

## РЕЧЕВОЙ ЖАНР ОТЗЫВА О ТУРПОЕЗДКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ)

**Индакова А.Н.**

**Научный руководитель – д. ф. н. Осетрова Е.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Объектом моей работы является речевой жанр отзыва о турпоездке. Данный объект исследования встраивается своей проблематикой в современную теорию речевых жанров, которая является в настоящее время одной из самых популярных и развивающихся отраслей отечественной лингвистики.

Существует большое количество различных направлений, исследующих сложную природу речевых жанров. В своей работе я опираюсь на пофакторный жанровый анализ Т.В. Шмелевой. Такой метод предполагает последовательный анализ речевого высказывания по семи разделам:

- 1) коммуникативная цель
- 2) образ автора
- 3) образ адресата
- 4) образ прошлого
- 5) образ будущего
- 6) диктумное содержание
- 7) языковое воплощение.

Исследуемый речевой жанр привлек интерес в связи с его активным существованием в Сети. Отзыв о турпоездке сегодня – в числе самых популярных электронных текстов, сотнями размножаемых авторами-пользователями и востребованных читателями – посетителями Интернет-сайтов. К примеру, один из наиболее популярных сайтов данной тематики - Путешествия@mail.ru содержит около 42 тысяч отзывов туристов и имеет более миллиона читателей.

Данный речевой жанр является информативно-оценочным. Автор информирует Интернет-сообщество о туристической поездке с двойной целью – сообщить нечто содержательное и одновременно это содержание оценить. В различных отзывах может преобладать та или иная интенция, однако, в общем жанровая модель включает в себя обе названные составляющие цели.

Для формирования объективного «образа» жанра имеет смысл рассмотреть общий контекст его бытования – Интернет-сайты соответствующей тематики. Сейчас в сети существуют десятки сайтов, полностью посвященных отзывам туристов либо же имеющих особые разделы для таких отзывов. Материалом моей работы является сайт Путешествия@mail.ru.

Таким образом, рассматриваемый речевой жанр имеет свое специфическое пространство, которое фактически заполнено сотнями, а то и тысячами соответствующих текстов. Оно особым образом структурировано, поделено на тематические зоны. В процессе анализа выделено несколько таких зон: отзывы по географическому принципу (о Греции, Китае, Таиланде...), по принципу «тип отдыха» (пляжный, экскурсионный, активный, отдых с детьми, круизы, шоппинг-туры и т.д), отзывы об отелях, отзывы о работе турфирм. На таких сайтах регулярно проводятся конкурсы отзывов, итоги которых зависят от голосования пользователей – посетителей сайта.

Перейду теперь от описания общего контекста функционирования жанра к одной из конкретных научных проблем его описания. В данном случае для меня особый интерес представляет семантическая структура отзыва, которая и будет представлена в докладе. Она включает, как выяснилось, 6 компонентов.

#### 1. Заголовок

В качестве заголовка может использоваться название местности, в которой отдыхал автор (страны или города, населенного пункта), например: «Андорра», «Португалия». Однако часто фигурирует и собственно оригинальный – авторский заголовок, выражающий эмоции, связанные с путешествием, несущий в себе модусную оценочность; например: «Потрясающий отдых», «Замечательная страна», «Я обожаю Монте-Карло!». Возможен и более динамичный вариант, кратко передающий событийность поездки: «Возвращение из Будапешта», «Шопинг в Пекине», «Второе свидание с Римом».

Кроме того, иногда авторы прямо в рамках заголовка вступают между собой в коммуникацию. И тогда само название материала как бы является своеобразным ответом на ранее опубликованный текст; сравните: «Абхазия – страна души» («инициирующий» заголовок) и – «Абхазия – страна души????????????? Какой души!?!» («ответный» заголовок).

#### 2. Предыстория поездки.

Около 10% отзывов включают в себя описание того, как автором принималось решение о путешествии, либо знакомят читателей с его подготовительными действиями: «Прежде чем поехать на Бали... мы искали уединенное место...», «Отель бронировали заранее на сайте».

#### 3. Основная часть

Основными пунктами характеристики поездки являются:

- Отель (цена, расположение, сервис). В основном для описания отеля используются диктумные пропозиции действия или существования, которые по сути являются характеристиками сервисных услуг: «В номерах ежедневно убирают», «Отель расположен в 20 мин. ходьбы до Колизея». Интересно, что собственно оценочные высказывания встречаются не так часто: как правило, они довольно кратки и не несут заметной семантической нагрузки: «Чувствуешь себя здесь, как дома», «Отель классный».

- Персонал и местные жители. В этой части описании модус автора как будто «берет реванш», особенно это касается ярко выраженной категории оценочности: «Персонал приветлив», «Русскоязычных гидов мало, да и те какие-то облезлые. Любят деньги, а наш гид вообще маньяк».

- Природа, погода.
- Магазины, цены.
- Туроператор, экскурсии.
- Рассказ о собственном времяпрепровождении обеспечивается диктумными пропозициями действия и движения: «Мы брали машину напрокат (Шкода фабия) и ездили в Андорру», «Ездили на экскурсию в Сахару», «Такой непростой день, как "Судный День", мы провели в самой большой в Европе синагоге».

#### 4 Рекомендации

Около половины исследуемых отзывов содержат в себе рекомендации читателям. Они могут быть выражены в открытой императивной форме: «Так что помалкивайте, если хотите домой попасть!!!!!!», «Не берите белую одежду и вообще много вещей! На второй же день купите шаровары, их местную одежду, и не

заморачиваетесь по поводу одежды! И вообще поменьше заморачиваетесь! расслабьтесь ;) и получайте релакс...». Возможна и форма совета: «Не рекомендую Чили всем, кто хочет погреться на солнышке», «Рыбалка обалденная (советую)», «Советую всем посетить райский уголок, безумно красивая страна!».

5 Обращение к персоналу отеля, туроператору, спутникам и т.д.

Как правило, обращения подобного рода представляют собой благодарность за хорошо организованный отдых туристов: «Компания собралась очень милая, веселая и добродушная, поэтому впечатления остались наилучшие! Спасибо Вам, друзья!;-)», «Лучшие воспоминания о Лондоне - благодаря лучшему гиду Лондона - Крису!!!!!!! <...>Спасибо огромное за интереснейшие экскурсии по красивейшей стране!».

6 Планы на будущее

Авторы примерно 25% отзывов посвящают читателей в свои планы относительно будущих путешествий: «В этом году будем обязательно планировать отдых в Андорре!», «На Мальту я больше не поеду, и друзьям своим не советую, т.к там очень скучно». Их можно отнести к косвенным рекомендациям, поскольку они в не прямой форме – информативно-оценочной – исполняют ту же функцию – императива, обращенного к читателю.

Из всех перечисленных выше разделов обязательным и содержащимся абсолютно во всех текстах является только заголовок. Остальные позиции в зависимости от воли автора могут почти в полном наборе присутствовать в конкретном отзыве, но могут и без сожаления редуцироваться.

Существуют также единичные отзывы, авторы которых вообще игнорируют событийную и предметную базу жанра. Они состоят преимущественно из модуса автора, выражая его личные чувства и эмоции по поводу путешествия; например: «Поездка в этот город - это мечта с детства. Вот она и осуществилась!!! Что говорить... Я была счастлива, поэтому даже если и были какие-то "минусы", то я их и не заметила!». Очевидно, что такого рода тексты принадлежат представительницам женского пола, являясь ярким доказательством языкового гендера.

Подводя итог, можно сказать, что семантическая структура жанра представляется достаточно прозрачно устроенной хотя и не элементарной, со своим событийным «сценарием», который каждый раз реализуется новым «режиссером-любителем» - человеком, испытавшим себя в роли отдыхающего и решившим поведать об этом миру. В перспективе я планирую исследовать, как работают в данном речевом жанре образ автора и образ адресата. Кроме того, отзывы комментируются пользователями Интернета, что позволяет в дальнейшем подвергнуть детальному анализу коммуникативное будущее жанра.