

Л.Ю. ГОВОРУНОВА  
(Волгоград)

## ЖАНРОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВОВ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

*Рассматриваются жанровые контаминации в рамках речевого жанра «интернет-отзыв туриста». На материале отзывов российских туристов создана структура субжанров с разграничением по участникам коммуникации и по типу представления информации.*

Ключевые слова: *отзыв туриста, речевой жанр, субжанр, туристический дискурс, интернет-дискурс.*

Внимание лингвистов не перестает привлекать появление новых речевых жанров и их развитие под влиянием современных технологий. Богатство и разнообразие речевых жанров необозримо, потому что неисчерпаемы возможности разнообразной человеческой деятельности и потому что в каждой сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров, дифференцирующийся и растущий по мере развития и усложнения данной сферы [1, с. 159].

Целью данной статьи является выделение и структуризация внутри-жанровых образований относительно недавно появившегося на стыке туристического, оценочного и виртуального дискурсов речевого жанра «интернет-отзыв туриста». Под данным речевым жанром понимается тип высказывания, содержащий авторскую оценку туристических услуг или продуктов, размещенный в сети интернет после путешествия или получения автором оцениваемой услуги / продукта. Причем автор информирует интернет-сообщество о туристической поездке с двоякой целью – сообщить нечто содержательное и одновременно это содержание оценить [3].

Материалом исследования послужили около 500 отзывов туристов на русском языке, опубликованных на сайтах [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), а также в разделе о туризме сайта [www.otzovik.com](http://www.otzovik.com). Во всех представленных примерах сохранена авторская орфография и пунктуация.

Жанровая дифференциация в интернет-отзывах российских туристов может быть проведена по таким параметрам, как тип взаимодействия участников коммуникации и тип представления информации. Что касается участников коммуникации, как и любой речевой жанр, интернет-отзыв туриста содержит в себе концепцию адресата и ответных реакций, что дает основание выделить две основные диалогизирующие пары – «турист – туристы» и «турист – турагент» (под турагентом здесь и далее понимается любой представитель сферы услуг в контексте туризма). Для выделения специфики образования жанровых контаминаций рассмотрим подробнее каждую пару [5, с. 21].

Наиболее распространенным в отзывах российских туристов является общение в паре «турист – туристы». Как правило, оно строится по схеме:

*Турист А > отзыв о тур. услуге > Туристы В, С, ... N,*

где турист А (автор отзыва) делится своей оценкой полученной туристической услуги с туристами В, С, ...N (аудиторией отзыва). Такой тип общения выражается в двух контаминациях:

- **отзыв-совет** (автор положительно оценивает свой туристический опыт и рекомендует аудитории повторить его): *всем кому интересная история, советую посетить этот древнейший русский город, окунуться в эпоху средневековья, почувствовать на себе дыхание прошлых лет.*

- **отзыв-предостережение** (автор предупреждает туристов о возможных проблемах или отговаривает их от приобретения данной услуги): *атмосфера грязи и обшарпанности (никому не советую отель безликий и ничем не запомнился тем более за такие деньги).*

Кроме того, в некоторых случаях наблюдается и обратная реакция аудитории на отзыв автора, которая строится по схеме:

*Турист А, С, ... N < реакция на отзыв Туриста А < Турист В,*

где некоторый представитель аудитории (Турист В), после того как воспользовался той же самой туристической услугой, о которой уже писал Турист А, реагирует на отзыв Туриста А. Такая реакция может быть выражена в следующих жанровых контаминациях:

• **отзыв-согласие** (автор подтверждает истинность отзывов других авторов): *стены и правда картонные!! Даже в номере комфорт!!*

• **отзыв-опровержение** (автор выражает несогласие с оценкой, выраженной в отзывах другого/ других авторов): *До этого, я правда на сайте читала отзыв об этом центре и об экскурсии, и он был не положительным, но это видимо от настроения зависит. Мы были в восторге, причем я брала с собой дочку ей 5 лет и она тоже в полном восторге.*

• **отзыв-благодарность** (автор выражает признательность другим авторам за предоставленные отзывы, которые он учел при планировании своего путешествия): *стоянка хоть и не бесплатно, но рядом с отелем, бронируйте заранее. Спасибо за предыдущие отзывы.*

В значительно меньшей степени представлены отзывы, в которых коммуникация проходит в паре «турист – турагент». Такое общение всегда однонаправленно и строится по схеме:

*Турист > отзыв о тур. услуге > Турагент,*

где имеет место непосредственное обращение автора отзыва к турагенту. По коммуникативной интенции такого обращения можно выделить следующие жанровые контаминации:

• **отзыв-похвала** (автор выражает одобрение каких-либо действий / качеств турагента): *Особо хочу отметить работу рецепции-быстро, оперативно, ребята решают все вопросы с расселением, парковкой и т.д моментально и с улыбкой. Молодцы!*

• **отзыв-жалоба** (автор выражает неудовольствие работой турагента или ее результатами и пожелание / требование об устранении указанных недостатков): *холодно очень в номере, без обогревателя было бы невозможно находиться в комнате. средства личной гигиены необходимо расширить. Конфетки лучше вообще убрать и не позориться с этой химией*

• **отзыв-благодарность** (автор выражает чувство признательности турагенту): *Экскурсию вела Елена Олейникова, очень увлеченный своей работой человек, знает ответ на любой наш вопрос. Очень понравилась, спасибо ей большое!*

Таким образом, набор участников общения и возможность получения обратной реакции от адресатов определяет типы жанровых контаминаций, возможных в рамках речевого жанра «интернет-отзыв туриста».

По типам представления информации в рассматриваемом жанре также выделяются определенные тенденции в межжанровом смешении. Проанализированный материал показал, что определенные жанровые контаминации присущи определенным типам отзывов, разграниченных нами ранее по тематике: отзывы об условиях проживания, о турагенте, о месте посещения [2, с. 199]. Так, в отзывах об условиях проживания туриста (отель, арендуемая квартира, комната, место кемпинга и т.п.) и в отзывах о турагенте наблюдаются два субжанра – отзыв-оценка и отзыв-описание события, а в отзывах о месте посещения (страна, город, экскурсия, достопримечательность) – отзыв-повествование, отзыв-справка, отзыв-репортаж.

**Отзыв-оценка** подразумевает графически оформленное краткое перечисление плюсов и минусов места проживания / турагента по стандартным параметрам (бытовой комфорт, удобство расположения, чистота, отношение к туристу, уровень обслуживания и т.п.) и проставление балльной оценки по заданной сайтом шкале. Для отзыва-оценки характерно использование однородных членов, нераспространенных предложений, рациональной аргументации:

+ близкое расположение к центру города, приятный персонал и интерьер	7.9
- дороговизна завтрака, русскоговорящий персонал есть не каждый день	

**Отзыв-описание события** предполагает развернутый рассказ автора о конкретном событии, которое характеризует оцениваемый объект с разных сторон и выражает отношение к нему автора. В отзыве-описании события чаще используются слова с эмоциональной окраской, чем в отзыве-оценке: *Записавшись в ресторан пришлось ждать 40 минут в холле, за это время не было предложено никаких напитков, не было оказано никакого внимания. Пришлось развернуться и уйти ужинать в другое место, в результате чего вечер был испорчен.*

**Отзыв-повествование** подробно и последовательно представляет несколько событий, которые происходили с автором во время путешествия, а также его личные ощущения и переживания по этому поводу. Из всех выделенных субжанров отзыв-повествование наиболее текстуально развернут и включает, как правило, от нескольких абзацев до нескольких интернет-страниц. Чтобы привлечь и удержать внимание аудитории, авторы часто используют большое количество метафор, эмоционально-окрашенных слов: *Первая пешая экскурсия по Праге была похожа на переход армии Суворова через Альпы. Группа еле успевала за гидом Татьяной, которая что-то увлекательно рассказывала про Прагу и про ее достопримечательности, которые мы либо уже прошли, либо еще предстояло увидеть. Т. е. рассказ был отвлеченным, а мы как бараны взирали на окрестности и пытались понять, о чем же идет речь. Или о каком здании. Все происходило почти бегом и естественно туристы нервничали, пытаясь на бегу сделать несколько снимков на память и при этом не потеряться в многочисленной толпе. Те, кто безнадежно отставал – тех уже не ждали, так как потери решено было подсчитывать в конце, либо не считать вовсе... Следующая поездка была в Дрезден. Эта поездка с экскурсией – вообще шедевр, туристическая сага...*

**Отзыв-справка** помимо описания самого места посещения и личных впечатлений содержит выдержки из энциклопедических источников об истории места или пересказ фактов и легенд о нем, услышанных во время экскурсии. В отзывах данного субжанра, в отличие от других, значительно меньше разговорной и эмоционально-окрашенной лексики, выдержан нейтральный повествовательный стиль: *Вот такое, довольно печальное, но в то же время исторически интересное место, мы заглянули на днях. Находится оно примерно в 20 км от г.Ошмяны, Гродненской области. Гольштанский замок был возведен в 17 веке на окраине Гольшан. Был дворцовой резиденцией род Сапег. Сама история Гольшан началась в 1280 году. И свое название получили от имени князя Гольшии, который когда-то нашел гору и создал там город...*

**Отзыв-репортаж**, как и собственно жанр репортажа, имеет целью «дать аудитории возможность увидеть описываемые события глазами очевидца (репортера), т.е. создает «эффект присутствия» с помощью особого стиля изложения и приложения большого количества фотоматериала [4]: *К Палермо вполне подходит старое клише про город контрастов) По крайней мере, после всего что видели ранее, да, Палермо – город КОНТРАСТОВ!) С одной стороны главные туристические улицы с магазинами и достопримечательностями (приложено фото) примерно с такого балкончика на нас чуть не вылили воду. Сицилийцы не имеют привычки смотреть вниз, когда моют балконы)*

Подводя итоги, представим структуру жанровой дифференциации интернет-отзывов российских туристов в виде таблицы, где выделение субжанров происходит по двум признакам – по участникам коммуникации и по типу представления информации.

Таблица 1

**Жанровая дифференциация интернет-отзывов российских туристов**

Признак выделения субжанров	Группа выделения субжанров	Типы субжанров
По участникам коммуникации	турист → туристы (первичный отзыв)	– отзыв-совет – отзыв-предостережение
	турист → туристы (реакция на первичный отзыв)	– отзыв-согласие – отзыв-опровержение – отзыв-благодарность
	турист → турагент	– отзыв-похвала – отзыв-жалоба – отзыв-благодарность
По типу представления информации	– отзыв об условиях проживания туриста – отзыв о турагенте	– отзыв-оценка – отзыв-описание события
	– отзыв о месте посещения	– отзыв-повествование – отзыв-справка – отзыв-репортаж

Таким образом, по участникам коммуникации выделяются две возможные пары, каждой из которых соответствует свой набор возможных субжанров. В паре «турист – туристы» коммуникация возможна в двух направлениях (первичный отзыв и ответная реакция), что предопределяет специфику субжанров соответственно – отзыв-совет и отзыв-предостережение в первом случае, и отзыв-согласие, отзыв-опровержение и отзыв-благодарность во втором случае. В паре «турист – турагент» представлены субжанры: отзыв-похвала, отзыв-жалоба и отзыв-благодарность. По типу представления информации дифференциация субжанров зависит также от объекта отзыва: в отзывах о месте проживания туриста и о турагенте выделяются отзыв-оценка и отзыв-описание события, а в отзывах о месте посещения – отзыв-повествование, отзыв-справка и отзыв-репортаж.

Каждому субжанру присуща своя специфика, которая может быть выражена вербально (лексически, стилистически, грамматически) и невербально (гипертекстовая структура, фото). Анализ и выявление закономерностей и особенностей в новых речевых жанрах способствует развитию генристики и теории коммуникации, а также ярко демонстрирует ценностные предпочтения современных носителей русской лингвокультуры.

### Литература

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // собр. соч. М. : Русские словари, 1996. Т.5. С. 159–206.
2. Говорунова Л.Ю. Отзыв туриста как новый речевой жанр туристического интернет-дискурса // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2013. № 1(292). Филология. Искусствоведение. Вып. 73. С. 198–203.
3. Индакова А.Н. Речевой жанр отзыва о турпоездке (на материале интернет-текстов) // Молодежь и наука: сб. материалов VII Всероссийской науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной 50-летию первого полета человека в космос. URL : <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/section15.html>.
4. Тertyчный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2000.
5. Шмелева Т.В. Речевой жанр: возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Науч. жур. актуальных проблем преподавания русс. языка. Berlin, 1990. №2. С. 20–32.



### ***Genre differentiation of the Internet references of Russian tourists***

*There are considered the genre contaminations in the speech genre “tourist’s Internet reference”. Based on the references of Russian tourists there is created the structure of subgenres differentiated by communication participants and the type of information that they give.*

**Key words:** *tourist’s reference, speech genre, subgenre, tourist’s discourse, Internet discourse.*