одним путешествием). В них, кроме информационной составляющей, прослеживается творческое начало.

Подобный жанр восходит к жанру путевого очерка. В «Литературной энциклопедии терминов и понятий» путешествие (путевой очерк) определяется как жанр, в основе которого лежит «описание путешественником (очевидцем) достоверных сведений о каких-либо, в первую очередь незнакомых читателю или малоизвестных, странах, землях, народах» [10, стб. 839–840, с. 799, 421].

Путешествия интересовали людей испокон веков, рассказы о них передавались в устной форме. Постепенно возникла необходимость фиксировать эти рассказы письменно. Начиная с XI–XII веков в Древней Руси распространился жанр хождений – путевых заметок о паломничествах по святым местам. Самые известные – это хождения игумена Даниила и Афанасия Никитина. Зачастую путешественники попадали в совершенно иной мир, сталкивались с неизвестными ранее культурой, обществом, традициями. Подобные поездки, длящиеся довольно продолжительное время, становились важным событием в жизни человека, производили неизгладимое впечатление. Поэтому хроника событий путешествия преобладала над художественной составляющей. В XIX веке рассматри-

ваемый жанр претерпевает существенные изменения. Теперь само путешествие являлось обязательным, но не единственным смыслообразующим элементом. Возросло внимание к художественной стороне путевого очерка. К данному жанру прибегали многие известные русские писатели: А.С. Пушкин («Путешествие в Арзрум»), А.Н. Радищев («Путешествие из Петербурга в Москву»), А.А. Бестужев («Поездка в Ревель»), А.П. Чехов («Остров Сахалин»), И.А. Гончаров («Фрегат «Паллада»), Ф.М. Достоевский («Зимние заметки о летних впечатлениях»), М.Е. Салтыков-Щедрин («За рубежом»). Путевые очерки создавались и в советский период, например, И.А. Ильфом и Е.П. Петровым, И.Г. Эренбургом, М.Е. Кольцовым, Ю. Смулом, В.М. Песковым и другими. Жанр путевого очерка привлекал писателей прежде всего потому, что он был рассчитан на массовую аудиторию и эффективен для передачи этой аудитории любой информации, в том числе и той, которая помогала бы решать не только познавательные задачи, но и эстетические, политические, публицистические, философские.

Поскольку представленный в настоящей статье жанр имеет больше черт сходства с путевыми очерками (хотя и претерпел множество изменений по сравнению с ними), чем с интернет-отзывами, мы предлагаем использовать для его описания термин интернет-очерк туриста.

Рассмотрим особенности данного жанра более подробно.

Материалы и методы исследования

Источниками фактического материала послужили многочисленные туристические отзывы, размещенные в свободном доступе в сети Интернет на специализированном сайте tourister.ru [11]. Стиль, орфография и пунктуация отзывов сохранены.

В соответствии с целями, задачами и материалом исследования были использованы следующие методы: общенаучный описательный метод, лингвистический метод компонентного и контекстуального анализа, метод сплошной и дифференцированной выборки, метод семантического анализа.

Результаты исследования

В данной статье мы остановимся на некоторых лингвистических наблюдениях, касающихся жанровой специфики интернет-очерка туриста.

М.М. Бахтин предполагал, что в высказывании неразрывно связаны три момента: «тематическое содержание, стиль и композиционное

построение», и они одинаково «определяются спецификой данной сферы общения» [12, с. 250]. В целом такой подход остается актуальным и в современной лингвистике при исследовании жанровой системы интернет-коммуникации, сформировавшейся относительно недавно в электронной среде. Поэтому в настоящей статье при описании жанра интернет-очерка туриста мы будем основываться на определенных жанрообразующих признаках, выделенных еще М.М. Бахтиным и уточненных современными учеными [13, с. 35–36; 14, с. 63], основными среди которых являются: тематический признак, коммуникативная цель, модель автора и адресата, композиция, языковое воплощение жанра.

Тематический признак. Темы, затрагиваемые в интернет-очерках туриста, очень разнообразны. Основное внимание авторы уделяют рассказу об интересных маршрутах, достопримечательностях, быте, культуре, кухне разных народов. При этом кратко могут упоминаться некоторые эпизоды истории, ставшие знаковыми для той или иной страны или, наоборот, не очень известные, которые делают читателя как будто сооткрывателем мира страны. Но в силу специфики рассматриваемого жанра акцент с познавательной направленности смещается в сторону практической ценности информации для читателя. Предлагается решение остроактуальных проблем сферы путешествий: визовые режимы, транспорт, отели, питание, погода, безопасность. Чтобы активизировать внимание читателя, иногда используются предания, сказания, которые окутаны тайной.

Коммуникативная цель. К общим целевым установкам, предопределяющим специфику жанра, относятся информативная и оценочная.

Конкретные целевые установки: императивная, эмоционально-экспрессивная, аналитическая, эстетическая.

Модель автора и адресата. Особую значимость в интернет-очерках приобретают категории автора и читателя. Тип автора реализуется как массовый непрофессиональный писатель. В отличие от кратких отзывов туриста, где отсутствует ярко выраженное авторское «я», в интернет-очерке четко прослеживается авторская позиция, автору не чужд анализ. Тип читателя проявляется в тексте в цепочках высказываний, пояснений, следующих после текста как ответная реакция. Комментарии являются средством координации связи между автором и его аудиторией. Некоторые читатели хотят вступить с автором интернет-очерка в диалог, обсудить прочитанное, а это значит, что текст оказал воздействие.

Композиция. Хотя композиционная схема интернет-очерка и не является жесткой кон-

струкцией, в данном жанре можно проследить общие, предусмотренные форматом части: заголовок, зачин, вступление, основная часть, заключение, комментарий.

Любой очерк начинается с заголовка. Основная цель заголовка состоит в том, чтобы привлечь внимание к тому или иному тексту. С одной стороны, название помогает сориентироваться читателю в обширном материале, предлагаемом на том или ином сайте, дает возможность выбрать нужную для него информацию. С другой стороны, читателя привлекает яркий, оригинальный заголовок, выражающий эмоции, связанные с путешествием. Поэтому в интернет-очерках используются как нейтральные заголовки, указывающие на название местности, в которой отдыхал автор (страна, город, населенный пункт), так и оригинальные – авторские, которые пробуждают целый спектр эмоций. Это может быть не только непосредственно интерес, но и удивление, недоумение или любопытство. Сравните: *Южная Корея с Севера на Юг и обратно; Окрестности Koppos Bay; Знакомьтесь, Ташкент; Пирей. Греция; Лейден, Хертогенбос, Гус; Богородицк; Крит весенний; Сучава и расписные церкви Буковины. И: Ветреная женщина – Мухета; Курица – не птица, или пара слов о болгарской столице; Запретное сердце Пекина; 8 вещей, которые обязательно надо сделать в Португалии между 39-й и 40-й параллелями северной широты; Тонгоенабиагус и Жучка; Исчезающий ниндзя или Киото+; Любить что ли Вену?; Не тульским пряником единым; Александров и Иван Грозный. Какая связь?; Шираз и кровавое озеро – конец персидской сказки; Песок и соль Варзана, а также Язд, где жил Алладин; Кум, но не родственник; Дмитров-квест за Царевной-лягушкой; Где живет Йошкин кот; Сходить в круиз ОАЭ – Оман и не разориться; Гармония хаоса. Брюссель; Зальцбург. Забыть нельзя вернуться; Ученье – свет. В Коимбре свет не гаснет; Листая греческие мысли; Путешествие в страну лилипутов или Швейцария на ладони.*

Хотя эпиграф и не является непременным элементом структурно-семантической организации текста, отдельные авторы используют его довольно регулярно. Чаще всего источником эпиграфов служат фольклорные тексты, библейско-религиозные сочинения, художественные произведения, слова песен, цитаты из фильмов: *Ты отойди! Не двинусь, ни на шаг/ Здесь твой Дамаск; будь Каином проклятым/ Коль хочешь, брата Авеля убей (В. Шекспир «Генрих VI»); Держись сильнее за якорь –/ Якорь не подведет;/ А ежели поймешь, что сансара – нирвана,/ То всяка печаль пройдет (Б. Гребен-*

щиков «Не пей вина, Гертруда» – песня); Персия, Персия, фруктовый рай!// Персидские персики, зеленый чай!// Если я, если я, родился здесь,/ Персия, Персия – страна чудес! (В. Смехов «Персия, Персия – фруктовый рай» – песня); Правильно было когда-то сказано, что хорошо воспитанный человек может читать все (Ярослав Гашек «Похождения бравого солдата Швейка»); Часто войны разжигаются из одного лишь слова (арабская пословица); В Китае все жители – китайцы, и даже сам император – китаец (Ганс Христиан Андерсен «Соловей»); Есть ли жизнь на Марсе, нет ли жизни на Марсе – науке это не известно! (цитата из кинофильма «Карнавальная ночь»); Господь сказал: «Если Я найду в городе Содоме пятьдесят праведников, то Я ради них пощажу все место сие» (Библия. Книга Бытие 18:26).

Зачин – это «крючок», который автор очерка забрасывает, чтобы удержать внимание читателей. Поэтому чаще всего встречаются не трафаретные зачины – набор стандартных фраз, неоднократно употребляемых в текстах, а оригинальное начало, подобранное специально для рассказа, творчески осмысленное в контексте повествования. Это могут быть: автобиографические факты (Вот шут его знает почему, всегда меня влекло в путешествия! С детства. Породил это нездоровое пристрастие, возможно, Жюль Верн, а завершил, наверное, Джек Лондон. А сколько еще всех было между ними!); юмористическое замечание (Все-таки двухнедельный отпуск лучше, чем недельный! И даже лучше, чем десятидневный. Про пятидневный я уже и не говорю. И вообще, что может быть лучше под солнцем, чем двухнедельный отпуск? Очень мало что); неожиданный вопрос (Как представить себе страны, которые никак себе не представляешь? И надо ли их стараться представить во всех неведомых красках? Надо ли раз за разом прокручивать в голове мешанину из слишком устоявшихся стереотипов и слишком глянцевого фотографий до тех пор, пока она не оформится в одно неизменное глянцевое-устоявшееся воображение, которое будет преследовать тебя всю оставшуюся жизнь, прочно и незаслуженно привязанное к отдельно взятой ни в чем неповинной стране?); рассуждение (Всеми путешественниками двигает сильная страсть. Неудержимое стремление. Нестерпимая жажда. Это чувство зарождается глубоко внутри – где-то между сердцем и разумом. Сначала это еле заметный огонек, не греющий и не беспокоящий. Потом, подпитываемый внутренними и внешними ресурсами, он разгорается в огромный пожар, овладевающий всем человеком и

подвигающий его восстать против обыденности, воспарить над серостью и сделать великие географические открытия! Великое чувство! Называется зависть. А что скажете, нет?); парадоксальное начало (Итак, этим маленьким, бесполезным и неинтересным очерком я начинаю свой рассказ о моем юбилейном, десятом, посещении любимого Таиланда. Набирайтесь терпения, маленькой получилась только первая часть...); интересный факт (Иран – это невероятно древняя и загадочная Персия в прошлом, страна-пристанище ариев (да-да, тех самых, тайны и родину которых так долго искал Гитлер), в честь которых шах страны Реза Пехлеви изменил название страны на Иран. А после 1979 г. – это государство победившей революции, но не социалистической, а исламской, живущее по строгим законам шариата).

Вступление обычно содержит предысторию поездки: автор сообщает, как принимал решение о путешествии (Как-то в середине лета, точнее будет сказать в середине жаркого и душного московского лета, у меня зазвонил телефон и один мой очень хороший и добрый знакомый сказал: «Как ты смотришь на то, чтобы в середине сентября в хорошей компании съездить в Магадан?» Вот те на...; Идея канадского вояжа возникла так давно, что даже вспоминать страшно. Дело в том, что в Монреале у нас живут друзья. И после долгих лет собраний, раздумий, колебаний, мечтаний, мы, наконец, собрались); или знакомит читателя с подготовительными действиями (Майские в этом году были небогаты на выходные, так что я просто взял даты с субботы по воскресенье, то есть, полные две недели. С билетами в Боливию было тяжело. Тяжело и дорого. После того, как я несколько дней покрутил Скайсканер и другие поисковики, желание лететь в ту сторону практически пропало – мало того, что было очень дорого, еще и очень долго и неудобно. В общем, после определенных мытарств и размышлений я взял билет на Люфтганзу по маршруту Москва-Франкфурт-Панама-Лима).

Основная часть содержит описательный блок, в который входит информация об отеле, местных жителях, природе, погоде, ценах, экскурсиях и т. д. Основная часть чаще всего разбивается на несколько разделов, которые имеют свои подзаголовки.

В заключительной части интернет-очерка, как правило, дается оценка путешествию (Недельный тур закончился очень быстро. Уезжать не хотелось совершенно, давно так душевно не отдыхал. Редкий случай, когда в поездке понравилось абсолютно все!; Тур в Мо-

стар оказался самым зрелищным и лучшим за всю поездку по Балканам – полный восторг); содержатся рекомендации (На саму Мальту я бы отвел 5–6 дней и взял на прокат машину. При таком раскладе можно было бы увидеть все, что осталось за кадром, насладиться уже виденным, отдохнуть на пляжах и т. д. В таком случае, знакомство с этим интересным местом получилось бы куда как более цельное и интересное!); или делается призыв посетить описываемое место (Если у вас вдруг будет три-четыре свободных дня и немножко денег – берите билеты, и летите в гостеприимный Азербайджан; Ну и последнее – в Армению надо обязательно съездить!!! ОБЯЗАТЕЛЬНО!).

После каждого интернет-очерка следует обсуждение. Комментарии носят диалогический характер. Как правило, преобладают комментарии, важным элементом которых является эмфатическая составляющая, что связано со стремлением участника общения к выражению сильных чувств, вызванных определенным содержанием сообщения (Спасибо за обзор по стране! Почему то верю Вам!; Фантастические сюрры льдин и головокружительные водопады сведут с ума даже самого ленивого и равнодушного! Очень рада за Вас и по белому завидую...; Природа конечно как в кино. Любят киношники видать такие виды!; В начале так лихо сюжет закручен, а потом-релакс, политый дождем!!; Рассказ у Вас здоровский вышел, мне показалось, будто я вместе с Вами провела эти 3 недели на Бали в неге и полном релаксе; Рассказ супер! Полное погружение. С головой пока воздуха хватает. Особенно на своей шкуре зная, что там действительно всё именно так; Читала как фильм смотрела. Текст в интересном жанре написан, я даже с вами бежала. Честно сказать, думала не успеете).

С меньшей частотностью, но не менее важными являются сообщения с целью получения информации по тому или иному вопросу (Из документов только загран паспорт нужен?; А в Христиании же стоят везде знаки "нельзя фотографировать". Не заметили?; Как я понял, во время вашего посещения было совсем не холодно? А в какие месяцы бывают тогда холода?; Это было путешествие от туроператора?; Если у вас знакомые или гиды??которые могут разжесать новичкам что да как?).

Языковые средства. Одним из инструментов туристического сайта является подсчет количества просмотров каждого текста, лайков, комментариев, проведение различных конкурсов рассказов. Это стимулирует авторов писать как можно более выразительно, привлекать целый арсенал языковых средств. Рассмотрим типич-

ные для описываемого жанра языковые единицы разных уровней: лексического, морфологического, синтаксического.

На лексическом уровне выявлены следующие признаки.

1. Наличие эмотивной лексики. С помощью данной лексики автор выражает эмоции, впечатления, вызванные объектом интернет-очерка. Как показал материал исследования, в большинстве случаев встречается положительно выраженные эмоциональные оценки (Рано утром прогулялся – ощущения незабываемые!; Божественные виды!; Набережная в Актау замечательная! Не набережная – мечта!; Вид бомбический! Инопланетный! Потрясные виды!; Фантастическое место!; Все это застыло в 18–19 веке и производит колоссальное впечатление!; Номерок, скажу я вам, был ни разу не плох). Что касается лексических единиц, имеющих отрицательные характеристики, то их в интернет-очерках встречается немного (Дрянная московская зима; Драматическая погода; Снег я катастрофически недолюбиваю!; Честно говоря, не самая удачная получилась поездка в плане фотографирования; В городе было промозгло и как-то неуютно; Представить себя на такой лодке – это просто кошмарный сон! Это самое неприятное ощущение от страны!; Погода была ни к черту).

2. Наличие стилевой вариативности (сочетание книжной и разговорной лексики). Сравните: Мы отвергаем ненужный догматизм и освобождаемся от пут конформизма; Не надо инсинуаций; Дискретное мышление; Мы встали перед дилеммой; Впечатление от собора амбивалентное; Туристы жрали и загорали; Мы кинули шмотки и пошли прошвырнуться по городу; Мы ели что-то весьма вкусное и трындели с португальцем; Мы плыли и лупились по сторонам; О, халява!!!; Все только дуют мимо даже не делая попыток остановиться; Водила слупил с нас по 50 бат с носа.

3. Использование фразеологизмов (крылатых выражений): Жребий брошен; Рубикон перейден; Мосты сожжены; Без сучка, без задоринки; Чтоб комар носу не подточил; Держи ухо остро; Можно сломать много копий; Как говорится, чем богаты!; Не находит места; Я летал на крыльях; На мне нет лица; Я хожу как в воду опущенный; Чувствовал себя не в своей тарелке; Несолоно хлебавши, отправились на соседнюю улицу; Было уже рукой подать до Орты; Теперь могли остаться вообще у разбитого корыта; Какой же русский не любит быстрой езды?

Довольно часто в интернет-очерках мы встречаемся с таким явлением, как трансформа-

ция фразеологизмов, то есть когда какая-то часть структуры заменяется. Подобная замена обычно используется для иронического переосмысления (*Как говорится – взялся за гуж – полезай в кузов, или что-то в этом роде...; Тонкое ли дело Восток или толстое, тут уж на усмотрение каждого; Мы в воде ледяной не плачем и в огне почти не горим; Назвался груздем – полезай в пещеру*).

4. Употребление окказионализмов – индивидуально-авторских неологизмов. Данные слова создаются по традиционным для языка словообразовательным моделям и обладают большей смысловой емкостью по сравнению с общепотребительной лексикой (*Может эту аксиому мое подсознание сплагиатило; Наверное, у меня паркоавтофобия, то есть, боязнь парковочных автоматов; Может, у меня штрафоплатофобия; Я очень толпонелюбив и очередененавистлив, в общем многочеловеконелюбив; Я ничего не обобщаю и не стереотиплю; Чемоданообразный собор*).

5. Экспрессивный потенциал речевых средств (тропов и фигур) реализуется в текстах интернет-очерков за счет метафор: *горячие объятия; хрустальные капли; пламенеющая готика; батарея пивных бутылок; жаркий стеклянный день; раскаленный июньский день; погасшая радуга; раскаленный восторг; порванные облаками небеса; бешеный контраст; седой океан; небо сверкало косыми солнечными взглядами; мы зашли в логический тупик; каменный мешок; море удовольствия; а внизу белесой фатой тянулась пелена из воздушной пены; эпитетов: открыточные виды; волшебный серпантин; красочные домики; скупая суровая природа; дерзкая акция; ласковое солнышко; просоленная бывалая столица; ностальгические нотки; узорные крыши; волшебные отражения; добродушный дождь; заколдованный и зачарованный сказочный город; экстремальные сугробы; томный вечер; чистая искренняя синева водной поверхности; первозданное волшебство; белоснежный лайнер; драматическая погода; могучий организм; сонные дворы; метонимии: Уронил вглубь могучего организма стаканчик с прозрачным чаем; Рыбацкая лодка вышла на промысел на середину синей глади; Площадь начала требовать продолжение банкета; Полицейская душа в предпраздничный день жаждала общеня; синекдохи: Ножки, честно отмотав двадцать километров вверх и вниз по ее каменным тропам, просили уже пощады!; Минск встретил нас снегом; олицетворения: Утром погода ничего не шептала; Резные балконы прищурено смотрели вниз на узкие улицы; Старый город обволакивал нас, улыбался нам в лица, дышал*

нам в спины; У берегов острова Пасхи бесновались огромные волны; Поселок спит; сравнения: И елки карабкаются по отвесным склонам как заправские альпинисты; Ты уже не несешься по пустыне по прямому как стрела фривею; они глазели на него как лилипуты на Гулливера; Далеко внизу одиноким муравьем копошился рыбацкая; Наши сожаления растаяли быстро как горный туман; Они как лето без солнца, как стихи без рифмы; иронии: Рано утром на буханке приехала звезда, показывать нам путь; Не буду утомлять вас описанием дороги, тем более, что я вас уже утомлял им вчера; Аренда машины в Миддельбурге, в принципе, не отличается ничем от других аренд машин в Европе, кроме того, что ее трудно найти; гиперболы: море удовольствия; риторического вопроса: Но когда это нас останавливало?; Когда апогей пройден, чего же ещё желать?; Скажите, разве многого я прошу?; инверсии: Так мы жили дней шесть. Забот не знали; Все-таки это он меня сюда перенес; Добравшись до берега морского, мы в одиночестве понаблюдали, как склоняется день.

Морфологический уровень характеризуется следующими признаками.

1. Как показал исследуемый материал, в интернет-очерках туристов глагольные конструкции преобладают над именными. Данный факт можно объяснить ориентацией авторов на повествовательный, событийный характер изложения. Глаголы дают возможность выразительно нарисовать стремительно разворачивающиеся события, создать энергию и напряженность повествования.

2. Частотными в проанализированных нами текстах являются частицы, междометия и модальные слова (*А ведь сколько раз я уже давал себе зарок – никогда не хвалиться! Но, увы, в туристической среде это решительно невозможно; Добровольно толкаться на пляже, чтобы зайти в море – дудки!; Нет уж, увольте!; Может, это и не Киренейсий хребет, а горы Бешипармак; А, наверное, надо было согласиться! Видимо, слабая у меня фототехника*).

3. В интернет-очерках туриста активно используются также прилагательные различных степеней сравнения, причем в превосходной чаще, чем в сравнительной (*интеллигентнейшие люди; сильнейшие тревожения; интереснейшее место; крепчайший сон; сильнейший ветер; чистейший воздух; просторнейшая набережная; самый красивый город; спуск был приятнее подъема; внешнее кольцо более живописное*).

4. Употребляются существительные с уменьшительно-ласкательными суффиксами субъективной оценки (*соседний городочек; наши отельчик*).

Синтаксический строй очерков отличается разнообразием. В текстах органически сочетаются как явления книжного синтаксиса, так и разговорного.

1. В числе наиболее частотных явлений книжного синтаксиса сложноподчиненные предложения с различными типами придаточных. Подобные конструкции авторы используют для того, чтобы не просто сформулировать ту или иную мысль, но и дать свое обоснование, уточнение, объяснение (*На ней отмечены все достопримечательности и дороги, так что пропустить что-то интересное будет сложно; Уже в эти короткие пять минут нам стало понятно, что в Камбодже очень жарко; Пограничники никуда не торопятся, поэтому тут придется немного подождать; пляж расположен на левом берегу бухты, в которой расположена Орта; Чтобы закончить разговор, мне пришлось дать ему доллар; В это время туда не попасть, потому что дорогу тоже затапливает; Если вы решите посетить острова, с собой надо брать что-то теплое и что-то непромокаемое; Пока мы крутились по узким дорожкам Орты, мы увидели указатель на пляж*).

2. Распространенное явление – использование рядов однородных членов (*Мы вместе лазили по пещере, восхищались, причитали от счастья и радовались, как дети!; На мне нет лица, у меня нет аппетита, настроения, желаний, мыслей и чувств; Тут я уже готов окончательно простить и экскурсии, и автобус, и многолюдие, и солнце; Мы же увозим столько впечатлений за один день, столько фотоснимков, столько всего пережитого, столько невиданных пейзажей! Они тут живут, работают, отдыхают, спят, едят, растят детей, ходят в магазин*).

3. Широко представлены деепричастные и причастные обороты (*Сойдя на берег, погуляли немного по Рокпорту; Недолго думая, мы ринулись в центр; Мы, оставив немногие пожитки на попечение заботливому номеру, устремились пешком по крутым лестницам; Булыжные мостовые вели к доминанте Старого города – замку Фронтенак- построенному в конце XIX века; Вторая неделя была отведена Индийскому океану и в меру лениво-сонному существованию, временами прерываемому активным купательным процессом*).

4. Нередко авторы используют вставные конструкции. Причем вставные конструкции в основном состоят не из отдельных слов, а из целых предложений. Все они носят уточняющий характер и служат для более конкретного выражения своего мнения: *Одна из вкуснейших вещей в этом мире – ланкийские лепешки роту! (Это на наш извращенный вкус, естественно);*

В тот же день мы должны были, наконец, выехать на побережье (а моря на Шри-Ланке мы до сих пор не видели); Теперь об отеле Blue Note (уж не знаю, какое отношение этот отель имеет к знаменитому джазозаписывающему лейблу). Помимо вставных конструкций, в текстах встречаются вводные слова и словосочетания (Итак, вашему вниманию – 8 вещей, которые надо сделать в Португалии На мой взгляд, это издевательство над душами любителей вишневого ликера. Если вы на португальском побережье, естественно, нужно потреблять морепродукты. В общем, сила бывшей Югославии – в разнообразии и запутанности административного деления. Вы, конечно, знаете его мечеть в Стамбуле).

5. Отметим высокую частотность восклицательных предложений и риторических восклицаний (*В общем, здорово так жить! Это было просто нереально! Кусочек рая в полном нашем эксклюзивном распоряжении! Так что долой стереотипы! Вот это сюрприз! Ну слава Богу, хоть тут нам повезло! В этом же году снег на вершине лежал еще в мае!!! К концу этого дня мы попали под дождь девять раз!!! Вот уж кому я не позавидовал! Словом, экскурсия удалась! И ни одного человека! Ну все! Ну и ладно! Вот! Отлегло! Вот так дела! Да уж, незадача! Вот те на!, Хорошо!!! Ах, да!)*

6. Наиболее частое явление разговорного синтаксиса в интернет-очерках туриста – это присоединительные конструкции, которые придают речи фрагментарность, создают иллюзию свободной, непринужденной беседы, позволяют пишущему передать синхронность мысли и речи (*Это, конечно, был удивительный отпуск. Долгий отпуск. Большие трех недель на Бали; Это уже не «съездили отдохнуть», а «съездили пожить». Пожить почти месяц в другой культуре. В другом измерении. Отдохнуть от московской рутины; Как же хорошо просто уехать. Улететь. Умчаться; Моя голова была уже забита нужными знаниями. И незнаниями тоже; Люди ходили по стене. Или сидели на фоне огромного неба. Такие одинокие и гармоничные*).

7. Обращает на себя внимание использование в интернет-очерках туриста нового специфического языкового средства – литуратива, то есть зачеркивания слов или целых предложений в целях привлечения внимания к имплицитному смыслу и оценке. Таким способом автор пытается выразить ту информацию, которую хочет упомянуть в своем тексте, однако которая по той или иной причине может оцениваться как лишняя или как отклонение от темы. В интернет-очерках литуративы часто используются для создания комического эффекта (*Берешь тарелку, набираешь салаты и повторяешь «подходы»*

сколько ~~душе~~–желудку угодно раз!; Но теперь мы едем дальше – в поисках ~~жизненного смысла~~ экскурсий на кораблях!; И вот ~~давным-давно~~ в начале прошлого века жена рыбака Софья подала кушанье с этим соусом; О, Амстердам! Люблю тебя, ~~Петра~~ Вильгельма творенье!).

Для привлечения и удержания внимания адресата основное содержание интернет-очерка, как правило, дополняется невербальными элементами – иллюстративным материалом, поясняющим текстовый ряд: фотографиями, режее видео, картами, шрифтовыми и цветовыми выделениями, особым набором текста (*Африка это конечно ОКЕАН!*; *Когда мы преодолели высоту где то в 3000 метров реально каждый шаг стал даваться с большим трудом... С ОЧЕНЬ большим трудом!*; **НБИРАГОНГО НАШ!!!**). Такие тексты обладают большей информативностью и прагматической емкостью.

Выводы

Предпринятое нами исследование позволяет сделать вывод о том, что интернет-очерк туриста обладает рядом характерных особенностей (тематических, структурных, языковых), позволяющих определить его как новый самостоятельный жанр, отличный от простого отзыва. Этот жанр сформирован потребностями современного формата коммуникации среди туристов в интернет-пространстве. Спецификой интернет-очерка является то, что он выходит за границы разговорного стиля, в нем отчетливо проявляется творческое начало, стремление автора вызвать эстетическое сопереживание читателей. Вполне очевидно, что рассматриваемый жанр активно развивается и требует дальнейшего детального изучения.

Список литературы

1. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
2. Земцова Л.А. Искусствоведческая рецензия как жанр массово-информационного дискурса: Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 205 с.
3. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Собрание сочинений. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. М.: Русские словари, 1996. С. 159–206.
4. Горошко Е.И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры в Интернете. Киев, 2012. С. 15–33.
5. Говорунова Л.Ю. Отзыв туриста как новый речевой жанр туристического дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 1 (292). Филология. Искусствоведение. Вып. 73. С. 198–203.
6. Панченко Е.И. Отзыв туриста как новый вид текста [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vdpu/Movozn/2011_17_2/article/21.pdf (дата обращения: 27.12.2019).
7. Тулупова Е.Н., Головина Е.В. Лексико-стилистические особенности интернет-отзыва туриста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2019. Т. 12. Вып. 5. С. 257–261.
8. Терских М.В. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе (маркетинговый потенциал) // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 274–283.
9. Говорунова Л.Ю. Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах: Дис.... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 221 с.
10. Литературная энциклопедия терминов и понятий / Рос. акад. наук. Ин-т науч. информ. по обществ. наукам; Гл. ред. и сост. А.Н. Николюкин. М.: Интелвак, 2001.
11. <http://www.tourister.ru> (дата обращения: 15.10.2019).
12. Бахтин М.М. Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. СПб.: Азбука, 2000. 336 с.
13. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: Дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 266 с.
14. Шмелева Т.В. Речевой жанр: опыт общелингвистического осмысления // Collegium. Киев, 1995. № 1–2. С. 57–65.

INTERNET TOURIST'S ESSAY AS A NEW GENRE

I.V. Belyavtseva, I.A. Merkulova

The article examines a new Internet communication genre, an Internet tourist's essay. In the analysis of the genre model of the Internet tourist's essay, we use a scheme that includes the following parameters: communicative purpose, sphere of communication, thematic features, composition, author and audience model, linguistic means. Special attention is given to the texts' imagery, linguistic and cultural load. Based on the results of the research, it is proposed to distinguish between an Internet review and an Internet tourist's essay.

Keywords: speech genres, Internet communication, typology of Internet genres, genre forming features, Internet tourist's essay.

References

1. Dement'ev V.V. Teoriya rechevyh zhanrov. M.: Znak, 2010. 600 s.
2. Zemcova L.A. Iskusstvovedcheskaya recenzija kak zhanr massovo-informacionnogo diskursa: Dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2006. 205 s.
3. Bahtin M.M. Problema rechevyh zhanrov // Sobranie sochinenij. T. 5: Raboty 1940–1960 gg. M.: Russkie slovari, 1996. S. 159–206.
4. Goroshko E.I. Teoreticheskij analiz internet-zhanrov: k opisaniyu problemnoj oblasti // Zhanry v Internete. Kiev, 2012. C. 15–33.
5. Govorunova L.Yu. Otzyv turista kak novyj rechevoj zhanr turisticheskogo diskursa // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. № 1 (292). Filologiya. Iskusstvovedenie. Vyp. 73. S. 198–203.
6. Panchenko E.I. Otzyv turista kak novyj vid teksta [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vdpu/Movozn/2011_17_2/article/21.pdf (data obrashcheniya: 27.12.2019).
7. Tulupova E.N., Golovina E.V. Leksiko-stilisticheskie osobennosti internet-otzyva turista // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. Tambov, 2019. T. 12. Vyp. 5. C. 257–261.
8. Terskih M.V. Zhanr internet-otzyva v turisticheskoy diskurse (marketingovyy potencial) // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4 (50). C. 274–283.
9. Govorunova L.Yu. Rechevoj zhanr «internet-otzyv turista» v russkoj i ital'yanskoj lingvokul'turah: Dis.... kand. filol. nauk. Volgograd, 2014. 221 s.
10. Literaturnaya enciklopediya terminov i ponyatij / Ros. akad. nauk. In-t nauch. inform. po obshchestv. naukam; Gl. red. i sost. A.N. Nikolyukin. M.: Intelvak, 2001.
11. <http://www.tourister.ru> (data obrashcheniya: 15.10.2019).
12. Bahtin M.M. Avtor i geroj: K filosofskim osnovam gumanitarnykh nauk. SPb.: Azbuka, 2000. 336 s.
13. Asmus N.G. Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva: Dis. ... kand. filol. nauk. Chelyabinsk, 2005. 266 s.
14. Shmeleva T.V. Rechevoj zhanr: opyt obshchefilologicheskogo osmysleniya // Collegium. Kiev, 1995. № 1–2. S. 57–65.