Колчевская В.А.,

Овчарова К.В.

**Туристический дискурс Греции: жанровые особенности и сущность функционирования**

**Аннотация**

*В данной статье рассматривается туристический дискурс как одна из разновидностей текстовой деятельности. Представлена классификация туристических текстов с опорой на теорию о речевых жанрах и выделено пять основных жанров туристического письменного дискурса. Проведен дискурсивный анализ каждого жанра, рассмотрены примеры туристических текстов на русском и новогреческом языках. Материал был отобран методом сплошной выборки из туристических печатных и электронных журналов. В результате исследования были выявлены схожие и уникальные особенности каждого из жанров туристического дискурса в русском и в новогреческом языках. При этом подчёркивается актуальность учёта культурологических факторов и их актуализация посредством лингвистических единиц.*

**Ключевые слова:**туристический дискурс, дискурсный анализ, речевые жанры, туристическая лексика, текст-статья, текст-реклама, текст-анонс, текст-совет, текст-отзыв.

**Abstract**

*This article focuses on the issue of tourist discourse as a variety of textual representation. The classification of travel texts as well as five main genres of written tourist discourse are based herein on the genres of speech theory. They are the objects of discourse analysis completed which was aimed at reviewing numerous sources of publicistic and on-line editions and has led to coining examples of travel textual parameters and relevant lexical units. As a result of linguistic analysis, both the similar and the differential features of tourist discourse in Russian and Modern Greek have been revealed. Undoubtedly, the national-cultural issues of Greece are essentially evident within the travel texts of different genres.*

**Keywords:** tourist/travel discourse, discourse analysis, genres of speech, travel vocabulary, article text, advertisement text, announcement text, advisory text/recommendation text, review text.

Сегодня туризм занимает значительное место в социальной среде, а изучение туристического дискурса является важной составляющей научной сферы. Несмотря на происходящие в мире события, контакты наших стран не ограничиваются только экономическими отношениями, что приводит к сплочению двух народов посредством туризма и культурного обмена.

Все многообразные области человеческой деятельности связаны с использованием языка, которое, согласно М.М. Бахтину, осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников [Бахтин 1996: 87]. При этом каждое отдельное высказывание индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои, относительно устойчивые типытаких высказываний, которые принято называть речевыми жанрами. Исследователем также были выделены первичные*,* или простые, и вторичные*,* или сложные, речевые жанры. Вторичные (сложные) речевые жанры возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного): художественного, научного, общественно-политического. В процессе своего формирования они вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения.

Опираясь на теорию о речевых жанрах, нами было выделено 5 категорий текстов, относящихся к туристическому дискурсу – текст-статья, текст-реклама, текст-анонс, текст-совет, текст-отзыв, – и проведен дискурсный анализ данных текстов в русском и новогреческом языках. Основой данного анализа является идея о том, что структура текста определяется характером контекста [Дворцова 2000: 67]. Туристический дискурс встречается в печатных изданиях (газеты, журналы, книги, путеводители, брошюры), в сети Интернет (сайты туристических компаний, «туристические» форумы), в рекламных объявлениях (вывески, баннеры, афиши). Все тексты, связанные с туристическим дискурсом так или иначе направлены на реципиента с целью привлечения его внимания к туристическим продуктам и услугам.

В ходе анализа русских и новогреческих текстов о туризме, нами были выявлены общие и уникальные черты в их структуре и представлении информации. Так, особенностью всех категорий текстов и в русском и в новогреческом языках является специфическая, «туристическая» лексика, благодаря которой реципиент определяет тематику (туристическую) текста: например, слова *дайвинг, рафтинг, джиппинг, αιωροπτερισμός, αλεξίπτωτο πλαγιάς* указывают на то, что текст написан об экстремальном туризме, а слова *спа-терапия, процедуры, профилактика, θεραπευτική αξία, βελτίωση της αντίληψης του σώματος* будут яркими примерами текста о лечебно-оздоровительном туризме. Другие особенности сходства и различия текстов нужно рассматривать в отдельно взятой категории.

Существуют туристические журналы, которые выпускаются и в Греции, и в России, например «National Geographic». Исходя из того, что статьи в новогреческом и русском изданиях печатаются в основном в переводе, мы сравнили лексическую составляющую и оформление этих текстов. Несмотря на сходства, касающиеся содержания **текстов-статей**, нам удалось выделить стилистические различия в русском и новогреческом вариантах:

1. Само название статьи в греческом номере «National Geographic» печатается только заглавными буквами, тогда, как в русском номере журнала используются и заглавные, и строчные буквы, т.е. регистр шрифта влияет на реципиента и используется составителями статьи для привлечения внимания читателей;
2. Начало повествования в греческом издании, как правило, выделено заглавными буквами в отличие от русского варианта написания статьи: *«Рассекая студеные волны Чукотского моря...»; «ΤΟ ΦΟΥΣΚΩΤΟ ΣΚΑΦΟΣ προχωρά μέσω στο παγωμένο ψιλόβροχο…»* [http://www.nationalgeographic.gr/index.html; <http://nat-geo.ru/archive/2013/type/1/issue/116/>];
3. В новогреческом переводе статьи текст разделен на абзацы, а в русском – ещё добавлены пробелы между каждым абзацем. Таким образом, отметим одинаковую структуру текстов, но разное визуальное восприятие статей у русских, и у греков.

Говоря о **тексте-рекламе** двух рассматриваемых нами языков, подчеркнем лаконичность изложения. Читателю предлагаются выдержки из целого текста, а за подробностями и деталями о путешествии нужно обращаться дополнительно: или по телефону, или по Интернет-ссылке. Такие тексты малого объема и чаще всего информация в них расположена «по вертикали»:

*«Ταξιδιωτικές Προσφορές*

[*Εκδρομή Παρίσι*](http://www.travelquest.gr/products.php?p=13&c=8&l=1&category=%CE%A4%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CF%89%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%82&title=%CE%95%CE%BA%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AE%20%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B9)

*Λούβρο \* Βερσαλλίες \**

*EuroDisney \* (Κρουαζιέρα στον Σηκουάνα)»*

[http://www.travelquest.gr/main.php?c=8&l=1].

Содержание подобных текстов типично как для Греции, так и для России. Данные тексты призывают к покупке различных туристических путевок, к заказу авиабилетов или к бронированию гостиниц: *«Сделайте мир ближе» (Украинские международные авиалинии); «Επισκέψτε το εστιατόριο»; «Ανοίξτε τον κόσμο της μαγείας».*

Структура новогреческих и русских текстов-реклам не отличается, она представляет собой краткую информацию о туре или услугах, преимущества выбранного тура и призыв к его приобретению. Наблюдается разница в грамматических категориях, например в названиях географических мест: в русском языке *город Афины* (слово употребляется во множественном числе), тогда как в новогреческом языке это слово употребляется в единственном числе женского рода – *η Αθήνα.* Лексические средства выражения в обоих языках одинаковы: используются глаголы в повелительном наклонении и прилагательные в превосходной степени: *από τις πιο όμορφες πόλεις της Πελοποννήσο; θα βρείτε μεγαλύτερα, αστικά κτίρια;* να περπατήσετε ανάμεσα στα ψηλότερα και αρχαιότερα δέντρα του κόσμου και βάλτε μπρος για ένα weekend διαφορετικό απ’ τα άλλα. [http://www.tourismania.gr/pure-bliss-yoga-weekend].

**Тексты-анонсы** в русской и греческой литературной традиции почти не имеют различий. В обоих случаях анонс представляет собой краткое изложение какой-либо местности, с небольшой исторической справкой: *«На запад начинается богатая улица Воздвиженка, которая уже в XV веке была населена знатью…Нарышкины, Милославские, Морозовы, Шереметьевы оставили Москве большое архитектурное наследие.»* [http://travel.mail.ru/world/europe/russian\_federation/moskva\_i\_podmoskove/moscow/articles/65455/dobro\_pozhalovat\_moskva\_dlya\_nachinayuschih]; *«To 13o αι., στην περίοδο της Λατινοκρατίας, το Όρος υπέφερε από τις φράγκικες επιδρομές, από τις οποίες απαλλάχθηκε μετά την επανάκτηση της Κωνσταντινούπολης (1261)*.» [http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj\_id=2367].

И русские, и новогреческие тексты разбиты на абзацы с пробелами для лучшего визуального восприятия информации и сопровождаются достаточным количеством иллюстраций, однако, в русских текстах иллюстраций больше. Учитывая тот факт, что в данной категории текстов употребляется большое количество наименований, отметим различие лексических средств, а именно имен собственных, в русском и новогреческом языках: *της Κωνσταντινούπολης, ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης (στην περιοχή της Αττικής).*

Проанализировав **тексты-советы** в русском и новогреческом языках, мы определили, что данные тексты наглядны и удобны для чтения. Они представлены в виде списка, причем весь текст целиком разбит на подзаголовки, выделенные особым шрифтом:

*«****ΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΝΕΣΕΣΕΡ****- Μαζί σας πρέπει να έχετε:*

*1. Ενυδατική κρέμα προσώπου με αντιηλιακά φίλτρα και με χρώμα.*

*2. Αντιηλιακό για το σώμα και πρόσωπο.*

*3.Αντιηλιακό για τα μαλλιά.»* [http://www.gohalkidiki.com/gr/symboules/neseser.asp].

Как в русском, так и в новогреческом тексте-совете нет подробных описаний или разъяснений. Вся информация изложена кратко и лаконично, текст как будто сжат до конкретных реплик: *«Жидкости и гели. Правила перевозки жидкостей и гелей для пассажиров, вылетающих из аэропортов России. C 27.08.07 в РФ вступают в силу «Правила проведения предполетного и послеполетного досмотров»* [http://www.travelv.ru/statya.php?id=6].

Так, помимо сходства структуры текстов-советов в русском и новогреческом языках, мы можем отметить одинаковый стиль текстов. Почти все они написаны официально-деловым стилем, лишь в редких случаях в текстах присутствует разговорный и публицистический – это помогает определить характерная для этих стилей лексика:απ*’ τις ολάνθιστες αμυγδαλιές που φυτρώνουν στις όχθες της, ανάλογα με τον καιρό*.

Проведя анализ **текстов-отзывов** в русском и новогреческом языках, мы выделили сходные черты. И русские, и греки – очень эмоциональные люди, поэтому в своих отзывах они охотно делятся не только информацией о путешествии, но и массой впечатлений и гаммой ощущений, привезенных домой. Следовательно, тексты-отзывы на обоих языках изобилуют красочными эпитетами и яркими сравнениями: *«Είναι μια φοβερή ορθοπλαγιά, που από ύψος 140 περίπου μέτρων καταλήγει στο Β άκρο του νησιού. Το τοπίο είναι εντυπωσιακό, με την εμφάνιση στα ριζά του γκρεμού μιας θεαματικής θαλασσοσπηλιάς.»* [http://www.elliniko-panorama.gr/issues.php?current=1#top].

Но такие тексты наполнены не только эмоциями. Каждый турист, будучи в путешествии, проявляет любознательность и интерес к тому месту, которое он посетил. Поэтому в текстах-отзывах мы всегда встретим краткий экскурс в историю определенной местности, с её мифами и легендами: *«Мы знаем, как Бог сотворил Элладу, – хвастаются греки. – Когда он все роздал: кому – леса, кому – поля, у него в руках осталась горстка драгоценных камней. Он их бросил через плечо – и получилась страна Греция. Изумруды стали густыми лесами, сапфиры – лазурными морями, а рубины – потрясающим небом на закате»* [http://poedem-ufa.ru/articles/greece/gretsia-puteshestvie-v-legendu-otziv.html]. Также, ни одно путешествие не обходится без фотографий, поэтому тексты-отзывы практически всегда сопровождаются большим количеством иллюстраций, как для греческих, так и для русских туристов. Таким образом, отметим общность черт в структуре и оформлении текстов-отзывов, но различие в лексике и грамматике. Это явление объясняется тем, что люди разных культур выражают свои эмоции разными словами. Так, например, греки чаще употребляют междометия: *Αχ!* и восклицания: *Πως! Υπέροχα!*, в то время как русские используют прилагательные: *великолепные, колоритный, незатейливый*.

Итак, сопоставив все выделенные нами разновидности письменного туристического дискурса в русском и новогреческом языках, мы пришли к выводу, что тексты схожи по стилю, так как оба народа имеют похожую культуру, ценности, традиции и менталитет.

Туризм в России и в Греции является важной составляющей общества, а его основные аспекты кропотливо изучаются для усовершенствования данной сферы жизни и углубления полученных знаний о туристическом дискурсе в будущем.

Литература

1. Бахтин М.М. Собр. соч./ М.М.Бахтин. – М.: Русские словари, 1996
2. Дворцова Н.П. Дискурс как категория гуманитарных наук. Вестник ТюмГУ. – Тюмень, 2000
3. [Электронный ресурс]. URL: http://www.nationalgeographic.gr/index.html; <http://nat-geo.ru/archive/2013/type/1/issue/116/> (дата обращения: 12.05.2015)
4. [Электронный ресурс]. URL: http://www.travelquest.gr/main.php?c=8&l=1 (дата обращения: 14.06.2015)
5. [Электронный ресурс]. URL: http://www.tourismania.gr/pure-bliss-yoga-weekend (дата обращения: 8.07.2015)
6. [Электронный ресурс]. URL: http://travel.mail.ru/world/europe/russian\_federation/moskva\_i\_podmoskove/moscow/articles/65455/dobro\_pozhalovat\_moskva\_dlya\_nachinayuschih (дата обращения: 23.06.2015)
7. [Электронный ресурс]. URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj\_id=2367 (дата обращения: 18.08.2015)
8. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gohalkidiki.com/gr/symboules/neseser.asp (дата обращения: 11.10.2015)
9. [Электронный ресурс]. URL: http://www.travelv.ru/statya.php?id=6 (дата обращения: 12.11.2015)
10. [Электронный ресурс]. URL: http://www.elliniko-panorama.gr/issues.php?current=1#top (дата обращения: 15.07.2015)
11. [Электронный ресурс]. URL: http://poedem-ufa.ru/articles/greece/gretsia-puteshestvie-v-legendu-otziv.html (дата обращения: 23.11.2015)