

Екатерина Дмитриевна Бугрова,
ассистент
Уральского гуманитарного института
Уральского федерального университета

ЯЗЫКОВАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматривается, как описываются впечатления о посещении «мрачных» дестинаций в текстах интернет-отзывов русскоязычных туристов. Подчеркивается комплексный характер переживаемых путешественниками эмоций, отмечается важность изучения вербализации субъективного эмоционального опыта в рамках туристического дискурса, поскольку получение новых впечатлений является основной мотивацией в туризме.

Ключевые слова: туристический дискурс, языковая концептуализация, отзыв туриста, мрачный туризм, психолингвистика.

Ekaterina Bugrova,
assistant
Ural Institute of Humanities
Ural Federal University

LINGUISTIC CONCEPTUALIZATION OF IMPRESSIONS IN TOURISM DISCOURSE

The paper discusses how impressions of visiting «dark» destinations are described in the texts of Russian-speaking tourist online reviews. The complex nature of emotions experienced by travelers is emphasized, the importance of studying the verbalization of subjective emotional experience within the framework of tourism discourse is noted, since obtaining new impressions is the main motivation in tourism.

Keywords: tourism discourse, linguistic conceptualization, traveler review, dark tourism, psycholinguistics.

Присущие туристическому дискурсу эмоциональность, экспрессивность, оценочность [1] реализуются в тональности интернет-отзывов. Материалом доклада являются отзывы, опубликованные на крупнейшем сайте путешествий с пользовательским контентом «TripAdvisor» [2] туристами, посетившими исторические места, связанные с событиями Второй мировой войны, в первую очередь мемориальные музеи на территории бывших нацистских концлагерей. Переживание сильных эмоций рассматривается специалистами как основной мотив, определяющий посещение людьми «мрачных», «темных» мест [3]. Это рассуждение подтверждается текстами отзывов, в которых, несомненно, частотными являются лексические единицы, входящие в семантическую группу «Страх». В то же время анализ отзывов показывает, что переживаемые авторами отзывов эмоции носят сложный, комплексный и зачастую трудно вербализуемый характер, что отражается в высказываниях: «Это надо видеть», «Важно знать и видеть самому», «Описать красоту места и его смертельную ауру одновременно в словах невозможно», то есть авторы отзывов подчеркивают субъективность переживаемого опыта.

С психолингвистической и когнитивной точек зрения представляется значимым рассмотрение того, как носитель языка концептуализирует впечатления от увиденного и услышанного, какие способы «оязыковления» субъективно переживаемого опыта представлены в исследуемых текстах. Т. И. Семенова пишет, обращая внимание на то, что в процессе чувственного восприятия мир предстает не таким, какой он есть на самом деле: «Содержание впечатления концептуализируется как чувственный или ментальный образ, “перцептивный след”, оставленный в сознании чем-то пережитым» [4].

В создании впечатлений участвуют разнообразные соматизмы, среди которых преобладает «сердце» как орган средоточия чувств («Сердце начинает колотиться даже от намека на это место»; «Сердце замирает»). Соматическая модель при описании впечатлений реализуется при помощи фразеологизмов с образной внутренней формой «ком в горле», «волосы дыбом». Иррациональность впечатлений реализуется через физиологическую модель, в основе которой лежит описание физических ощущений, испытываемых от эмоционального восприятия: *бросало в дрожь, энергетика там*

до кома в горле и мурашек, еле сдерживали слезу, несколько раз на глаза накатывались слезы, начало болеть все тело, голова закружилась, постоянно хотелось заплакать. Применяется в отзывах и стратегия рационализации впечатлений через обобщенное представление об атмосфере (*гнетущая атмосфера, эмоциональное потрясение, раздавливающие впечатления, энергетика человеческого страдания, дышится здесь не просто*), а также через перевод интуитивных впечатлений в рациональную зону понимания, убежденности («*Вдруг понимаешь, что нет ничего ценнее, чем жизнь...*»; «*Спасибо, что это есть. Это малое, что можно сделать в память о людях, которые тоже жили, любили и смеялись*»; «*Мы не должны забывать обо всех ужасах войны*»).

Выбор языковых единиц при описании впечатлений зачастую связан с ведущим каналом восприятия. В текстах аудиалов впечатления представлены через слуховые образы (*слышать, услышите всё, акцент, прислушиваться*), в текстах визуалов использованы визуальные образы (*фотографии, смотреть фото, видишь весь этот ужас своими глазами, ужас от масштабов, которые открываются глазам*).

Исследование интернет-отзывов, то есть текстов, написанных людьми с разным уровнем развития речевых навыков, позволяет увидеть логику перевода субъективных переживаний, связанных с ощущением и восприятием, в объективированную языковую форму.

Литература

1. Тарнаева Л. П., Дацюк В. В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестн. СПбГУ. Сер. 9. 2013. Вып. 3. С. 229–235.
2. Chang T.-Y. Dark tourism: The effects of motivation and environmental attitudes on the benefits of experience // Revista Internacional de Sociología. 2014. Vol. 72. Extra 2. P. 69–86.
3. TripAdvisor. URL: <https://www.tripadvisor.ru/> (дата обращения: 21.02.2019).
4. Семенова Т. И. Феномен впечатления в когнитии и языке // Magister Dixit. 2014. № 2 (14). С. 17–25.