

§1. Понятие "речевого жанра"

Ряд исследователей связывают идею речевого жанра с теорией речевых актов, и такие ученые, как А. Вежбицкая, М.А. Гвенцадзе, В.Е. Гольдин, И.Н. Кожина и М.Ю. Федосюк, вносят свой вклад в эту дискуссию. При подходе к этому предмету основное внимание уделяется речевому акту, который представляет собой "преднамеренное языковое действие, осуществляемое в соответствии с принципами и нормами социально принятого поведения; единица нормативного социолингвистического поведения, рассматриваемая в коммуникативном контексте." Эта теория представляет свою уникальную модель коммуникативной ситуации, охватывающую такие компоненты, как говорящий, слушатель, высказывание, контекст, намерение и результат речевого акта.

В рамках экскурсионной речи одно высказывание может заключать в себе несколько речевых актов. Одновременно речевой акт может состоять из более сложной структуры, чем одно предложение (высказывание). Связь между теорией речевых жанров и теорией речевых актов требует изучения названий жанров и интерпретации их семантики. "Ключевые характеристики речевого акта включают намерение (интенциональность), целенаправленность и условность". В рамках этой теоретической основы речевой акт изображается как трехуровневая конструкция, функционирующая как локутивный акт по отношению к языковым средствам, используемым в коммуникации, и как иллокутивный акт по отношению к выражаемой цели и различным коммуникативным условиям. С точки зрения своих последствий речевой акт действует как перлокутивный акт. Выполнение локутивного акта включает в себя произнесение членораздельных звуков, построение высказывания в соответствии с грамматическими правилами данного языка, придание высказыванию смысла и соотнесение его с реальностью. Иллокутивный акт влечет за собой влияние говорящего на мысли и эмоции слушателя. Используя языковые средства во время локутивного акта, говорящий придает высказыванию локутивное значение. Выражая цель речи при определенных условиях во время иллокутивного акта, говорящий придает высказыванию определенную иллокутивную силу.

М.А. Гвенцадзе предполагает, что основой для типологического исследования текста должна послужить сложная единица речевого поведения "коммуникативный акт - речевой жанр". В этом контексте речевой жанр определяется как "группа текстов, обладающих индивидуальными особенностями, определяемыми социально сложившимися, стандартизированными речевыми ситуациями в рамках определенной

социально-коммуникативной области, таким образом, демонстрирующих относительно стабильные общие формы построения". [Гревс И.М. История в краеведении // Отечество: краеведческий альманах. М., 1991. 25 с.]. По словам Гвенцадзе, "каждое конкретное сочетание компонентов коммуникативного акта, допускаемое сферой общения, формирует основу для конкретной социальной ситуации, которая, в свою очередь, соответствует речевому жанру. В результате говорящий, выбирая комбинацию различных компонентов коммуникативного акта из предречевой установки, эффективно выбирает жанр."

М.М. Бахтин выделяет следующие устойчивые характеристики жанра: коммуникативная сфера, "предметно-тематические соображения" (жанр совместной речи), особая коммуникативная ситуация, личностный состав участников и "устойчивая, типичная форма построения целого". Т.В. Шмелева подчеркивает "коммуникативную цель" как основной жанрообразующий признак. Исходя из коммуникативной цели, речевые жанры можно разделить на:

Информационные жанры, которые включают в себя различные информационные операции, такие как презентация или запрос, субвербальный жанр или жанр опровержения;

Императивные жанры, цель которых - побудить или предотвратить совершение событий, которые считаются необходимыми, желательными или опасными для одного из участников коммуникации;

Жанры этикета, которые направлены на осуществление определенных социальных действий или событий в соответствии с этикетом данного общества, таких как извинения, выражения благодарности, поздравления, соболезнования и даже отречение от власти;

Оценочные жанры, цель которых - изменить самочувствие участников общения путем сравнения их действий, качеств и других проявлений со шкалой ценностей, принятой в данном обществе.

И.Н. Горелов и К.Ф. Седов предлагают терминологическую дифференциацию жанровых образований в зависимости от их сферы применения. Они отмечают, что "жанровые формы, которые представляют собой одноактные высказывания, составляющие одно суперфразовое единство и способные быть включенными в собственно жанры в качестве тактики, называются поджанрами". В рамках более широкого спектра жанров повседневного общения выделяются речевые формы, связанные с социальными и коммуникативными ситуациями, которые объединяют множество жанров. Такие образования называются "гиперречевым жанром" или "гиперречевыми жанровыми формами". С. Гайда проводит различие

между "простыми" и "сложными" жанрами, основой для этой классификации является теория речевых актов Остина-Серла. "Простые жанры - это типы иллокутивных актов, обозначаемые отглагольными существительными, значение которых определяет речевое действие. Сложный жанр - это структурированная последовательность речевых актов, имеющих относительно условный характер."

Концепция речевой модели занимает центральное место в теории речевых жанров. Рассматривается логико-интенциональный аспект речевых жанров, приравнивающий "репертуар речевых жанров" к бесконечному набору моделей высказываний, воплощающих типичные намерения говорящего. В.В. Дементьев подчеркивает общепринятое понимание речевого жанра как стандартной модели генерации текста в типичных ситуациях. М.Ю. Федосюк определяет жанры как относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы текстов [Федосюк, 1996]. Т.В. Матвеева описывает речевой жанр как модель речевой коммуникации, реализуемую посредством типичной последовательности речевых ходов [Матвеева, 1996]. Св. Гайда также упоминает модель, определяя жанр как "культурно и исторически разработанный, социально конвенционализированный способ языковой коммуникации; шаблон для организации текста" и рассматривая жанр как "совокупность текстов, в которых актуализируется, реализуется определенный шаблон" [Гайда, 1999]. Следовательно, многие исследователи рассматривают речевые жанры как модели инвариантно-вариантной природы и изучают их с точки зрения синтагматических и парадигматических системных отношений.

В отличие от рассмотрения речевого жанра как модели, прагматический подход, как указывает В.В. Дементьев, эволюционировал главным образом для устранения ограничений лингвистического анализа речевых жанров [Дементьев 2002]. Заметным недостатком является монологизация понимания речевого жанра, которая возникает из-за чрезмерного подчеркивания намерений говорящего. Прагматика, в отличие от теории речевых актов, считается подразделом семиотики и характеризуется взаимоотношениями между знаком и говорящим. При этом учитывается не только говорящий, но и диалогический контекст коммуникативной ситуации (включая слушателя) и более широкие культурные рамки, охватывающие национальную речевую, социальную и духовную специфику.

Принимая эту обширную прагматическую перспективу, речевой жанр воспринимается как "вербальное представление типичной ситуации,

включающей социальные взаимодействия между людьми" [Дементьев, Седов, 1998: 6]. Жанры, как типичные коммуникативные сценарии, понимаются прежде всего с точки зрения слушателя, как подчеркивает О.Б. Сиротинина: "речевой жанр эволюционировал <...> благодаря аутентичному восприятию повседневного общения, прежде всего с точки зрения получателя" [Сиротинина, 1999: 27]. Исследование речевых ситуаций, порождающих определенные речевые жанры, также имеет отношение к зарубежной лингвистике. Гайда отмечает, что "почти все концепции жанра романа основаны на теории коммуникации, а типология речевых ситуаций послужила предпосылкой для построения систематической теории жанра" [Гайда, 1986].

При рассмотрении речевых жанров с прагматической точки зрения значительное внимание уделяется всем аспектам взаимодействия отправителя и получателя и каждому передаваемому и принимаемому коммуникативному значению, а не только тем, которые отправитель сознательно намеревается сообщить [Дементьев 2002]. М.М. Бахтин [Бахтин 1996] определяет диалогичность как определяющий атрибут речевого жанра как компонент речевого общения и человеческой деятельности. Этот решающий фактор обуславливает основные характеристики речевого жанра, такие как целеполагание, завершенность и связь с определенной коммуникативной областью.

Прагматический подход к жанровому анализу характеризуется признанием равной значимости факторов отправителя и получателя и акцентом на диалог, где вербальный дизайн служит инструментальной цели. Речевой жанр, определенный Седовым [Седов, 1998] как вербальное изложение стандартной ситуации социального взаимодействия между людьми, демонстрирует, что языковые средства играют второстепенную, функциональную роль.

М.М. Бахтин характеризует РЕЧЕВОЙ ЖАНР как "способ организации речевого содержания в границах определенного функционального стиля, разнообразие выражений, генерируемых на основе стабильных, повторяющихся, т.е. воспроизводимых моделей и структур в речевых ситуациях, которые демонстрируют по крайней мере некоторые стабильные, зафиксированные опытом и обстоятельствами формы жизни общения." Это определение подразумевает, что жанры существуют в рамках определенных речевых ситуаций.

Каждый жанр предполагает "определенный объем текста, принципы отбора и организации вербального контента, а также его стилистическое представление в соответствии с условиями и целями коммуникации.

Знакомство с жанровыми критериями способствует успешному прогнозированию жанра, в котором задуманный автором жанр может быть оптимально реализован, в то время как знание принципов жанрообразования помогает в этом... определение адекватной длины текста и выбор стилистического и речевого оформления. Ученые классифицируют РЕЧЕВОЙ ЖАНР по-разному. М.М. Бахтин, например, проводит различие между первичными и вторичными жанрами. Он считает первичными жанрами "те, которые развились в условиях прямого речевого общения", то есть те, которые преобладают в коммуникативной практике среднестатистического индивида.

Альтернативой традиционному взгляду на речевые жанры как на модели становится прагматический подход, который, как предполагает В.В. Дементьев, в значительной степени развился из рассмотрения ограничений, присущих лингвистическому изучению речевых жанров [Дементьев 2002]. Одним из основных недостатков этого исследования является монологизация понятия речевых жанров, обусловленная чрезмерным акцентом на намерениях адресата. Прагматика, не путать с теорией речевых актов, считается субполем семиотики, которое фокусируется на отношениях между знаком и говорящим, принимая во внимание не только роль говорящего, но и диалогический контекст коммуникативной ситуации, перспективу слушающего и более широкий культурный контекст, включая речевые, социальные и духовные особенности нации.

При таком расширенном прагматическом подходе речевые жанры интерпретируются как "вербальные репрезентации типичных сценариев социального взаимодействия" [Дементьев, Седов, 1998: 6]. Как отмечает О.Б. Сиротинина, жанры, рассматриваемые как типичные ситуации общения, понимаются прежде всего с позиции слушателя: "речевой жанр сложился <...>

на основе реального восприятия повседневного общения, прежде всего с позиции получателя речи" [Сиротинина, 1999: 27]. Рассмотрение речевых ситуаций, порождающих конкретные речевые жанры, актуально и в зарубежной лингвистике. Гайда отмечает, что "почти все новые жанровые концепции основаны на теории коммуникации, а типология речевых ситуаций послужила основой для построения систематической теории жанров" [Гайда, 1986]. При прагматическом анализе речевых жанров значительное внимание уделяется всем аспектам взаимодействия отправителя и получателя, а также всем передаваемым и получаемым коммуникативным значениям, а не только тем, которые отправитель сознательно намеревался передать [Дементьев, 2002].

Диалогичность, по мнению М.М. Бахтина [Бахтин 1996], является ключевой характеристикой речевых жанров как единиц речевого общения и человеческой деятельности. Этот основной фактор порождает такие первичные признаки речевых жанров, как целеполагание, завершенность, связь с определенными сферами общения. Важно отметить, что прагматический подход к изучению жанров характеризуется признанием равной значимости факторов отправителя и получателя, а также ориентацией на диалог, в котором речевое оформление выполняет инструментальную функцию. Определение речевых жанров как вербальных формализаций типичных ситуаций социального взаимодействия [Седов, 1998] показывает, что языковым средствам отводится второстепенная, функциональная роль.

§2: Основополагающие черты экскурсии как речевого жанра

Экскурсионная речь - это уникальная и универсальная форма коммуникации, которая служит широкому кругу целей, от передачи информации до создания эстетических впечатлений и влияния на отношение. Как жанр речи, она характеризуется специфическими чертами, которые определяют ее структуру, содержание и стиль. Мы рассматриваем основные особенности экскурсионной речи как жанра, опираясь на модель, предложенную Т.В. Шмелевой и другими учеными в этой области. Стоит отметить, что жанр контактной экскурсии имеет некоторые общие черты с жанрами "рассказ" и "лекция". Однако жанр контактной экскурсии отличается от обоих тем, что имеет конкретное место действия, участников коммуникативной ситуации, различные способы языкового выражения и отсутствие дополнительных пояснительных материалов, которые обычно присутствуют в повествовании и наглядных учебных материалов в лекции. Общим для этих трех жанров является то, что информация о событии представляется слушателю в рамках всеобъемлющего авторского комментария [Седов, 1999]. В этих жанрах адресаты получают от автора предварительно обработанную информацию, которая передается с учетом перцептивных возможностей адресата и конкретной ситуации.

Например, как уже говорилось, существуют различия в экскурсиях, предназначенных для детей и взрослых. Одна и та же историческая информация о городе подается экскурсоводом с различными комментариями и корректировкой объема информации о конкретных объектах с учетом интересов и возможностей аудитории, а также ее конкретных целей. Общий пласт фундаментальной информации остается практически неизменным, дополняясь лишь некоторыми конкретными пояснениями и перекодирываясь таким образом, чтобы не только передать факты действительности, но и выразить отношение говорящего к этим фактам. Однако, в отличие от рассказов и лекций, экскурсии допускают минимальное пространство для личного мнения экскурсовода относительно данных объектов или событий в силу ценностно-формирующей функции экскурсии. В этом контексте автор обязан передать и "привить" общие для любой культуры ценности, уникальную для данного общества концепцию и соответствующее отношение к ней. Понятие жанра соотносится "с такими универсальными формами понимания мира, как ситуация, событие, действие" [1-76; 23]. [1-76; 23] Названия речевых жанров часто совпадают с названиями так называемых речевых событий: лекция, беседа, доклад, интервью, экскурсия и так далее.

Речевой жанр экскурсии включает в себя совокупность высказываний, связанных между собой общим семантическим направлением, характерным для речевого поведения экскурсовода в условиях экскурсии. Данный жанр является продуктом повторяющихся комбинаций стандартных значений многочисленных параметров коммуникативной ситуации, таких как цель, адресат, адресант, референтный контекст, канал коммуникации, общий контекст взаимодействия адресата и адресанта, время, место и окружающая обстановка. Общение в этом жанре зависит от объектов внеречевой действительности, с которыми должны взаимодействовать как адресант, так и реципиент. Адресант строит свое повествование вокруг этих объектов, используя их как примеры и катализаторы для дальнейшего общения. Для адресата эти объекты служат источниками дополнительной информации и точками отсчета, позволяющими вспомнить переданную адресантом информацию. Своеобразие контактной экскурсии как речевого жанра заключается в неразрывности показа объекта и повествовательного текста (Т.Г. Иргашева, С.А. Белов, 2015).

Без демонстрационного компонента жанр контактной экскурсии теряет свою самобытность, трансформируясь в лекцию или беседу. Уникальность экскурсии обусловлена главенством показа, но без сопутствующего анализа, объяснений и разъяснений экскурсия превращается в простое обзорное путешествие. Суть экскурсии заключается в синергии (неразрывном единстве) показа и текста, чему способствует уникальный жанр "экскурсионный маркер". Этот жанр соединяет объект и текст. Это неразрывное единство приводит к тому, что экскурсия воспринимается как полисемиотическая система (текст, жесты, графика и другая семиотика). В рамках жанра контактной экскурсии текст выполняет коммуникативную, когнитивную, регулятивную, фатическую и эмоционально-экспрессивную функции семиотики естественного языка.

Жанрообразующим фактором является также формальная организация текста, которая определяет композиционно-структурное оформление экскурсионной речи. Экскурсионная речь является сложным жанром, так как включает в себя компоненты, представляющие разные жанры. В рамках сложного жанра можно выделить (или "распознать", по М.М. Бахтину) смежные жанры (автобиография, генеалогия, дневниковые записи, искусствоведческий комментарий). Экскурсионная речь включает инструкции (для руководства действиями слушателей: "Давайте перейдем в

следующий зал"; "Давайте рассмотрим эту фреску"; "Давайте остановимся перед этой картиной"; "Следуйте за мной"; "Посмотрите направо"; "Пожалуйста, не трогайте экспонаты!"); указания (для описания и передачи последовательности действий адресанта: "Чтобы оценить красоту картины, нужно немного отойти"; "Внимательно осмотрите каменные блоки у основания храма: только тогда вы заметите плоский белый цоколь..."); структура экскурсионной речи включает введение, основную часть и заключение.

Экскурсионную речь можно охарактеризовать доминирующим фактором намерения, который влияет на общий жанр. По мнению исследователей экскурсионной речи, намерения экскурсовода в целом можно разделить на три категории: информативные, воздействующие и гедонистические. Информативные намерения направлены на предоставление конкретной информации, которая либо уже известна, либо содержит новый элемент. Представление информативных намерений может включать использование тематических групп слов, упрощенных синтаксических структур и прагматических методов для прямой или косвенной передачи информации. Влияющие намерения, с другой стороны, направлены на формирование отношения слушателя к объекту речи путем тщательного отбора и расположения фактов и аргументов. Это достигается за счет использования лексико-семантических маркеров, передающих позицию говорящего, таких как вводные оценочные слова, сравнительные обороты и цитаты. Наконец, гедонистические намерения направлены на удовлетворение потребности в удовольствии и развлечении путем обмена увлекательными и эстетическими фактами. Эти намерения достигаются путем отбора фактов, языковых средств, интонационных моделей и объектов высказывания.

При рассмотрении жанра экскурсионной речи мы опираемся на модель, предложенную Т.В. Шмелевой (1997) для описания речевых жанров. Эта модель широко используется исследователями благодаря своей гибкости и полноте представления компонентов жанра. Модель выделяет семь составляющих элементов речевого жанра:

1. коммуникативная цель;
2. личность автора;
3. персона адресата;
4. образ прошлого;
5. образ будущего;
6. тип диктумного (событийного) содержания

7. параметр языковой реализации речевого жанра.

Модель была адаптирована в различных исследованиях; например, для описания жанров письменной речи были добавлены такие признаки, как знак, местоположение знака и взаимодействие с другими семиотическими системами (см. Лебедева 2006, 2007). Другие модификации включают отнесение речевого жанра к функциональному стилю (ФС), наличие и определенное сочетание речевых актов в рамках речевого жанра, связь с другими семиотическими системами (невербальными средствами) (Ф.Л. Косицкая). В данной работе мы опираемся на классическую модель, предложенную Т.В. Шмелевой.

Экскурсионная речь представляет собой уникальное текстовое образование, которое:

- функционирует в различных типах дискурса (неофициальном и профессиональном - международном, деловом, академическом, педагогическом); представляет собой устный диалогический монолог, последовательно обращенный к адресату; содержит речевые директивы говорящего, стимулирующие интеллектуальную и эмоциональную активность слушателей;
- по своей природе является сложным жанром (включает в себя тексты таких жанров, как реплика, пересказ статьи из энциклопедии, биографическое повествование, сказка, легенда, рассказ, мемуары, предание, реликвия, фотография, фамилия, топоним, хроника, притча, сплетня, анекдот, размышление вслух, рецензия, реальное происшествие и др;)
- проявляет поликодовый характер в плане подачи информации: если культурный объект виден реципиенту (находится в зоне видимости, представлен на фотографии, иллюстрации и т.д.), то впечатление аудитории возникает в результате взаимодействия аудиального (собственно текст) и визуального компонентов в сообщении.

Указанные характеристики экскурсионной речи (ЭР) определяют как структуру дидактического материала, так и методику его реализации в образовательной деятельности. Учебный текст экскурсовода, как правило, представляет собой полижанровое образование. При использовании жанра экскурсионной речи в качестве основы учебного текста, текст должен иметь трехчастное членение: включать приветствие; основную часть, которая может включать в себя встроенные жанры (например, легенду, исторический

рассказ, новость и т.д.); выражение благодарности за внимательное слушание; приглашение задавать вопросы.

Как и любой другой текст, учебный текст гида должен быть связным, последовательным и полным, демонстрируя при этом сегментацию и интеграцию. Обучаемый, в свою очередь, должен уметь импровизировать: создавать моно- и полиперспективные высказывания с прерывистой структурой повествования, включать элементы ретроспекции и проспекции на основе учебного текста.

В такой жанровой парадигме экскурсионная речь занимает положение между информативным и оценочным жанрами, поскольку намеренно сочетает в себе как коммуникативные цели, вытекающие из контекста предоставления информации, так и поведение говорящего и слушающего, а также их коммуникативные роли.

При построении высказывания экскурсовод всегда учитывает факторы сферы применения (или факторы окружающей среды) и слушателя. Как правило, экскурсионное общение происходит в рамках формальной ситуации, что требует соблюдения определенных правил, оптимизирующих качество коммуникации между экскурсоводом и участниками. Оратором и коммуникативным лидером в экскурсионной коммуникации может быть эксперт или человек, более глубоко понимающий предмет речи, чем другие. Аудитория экскурсионной речи - это, как правило, "группа людей разного возраста, профессиональной ориентации, уровня образования и т.д., то есть социально разнообразная группа [Бархаш Л. Виды и формы туристских путешествий и экскурсий. М., 1994. 245 р.]".

Адресантом и коммуникативным лидером в экскурсионной коммуникации может быть специалист или человек, обладающий большими знаниями о предмете речи, чем другие. "Успех экскурсионной коммуникации во многом зависит от профессиональной подготовки экскурсовода, его уникального восприятия предметов речи (в том числе произведений искусства), умения установить контакт с аудиторией, то есть использовать различные средства стимулирования внимания" [Там же].

Для дальнейшего понимания экскурсионной речи важно рассмотреть различные формы, которые она может принимать, такие как контактные и

виртуальные экскурсии. Контактные экскурсии предполагают взаимодействие лицом к лицу между экскурсоводом и аудиторией, как правило, в физической обстановке. Такая форма экскурсии позволяет непосредственно наблюдать за объектами показа, а экскурсовод может использовать невербальные сигналы, такие как жесты и мимика, для улучшения коммуникации. С другой стороны, виртуальные экскурсии предполагают использование технологий для имитации впечатлений от экскурсии, например, с помощью виртуальной реальности или видеозаписей. В этом случае аудитория может быть физически удалена от экскурсовода и объектов показа, но технология может быть использована для компенсации этого расстояния. Обе формы экскурсий имеют свои уникальные характеристики, и каждая из них требует различных стратегий для эффективной коммуникации.

В качестве основного жанрообразующего фактора экскурсионной речи можно выделить фактор интенции. В соответствии с мнением исследователей экскурсионной речи, можно выделить интенции, наиболее часто реализуемые экскурсоводом:

- Информативная интенция предполагает передачу конкретной информации, которая может быть двух типов: во-первых, экскурсионная речь включает наиболее важную (часто уже известную) информацию о предмете речи; во-вторых, эта информация должна содержать элемент новизны, позволяющий слушателю сохранить лидирующие позиции в экскурсионной коммуникации за счет осведомленности о предмете речи. Методы представления информативного намерения включают:
- использование лексико-семантических клише в соответствии с темой и предметом экскурсии: экскурсовод отбирает факты, связанные с объектом показа, и представляет их интерпретацию участникам по определенной модели, подстраивая лексическое оформление экскурсионного текста под тематику (использование тематических групп слов)
- использование упрощенных синтаксических конструкций (синтаксические конструкции, способствующие быстрому и эффективному усвоению информации, с предложениями, содержащими не более 7-8 слов)

- использование прагматических приемов подачи информации (прямое "называние" или косвенное указание экскурсоводом цели экскурсионного сообщения).
- Воздействующая интенция направлена на формирование положительного/отрицательного отношения к объекту речи в экскурсионном общении. С этим намерением говорящий тщательно отбирает факты, располагает их в определенной последовательности и подбирает аргументы, чтобы передать свою личную позицию по отношению к объекту речи. Способы представления интенции воздействия включают:
- Лексико-семантические маркеры авторской позиции в экскурсионном тексте (1. конструкции с вводными словами оценки: «конечно», «разумеется», «понятно, что»; «безусловно»; 2. сравнительные обороты («устройство иконостаса, будто театральная сцена...»; «Вступая на территорию монастыря, светский человек словно попадал в другой мир...Вместо приземистых деревянных зданий, к которым он привык, перед ним как из-под земли вырастали каменные исполины»; 3. использование цитат, косвенной речи (««Ярославцы известны по всей России своей ловкостью, сметливостью, необыкновенными способностями к промышленности и торговле», - так определил деловые свойства Ярославцев «учитель учителей» К.Д. Ушинский»; «Известное высказывание Екатерины «Волжские города прекрасны по ситуации, но мерзостны по постройкам», напрямую относившееся и к Ярославлю, положило начало грандиозному переустройству...»)).
- Гедонистическая интенция направлена на удовлетворение потребности в удовольствии в экскурсионной коммуникации: оратор-информатор делится увлекательными фактами, которые не только влияют, но и оказывают эстетическое воздействие на слушателя. Это достигается путем отбора фактов, языковых средств, интонационных моделей речи и объектов высказывания (занимательные, экзотические предметы).

Экскурсионная речь отличается обилием оценочной лексики, которая необходима для описания и оценки мира, представленного во время экскурсии. Поэтому в дискурсе используется широкий спектр эмоциональных и оценочных языковых выражений. Эти элементы усиливают эмоциональность экскурсии и включают использование прилагательных для выражения уникальности и оценки, таких как "редкий", "необычный",

"уникальный", "великолепный" и "захватывающий дух". Прилагательные и существительные могут также использоваться в смысловом противопоставлении, например, "тихий и оглушительный", "светлый и темный" или "молодой и старый". Также могут использоваться абстрактные существительные, обозначающие положительные психические состояния, такие как "удовольствие", "радость" и "удовлетворение". Часто используются интенсификаторы в виде наречий, таких как "прекрасно", "наиболее" и "очень". Использование литературных тропов, таких как метафора, олицетворение, сравнение, эпитеты и гипербола, также может добавить языковой выразительности экскурсионной речи. Однако важно отметить, что клишированная и ограниченная речь также может проявляться в экскурсионной коммуникации, поскольку экскурсовод может использовать определенный набор фраз и конструкций, которые претерпевают минимальные изменения от одной экскурсии к другой.

Аспект развлечения, как отмечает Б.Ф. Омельченко, является наиболее более характерной функцией экскурсии. "Экскурсии удовлетворяют потребность человека в разнообразных впечатлениях. Развлекательный характер экскурсии создает систему общения, характеризующуюся легкостью и непринужденностью взаимодействия." [Баталова Л.В., Мерзлякова Г.В. История развития дореволюционного отечественного туристско-экскурсионного дела // Ученые записки Казанского государственного университета. Т. 151. 2, р. 2. 2009. С. 80-91.]

Интересно, что в различных источниках по экскурсоведению дискутируется вопрос о соотношении информационного и эмоционального аспектов в экскурсионной речи. Некоторые исследователи утверждают, "что в связи с влиянием огромного потока научной информации на современного человека возникает необходимость в объективной мотивации." [Ярославская энциклопедия [Электронный ресурс]: [в 2-х частях] / Гор. тел. Ярославль, 2005. - Два диска в одном контейнере. 4.1: Архитектура. Башни. Посетители. Городское правительство. Своды. Епархия. Женщины. Кольца. Изобразительное искусство. 2005.]. Жесты выполняют фатическую и регулятивную функции, а объекты реального мира выступают в качестве "проводников" когнитивной функции языка. В любом типе экскурсии объекты показа, представленные различными семиотическими системами, будут отличаться. Например, в экскурсии по художественному музею будут преимущественно реализованы художественные семиотики, такие как графика, живопись, фотографии, художественные образы, выполняющие в основном когнитивную и эмоционально-экспрессивную функции. Скульптура и архитектура, также являющиеся частью художественной

семиотики, присутствуют в городских экскурсиях или исторических музеях. Эти невербальные семиотики составляют основу полисемиотичности экскурсии и дополняют вербальную информацию.

Основным средством установления коммуникации между говорящим и слушающим являются жестовая и мимическая семиотика. Жестовая семиотика выполняет коммуникативную и когнитивную функции, а мимика реализует эмоциональную и экспрессивную функции.

Мы согласны с Т.А. Налимовой и считаем, что экскурсионная речь должна содержать синтез информационного и эмоционального элементов. Экскурсовод не только предоставляет участникам новую информацию, но и формирует эстетические переживания, оценки, ассоциации, влияет на формирование общественного мнения о представленной информации. Поскольку экскурсионная коммуникация балансирует между информационными и гедонистическими интенциями, можно утверждать, что экскурсионная речь характеризуется информационно-эмоциональным способом подачи фактов.

Экскурсионная речь включает в себя три фазы: предтекстовую, текстовую и посттекстовую. Предтекстовая фаза включает в себя создание текста экскурсии, где автор собирает материал и организует его в соответствии со своим коммуникативным намерением. Автор решает, какая информация будет в центре внимания, что ляжет в основу изложения (события, факты и т.д.) и как структурные и смысловые компоненты будут представлены аудитории. "Экскурсионная речь строится в соответствии с направлением движения (маршрутом), то есть воображаемым или реальным перемещением участников. Маршрут определяет порядок и характеристики объектов, а также последовательность их осмотра. Построение маршрута напрямую связано с темой экскурсии, расположением и порядком объектов, включенных в экскурсию. После завершения этих этапов экскурсовод должен выбрать и отработать лингвистические средства, усиливающие воздействие и информационную ценность экскурсии. Затем они готовятся к публичному выступлению.

При создании выступления экскурсовод учитывает факторы сферы использования (или среды) и адресата. Экскурсионное общение, как правило, происходит в формальной обстановке, требующей соблюдения определенных правил, которые в конечном итоге обеспечивают оптимальное

качество коммуникации между экскурсоводом и слушателями. Адресатом и коммуникативным лидером в экскурсионном общении может быть специалист или человек, более других осведомленный о предмете речи.

"Успех экскурсионной коммуникации во многом зависит от профессиональной подготовки экскурсовода, его индивидуального восприятия предметов речи (в том числе произведений искусства), умения установить контакт с адресатом, т.е. использования различных средств активизации внимания."

Отличительной особенностью экскурсионной речи является обилие оценочной лексики. Экскурсионные тексты должны иметь оценочный компонент, что обусловлено необходимостью экскурсионной коммуникации не только описывать мир, но и оценивать его. Как следствие, в дискурсе используется широкий спектр эмоционально-оценочных и языковых средств выражения.

К элементам, усиливающим эмоциональность экскурсии, относятся:

- использование прилагательных в качестве лексических маркеров уникальности: редкий, необычный, уникальный, необыкновенный, интригующий, неотразимый.
- использование прилагательных, выражающих оценку: превосходный, великолепный, удивительный, захватывающий, странный, чарующий
- Использование прилагательных, в том числе в превосходной степени: прекраснейшее творение, красивейший фонтан, труднейший для понимания
- применение прилагательных и существительных по принципу семантической оппозиции: тихий и оглушительный, светлый и темный, белый и темно-синий, молодой и старый и т.д.
- Использование абстрактных существительных, обозначающих положительные душевные состояния: удовольствие, радость, восторг, удовлетворение
- Использование наречий в качестве интенсификаторов: прекрасно освещенный, шикарно одетый, самый популярный, самый редкий, поистине огромный, очень хороший.

Языковая экспрессия может быть продемонстрирована, например, с помощью таких тропов, как метафора - *сказка для взрослых, изобилие ночных клубов, мешанина ароматов, жемчужина коллекции, жемчужина короны, моря и океаны людей*; олицетворение - *это здание словно из сказки, город на холме вырос за одну ночь, стихи поэта рассказывают свою сказку, ночная жизнь города кипит загадками*. Языковую экспрессию можно найти и в литературных цитатах, включенных в экскурсию, например, отрывок из "Медного всадника" А. Пушкина:

«Нева всю ночь рвалась к морю против бури, не одолев их буйной дури <...> и спорить стало ей не в мочь...»;

Сравнение - *средневековая крепость банка, благоухающая цветочная гавань женского клуба*;

эпитеты - *пылкая речь, роскошные картины, экстравагантные наряды и т.д.*;

гипербола - *его жизнь настолько яркая, что каждое возвращение кажется посещением другого города*.

Одновременно в экскурсионной коммуникации может проявляться клишированность и стилистическая ограниченность речи. Адресат использует определенный набор фраз и выразительных конструкций, которые претерпевают минимальные изменения от одной экскурсии к другой.

В заключение можно сказать, что экскурсию можно рассматривать как своеобразный речевой жанр, предполагающий общение между экскурсоводом и группой участников с целью передачи информации об определенном объекте, месте или теме. Экскурсионная речь характеризуется сочетанием информационных и эмоциональных элементов, которые достигаются за счет использования различных языковых средств, таких как оценочная лексика, тропы и невербальная семиотика. Структура экскурсии обычно включает три фазы: предтекстовую, текстовую и посттекстовую, которые предполагают подготовку текста экскурсии, представление информации и последующее обсуждение или обратную связь. Кроме того, современные технологии расширили возможности экскурсионной коммуникации, позволив использовать виртуальные и бесконтактные форматы, которые предоставляют новые задачи и возможности для взаимодействия. В целом, изучение экскурсии как речевого жанра может внести вклад в наше понимание коммуникации, культуры и человеческого опыта, а также предложить практические идеи для разработки эффективных и увлекательных экскурсий.

§3: Особенности контактной и виртуальной экскурсии

При анализе как виртуальных, так и традиционных контактных экскурсий становится очевидным, что с лингвистической точки зрения они часто строятся на тех же принципах, о которых мы говорили ранее. Однако существуют определенные элементы основных жанровых типов, которые обычно не используются в виртуальных экскурсиях:

Инструкции (руководство действиями слушателей): В контактных экскурсиях гиды часто дают инструкции, такие как "Давайте перейдем в следующую комнату", "Давайте посмотрим на эту фреску" или "Следуйте за мной". В отличие от этого, в виртуальных турах используется видеомонтаж и операторская работа, чтобы направить внимание зрителей, сводя к минимуму необходимость в устных инструкциях. Например, крупные планы и графическое выделение главного объекта в кадре могут заменить словесные подсказки. В некоторых случаях инструкции отображаются только графически с титрами и могут не озвучиваться гидом.

Формы этикета: Виртуальные экскурсии могут не иметь тех же форм этикета, что и контактные экскурсии. Вместо вступительного слова гида виртуальные экскурсии часто начинаются с цитаты или стихотворения по основной теме или вступительных слов гида без какого-либо звукового сопровождения. Титулы и регалии обычно показываются с титрами. Такая минимизация сопроводительной, пояснительной и этической информации обусловлена, прежде всего, спецификой восприятия контента в Интернете. Хотя экономия речевых усилий также может быть способствующим фактором, основной причиной минимизации является специфика восприятия контента в Интернете. Поскольку зрители могут легко потерять интерес или переключиться на другой ролик, автору виртуальной экскурсии необходимо тщательно продумать, как привлечь и удержать внимание аудитории на предтекстовом этапе работы (этапе написания сценария видеоролика). В отличие от контактных туров, автор не может оценить непосредственную реакцию на видеоролик. Обратная связь поступает только через комментарии, просмотры, индикаторы "нравится" или "не нравится".

Существенным отличием и преимуществом виртуальных туров от контактных является использование дополнительных визуальных и аудиоматериалов, таких как инфографика, анимация (позволяющая визуализировать исторические события), архивные кадры, музыкальное сопровождение для более полного погружения в нужную атмосферу.

С точки зрения структуры речи, виртуальные туры не сильно отличаются от

контактных. Лексический материал в целом соответствует тем же принципам, но виртуальные экскурсии могут адаптировать свой подход к специфическим требованиям и ограничениям цифрового носителя. Основное отличие заключается в технической замене приемов, необходимых для регулирования поведения и направления внимания экскурсантов в контактных экскурсиях.

Хотя контактные и виртуальные экскурсии имеют общие лингвистические черты, каждая из них обладает своими отличительными особенностями, отвечающими различным предпочтениям и обстоятельствам. Понимая эти различия, поставщики туров могут оптимизировать свои предложения для обоих форматов, обеспечивая аудитории увлекательный и информативный опыт независимо от выбранного средства. Рост виртуальных туров, вероятно, продолжит оказывать влияние на туротрасль, поскольку новые разработки в области технологий предлагают захватывающие возможности для объединения лучших аспектов как контактного, так и виртуального опыта.

Появление технологий изменило способ проведения виртуальных видеоэкскурсий, что потребовало лингвистической адаптации в соответствии с уникальными требованиями этой цифровой среды. В контексте русскоязычных виртуальных видеоэкскурсий очень важно проанализировать, как интеграция визуальных и слуховых элементов повлияла на язык, используемый гидами, и на то, как они адаптируют свой язык, чтобы удовлетворить свою аудиторию в виртуальной среде.

В виртуальных видеоэкскурсиях визуальный компонент часто сводит к минимуму необходимость в обширном описательном языке, поскольку зрители могут видеть предмет непосредственно. Например, рассказывая о соборе Василия Блаженного во время виртуальной экскурсии по Красной площади Москвы, гид может обойтись без подробного описания собора, поскольку зрители могут видеть его на экране. Вместо этого гид может сосредоточиться на выделении конкретных особенностей или поделиться малоизвестными фактами, например, "Обратите внимание на уникальные узоры на куполах собора, каждый из которых имеет свой неповторимый дизайн" ("Обратите внимание на уникальные узоры на куполах собора, каждый из которых имеет свой неповторимый дизайн").

Другим аспектом лингвистической адаптации в российских виртуальных видеоэкскурсиях является более активное использование интерактивного

языка для привлечения аудитории и направления ее внимания на конкретные визуальные элементы. Например, экскурсовод может сказать: "Следующим местом, которое мы посетим, является зал с картиной Репина "Запорожцы". Обратите внимание на мастерство художника при изображении деталей одежды казаков" ("Следующим местом, которое мы посетим, будет зал с картиной Репина "Запорожские казаки". Обратите внимание на мастерство художника в изображении деталей одежды казаков"). Такой тип языка побуждает аудиторию активно взаимодействовать с визуальным контентом.

Кроме того, виртуальные видеоэкскурсии часто используют экранный текст, архивные кадры и анимированные ролики для предоставления дополнительной информации, не перегружая речь экскурсовода. Например, рассказывая об истории Кремля, экскурсовод может упомянуть конкретный год или событие, которое затем может быть подкреплено короткой анимацией или архивной фотографией, отображаемой на экране. Такая интеграция визуальных средств позволяет экскурсоводу давать более сжатые и сфокусированные комментарии, обеспечивая при этом полное понимание темы.

В заключение следует отметить, что уникальное сочетание визуальных и слуховых элементов в виртуальных видеоэкскурсиях привело к значительной лингвистической адаптации русского языка. Эти изменения включают в себя сокращение описательной лексики, усиление зависимости от интерактивного языка, а также включение экранного текста, архивных материалов и анимированных клипов. Поскольку виртуальные видеоэкскурсии продолжают набирать популярность, филологам важно изучать эти лингвистические изменения, чтобы лучше понять, как язык адаптируется к развивающемуся цифровому ландшафту.

Включение интерактивных элементов в виртуальные экскурсии становится все более популярным, предлагая более увлекательный и динамичный опыт для аудитории. Эти интерактивные функции не только изменили способ проведения виртуальных экскурсий, но и повлияли на лингвистический опыт участников. В этом разделе мы рассмотрим роль интерактивности в виртуальных экскурсиях, таких как кликабельные иконки, викторины и опросы, и их влияние на лингвистические аспекты этих цифровых туров.

Включение кликабельных иконок в виртуальную экскурсию по Эрмитажу в Санкт-Петербурге позволяет участникам получить доступ к дополнительной информации о конкретных экспонатах, что дает им более глубокое понимание произведений искусства и их исторического контекста. Такое взаимодействие также может способствовать активному обучению, поскольку участников побуждают глубже вникать в содержание.

Еще одним важным аспектом интерактивности в виртуальных экскурсиях является использование викторин и опросов для проверки понимания и запоминания представленного материала. Включение викторин в виртуальные экскурсии может стимулировать любопытство участников и повысить их мотивацию к обучению. Например, после виртуальной экскурсии по московскому Кремлю можно провести викторину, чтобы оценить понимание участниками ключевых исторических событий, архитектурных особенностей или значения определенных достопримечательностей комплекса. Такая форма интерактивности не только усиливает лингвистическое содержание экскурсии, но и обеспечивает ценную обратную связь для гида об эффективности его презентации.

Кроме того, интерактивные элементы, такие как чаты или дискуссионные форумы, могут способствовать формированию чувства общности среди участников, позволяя им делиться своими мыслями, задавать вопросы или предлагать свои идеи по теме виртуальной экскурсии. Такие интерактивные обсуждения могут способствовать развитию языковых навыков участников, поскольку они знакомятся с разнообразными языковыми формами и поощряются к эффективной передаче своих идей.

В контексте преподавания русского языка как иностранного видеоэкскурсии играют важную роль в обеспечении погружения учащихся в языковую среду. Видеотуры могут познакомить учащихся с аутентичным использованием языка, культурными нюансами и реальными условиями жизни, что очень важно для овладения языком. Включая интерактивные элементы в видеоэкскурсии, преподаватели могут создать более увлекательную и содержательную среду обучения, способствующую более глубокому пониманию русского языка и культуры. Видеоэкскурсии также могут быть адаптированы к конкретным потребностям отдельных учащихся или групп, удовлетворяя различные уровни владения языком и сферы интересов.

Следует отметить, что роль интерактивности в виртуальных экскурсиях оказывает значительное влияние на лингвистический опыт аудитории. Благодаря использованию кликабельных иконок, викторин, опросов и других интерактивных инструментов, виртуальные экскурсии могут повысить вовлеченность участников, улучшить понимание и запоминание представленного материала. Поскольку виртуальные экскурсии продолжают развиваться и включать новые интерактивные функции, филологам важно изучить лингвистические последствия этих цифровых туров и их влияние на развитие и использование языка.

В свете вышеприведенного обсуждения становится очевидным, что интерактивность играет важную роль в формировании лингвистического опыта участников виртуальных экскурсий. По мере дальнейшего развития технологий можно ожидать появления еще более инновационных интерактивных функций, которые еще больше расширят возможности виртуальной экскурсии.

Одна из таких инноваций может включать использование технологии дополненной реальности (AR) для обеспечения более глубокого погружения участников. Накладывая цифровую информацию на физическую среду, AR может обогатить виртуальную экскурсию дополнительной визуальной, слуховой и даже тактильной информацией. Эта технология способна создать более увлекательный и интерактивный опыт для участников, поскольку им предоставляется возможность исследовать и взаимодействовать с виртуальной средой новыми и динамичными способами.

Еще одной потенциальной областью развития виртуальных экскурсий является использование искусственного интеллекта (ИИ) для обеспечения персонализированной лингвистической поддержки участников. Анализируя уровень владения языком и предпочтения участников, алгоритмы ИИ могут адаптировать виртуальную экскурсию к индивидуальным потребностям каждого участника. Это может включать предоставление переводов в режиме реального времени, персонализированных списков лексики или языковых подсказок в зависимости от контекста.

Более того, по мере развития виртуальных экскурсий появляется потенциал для более тесного сотрудничества между филологами, педагогами и разработчиками технологий. Такое междисциплинарное сотрудничество может привести к созданию более эффективных и увлекательных

виртуальных экскурсий, которые удовлетворяют разнообразные потребности участников и способствуют более глубокому пониманию лингвистических и культурных аспектов экскурсии.

В целом, роль интерактивности в виртуальных экскурсиях имеет первостепенное значение для общего лингвистического опыта аудитории. По мере развития технологий и разработки новых интерактивных функций виртуальные экскурсии, вероятно, станут еще более увлекательными и лингвистически насыщенными, предлагая участникам уникальную возможность исследовать и узнавать о различных культурах, языках и исторических контекстах в интерактивной и иммерсивной манере. Для филологов и педагогов крайне важно быть в курсе этих событий и их потенциального влияния на развитие языка, его использование и практику преподавания.

Глава II. ВЛИЯТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ РЕЧИ

§1. Методы привлечения внимания в контактной экскурсии

Успешная контактная экскурсия начинается с привлечения внимания аудитории и установления контакта с ней. Чтобы достичь этого, экскурсовод должен использовать различные техники и стратегии привлечения внимания:

Вступление: Гид должен потратить 5-7 минут на выяснение, понимание и интуитивную оценку потребностей, биографии и интересов аудитории. Это поможет создать диалоговую среду, необходимую для эффективного общения.

Техники повествования: Рассказывание историй, использование цитат, включение поэзии или рассказов от первого лица может привлечь внимание и вообржение аудитории.

Риторика и коммуникация: Использование эффективных коммуникативных техник, таких как эмоциональный язык, яркие образы, риторические вопросы и элементы разговорной речи, может помочь гиду установить контакт с аудиторией.

Интерактивные формы работы: Использование интерактивных элементов, таких как игры, викторины, ролевые игры и практические занятия, может поддержать интерес аудитории и дать ей новые эмоциональные впечатления.

Театральные методы: Экскурсовод может использовать актерские техники, такие как модуляция голоса, интонация и сценическое присутствие, чтобы создать более увлекательный и запоминающийся опыт для аудитории.

Обратная связь и диалог: Поощрение аудитории задавать вопросы, делиться своими мыслями и участвовать в дискуссиях может создать ощущение сотрудничества и поддерживать интерес аудитории на протяжении всей экскурсии.

Включение сенсорных ощущений: Использование звука, тактильных элементов и визуальных средств может повысить вовлеченность аудитории и углубить понимание экспонатов.

Используя эти приемы и стратегии, экскурсовод может создать

увлекательный, запоминающийся и образовательный опыт для аудитории, поддерживая с ней тесную связь на протяжении всей экскурсии.

Контактная экскурсия, также известная как очная экскурсия, играет важную роль в обеспечении запоминающихся и увлекательных впечатлений для участников. Чтобы создать успешную контактную экскурсию, экскурсоводы должны использовать различные методы и приемы для привлечения и удержания внимания аудитории. В этом разделе мы рассмотрим несколько способов привлечения внимания в контактной экскурсии, приведем примеры речевых конструкций и обсудим различные атрибуты, способствующие проведению увлекательной экскурсии.

Рассказ: Повествования оказывают мощное воздействие на человеческое познание, и включение элементов повествования в экскурсию может привлечь интерес участников. Экскурсоводы могут создать структуру повествования, переплетая исторические факты, анекдоты и легенды, связанные с местом проведения экскурсии. Используя такие техники повествования, как саспенс, сюрприз и юмор, экскурсоводы могут вызвать эмоциональный отклик у аудитории и создать незабываемые впечатления. Например, экскурсовод, описывающий историческое сражение, может начать с драматического пересказа событий, предшествовавших битве, сделать паузу в кульминационный момент, а затем раскрыть развязку, оставив зрителей в предвкушении продолжения.

Использование описательного языка: Чтобы создать яркие мысленные образы и вызвать эмоции, экскурсоводы должны использовать описательный язык, который обращается к чувствам. Используя метафоры, сходства и другие фигуры речи, экскурсоводы могут нарисовать более яркую картину обстановки, событий и персонажей, связанных с местом проведения экскурсии. Например, описывая архитектуру древнего здания, гид может сказать: "Колонны стоят, как могучие стражи, их сложная резьба свидетельствует о мастерстве ремесленников, создавших их много веков назад".

Персонализация и родственность: Чтобы установить контакт с аудиторией, гиды должны стремиться сделать свой контент соотносимым и персонализированным. Проведение параллелей между обсуждаемыми историческими событиями или деятелями и собственной жизнью участников

может создать более увлекательный опыт. Например, экскурсовод может сказать: "Представьте себя на месте людей, которые жили здесь много веков назад, сталкиваясь с теми же проблемами и радостями, что и мы сегодня". Поощряя участников к установлению таких связей, экскурсоводы могут создать более глубокий и сопереживательный опыт.

Задавать вопросы и поощрять взаимодействие: Чтобы способствовать активному участию и стимулировать любопытство, экскурсоводы могут задавать вопросы аудитории и побуждать ее делиться своими мыслями, мнениями и опытом. Это поможет создать более динамичную экскурсию с широким участием. Например, экскурсовод может спросить: "Как вы думаете, какой была жизнь людей, живших здесь в этот период?" или "Можете ли вы увидеть какие-либо сходства между этим историческим событием и тем, что происходит в нашем мире сегодня?". Такое вовлечение участников может помочь им почувствовать большую связь с материалом и вызвать более глубокий интерес к теме.

Использование наглядных пособий и реквизита: Для улучшения понимания и поддержания внимания экскурсоводы могут использовать наглядные пособия, такие как карты, фотографии или копии исторических артефактов. Эти материалы могут помочь участникам лучше понять обсуждаемые концепции и обеспечить осязаемую связь с прошлым. Например, экскурсовод может передать копию древней монеты или показать фотографию исторического события, чтобы дать аудитории почувствовать время и место, о котором рассказывается.

Использование невербальной коммуникации: Помимо вербальных методов, невербальное общение может сыграть решающую роль в привлечении и удержании внимания аудитории. Экскурсоводы должны следить за языком своего тела, мимикой и жестами, так как они могут передать энтузиазм, уверенность и подход. Например, поддержание зрительного контакта, использование открытых жестов и выразительная мимика помогут создать более увлекательную и убедительную презентацию.

Изменение тона, темпа и громкости: Чтобы заинтересовать аудиторию и поддержать ее интерес, экскурсоводы должны менять свой тон, темп и громкость на протяжении всей экскурсии. Это поможет создать более динамичную и увлекательную презентацию, не давая аудитории заскучать

или отвлекаться. Например, при описании мрачного исторического события экскурсовод может замедлиться и понизить голос, а при рассказе юмористического анекдота - перейти на более бодрый тон и быстрый темп. Модулируя свой голос таким образом, экскурсоводы могут передавать различные эмоции и поддерживать интерес аудитории на протяжении всей экскурсии.

Создание четкой структуры и указателей: Чтобы помочь аудитории следить за ходом экскурсии и понимать ключевые моменты, экскурсоводы должны создать четкую структуру и использовать технику указателей. Это может включать в себя изложение основных тем или пунктов в начале экскурсии, а затем использование переходных фраз или словесных подсказок для обозначения перехода от одной темы к другой. Например, экскурсовод может сказать: "Теперь, когда мы изучили историю этого здания, давайте перейдем к событиям, которые здесь происходили" или "Пока мы идем к следующей остановке, я расскажу вам о значении этого места в более широком историческом контексте".

Создание предвкушения и любопытства: Для того, чтобы аудитория стремилась получить больше информации, экскурсоводы могут развивать предвкушение и любопытство, намекая на предстоящие интересные моменты или утаивая ключевую информацию до конца экскурсии. Это может создать ощущение напряженности и интриги, побуждая участников оставаться вовлеченными и внимательными. Например, гид может сказать: "Продолжая прогулку, мы наткнемся на интересный артефакт с загадочной историей" или "Вскоре мы обнаружим удивительную связь между этим местом и известным историческим деятелем".

Адаптация контента к аудитории: Для того чтобы материал был увлекательным и актуальным для конкретной аудитории, экскурсоводы должны быть готовы адаптировать свои материалы в зависимости от интересов, знаний и возраста группы. Это может включать упрощение или детализацию определенных тем, включение большего количества анекдотов или личных историй, или фокусирование на определенных темах, которые находят отклик у группы. Подстраивая содержание под аудиторию, гиды могут создать более увлекательный и содержательный опыт для участников.

В заключение следует отметить, что привлечение и удержание внимания в контактной экскурсии требует многогранного подхода, включающего в себя рассказ, описательный язык, персонализацию, взаимодействие, визуальные средства, невербальную коммуникацию, модуляцию тона и темпа, четкую структуру, создание предвкушения и адаптацию аудитории. Используя эти методы и приемы, экскурсоводы могут создавать увлекательные и запоминающиеся экскурсии, которые оставляют неизгладимое впечатление на участников и вдохновляют их на дальнейшее изучение и оценку исторического и культурного значения посещаемых мест.

§2. Вербальные и невербальные средства привлечения внимания в виртуальном туре

В современной быстро развивающейся музейной среде виртуальные туры играют важную роль в привлечении аудитории и расширении доступа к культурным и историческим ценностям. По мере развития технологий музеи все чаще используют цифровые платформы для представления своих коллекций, обеспечивая посетителям более глубокое погружение и интерактивность. Среди различных форматов и используемых платформ, виртуальные туры на основе видео, особенно на таких популярных платформах, как YouTube, получили значительное распространение благодаря своей способности охватить более широкую аудиторию, обеспечивая богатое и динамичное представление информации.

Виртуальные туры предлагают ряд преимуществ как для музеев, так и для их аудитории. Для музеев цифровой формат позволяет демонстрировать более широкий спектр экспонатов, включая те, которые являются хрупкими или недоступными в физических помещениях. Кроме того, виртуальные туры позволяют музеям привлечь глобальную аудиторию, тем самым повышая их узнаваемость и влияние. Для аудитории видеотуры обеспечивают гибкость в плане времени, места и темпа доступа, позволяя людям осматривать музеи в удобное для них время. Кроме того, виртуальные туры предлагают инклюзивный опыт, удовлетворяя потребности людей с ограниченными возможностями с помощью таких функций, как субтитры или альтернативные визуальные представления.

В контексте филологии важно изучить вербальные и невербальные средства, с помощью которых виртуальные туры привлекают внимание и создают увлекательный опыт для пользователей. Благодаря сочетанию эффективного повествования, рассказов, визуальных эффектов и методов редактирования виртуальные туры стремятся обеспечить запоминающееся и увлекательное путешествие по коллекциям музея. В следующих разделах мы подробнее рассмотрим различные вербальные и невербальные стратегии, используемые в виртуальных турах для привлечения и поддержания интереса зрителей.

Доступность и гибкость для пользователей - важнейшие аспекты виртуальных туров, которые способствуют их растущей популярности. Онлайн-формат позволяет людям со всех уголков земного шара получать доступ к музейным коллекциям и изучать их в удобное для них время, преодолевая географические и временные ограничения. Такая демократизация культурных ресурсов способствует формированию более инклюзивной среды, позволяя людям, у которых нет возможности посетить музей, воспользоваться его предложениями. Более того, виртуальные туры ориентированы на пользователей с различными потребностями и предпочтениями, предоставляя настраиваемые параметры, такие как субтитры для слабослышащих, описательный звук для слабовидящих и языковые переводы для тех, кто не является носителем языка, обеспечивая тем самым более инклюзивный опыт для различных аудиторий [1, с. 605].

Использование визуальных и аудиальных элементов в виртуальных турах значительно улучшает представление информации, создавая более увлекательный и запоминающийся опыт для пользователей. Благодаря использованию мультимедийных ресурсов, включая изображения, видео, анимацию и звук, виртуальные туры могут эффективно передавать сложные идеи и стимулировать различные органы чувств одновременно. Такой мультисенсорный подход к подаче информации соответствует принципам теории когнитивной нагрузки, которая утверждает, что люди учатся более эффективно, когда информация представлена в нескольких модальностях [2, с. 136]. Кроме того, стратегическое использование визуальных и аудиальных элементов помогает создать четкую структуру повествования, способствуя лучшему пониманию и запоминанию представленного материала.

Иммерсивный опыт и эффект "присутствия" также являются важнейшими компонентами виртуальных туров, которые способствуют их привлекательности. Используя передовые технологии, такие как видео 360 градусов, виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), музеи могут создавать реалистичные впечатления, которые переносят пользователей в самое сердце экспонатов [3, с. 420]. Это чувство погружения способствует более глубокой эмоциональной связи с контентом, делая опыт более личным и действенным. Эффект "присутствия", который означает ощущение физического присутствия в виртуальной среде, является мощным инструментом для захвата и удержания внимания пользователей, поскольку он побуждает к исследованию и взаимодействию [4, с. 600]. В совокупности эти факторы способствуют общей эффективности и привлекательности виртуальных туров в современной музейной среде.

Ссылки:

Эваллиер, В.Д. (2020). Производство искусства в цифровом музейном пространстве. Художественная культура, (4), 600-621.

Быструшкин, С.К., Созонова, О.Я., Петрова, Н.Г. (2017). Влияние психологических особенностей личности на графическое воспроизведение визуальной информации. Сибирский педагогический журнал, (4), 136-144.

Сударикова, Е.В. (2018). Взаимодействие музея и посетителя с помощью канала YouTube. Жизнь Земли, 40(4), 420-423.

Феоктисова, С.Е., Михайлова, А.В., Качуровская, Д.В., Васильева, П.О. (2019). Музей в цифровую эпоху: Переагрузка. Москва: Издательские решения.

Вербальные средства привлечения внимания играют важную роль в повышении общего впечатления от виртуальных туров. Четкое и увлекательное повествование необходимо для поддержания интереса пользователей и обеспечения эффективной передачи знаний. Например, в виртуальном туре по галерее египетских скульптур Британского музея используется увлекательное повествование, в котором исторические факты сочетаются с интересными историями о людях, стоящих за артефактами [1]. Такой подход не только помогает пользователям лучше понять материал, но и способствует лучшему запоминанию представленной информации.

Виртуальный тур по галерее египетских скульптур Британского музея:

Пример: "Эта колоссальная статуя царя Аменхотепа III - один из самых ярких экспонатов нашей коллекции. Его правление, известное своим процветанием и художественными инновациями, оставило неизгладимое впечатление на Древний Египет. Представьте себе, что вы прогуливаетесь по улицам его столицы, Фив, и воочию ощущаете величие его памятников".

Здесь повествование привлекает внимание, подчеркивая важность статуи и предлагая пользователям представить себя в историческом контексте.

Использование техники повествования для того, чтобы сделать контент запоминающимся, - еще один важный аспект виртуальных туров. В виртуальном туре по коллекции египетских древностей музея Лувр используются анекдоты, личные истории и эмоциональные крючки для создания более близкого и увлекательного опыта для пользователей [2]. Делясь историями о жизни древних египтян и об обнаружении артефактов, Лувр поддерживает вовлеченность и мотивацию пользователей к дальнейшему изучению контента. Эти методы могут быть особенно эффективны для привлечения внимания молодой аудитории, которая может иметь более короткую продолжительность внимания или быть менее склонной к взаимодействию с традиционными образовательными материалами.

Виртуальный тур по египетским древностям музея Лувра:

Пример: "Любуясь сложными деталями этого древнего артефакта, подумайте об искусном ремесленнике, который создал его тысячи лет назад. Каждый взмах их резца отражает не только их талант, но и их преданность сохранению своей культуры для будущих поколений".

В этом примере повествование эмоционально привязывает пользователей к экспонату, очеловечивая создателя и подчеркивая его культурные мотивы.

Интеграция контекста и справочной информации - еще одно важнейшее вербальное средство привлечения внимания в виртуальных турах. Например, виртуальный тур Смитсоновского национального музея естественной истории предоставляет исторический, культурный и социальный контекст, чтобы помочь пользователям лучше понять значение экспонатов и глубже воспринять материал [3]. Контекстная информация органично вплетается в повествование, предлагая пользователям всестороннее понимание предмета. Кроме того, справочная информация может быть представлена с использованием различных форматов, таких как текстовые наложения, голосовое сопровождение или кликабельные "горячие точки", что позволяет пользователям получать доступ к информации по мере необходимости.

Виртуальный тур Смитсоновского национального музея естественной истории:

Пример: "Этот увлекательный экспонат демонстрирует множество окаменелостей доисторической эпохи - времени, когда ландшафт Земли значительно отличался от того, что мы знаем сегодня. Каждая окаменелость рассказывает свою уникальную историю, открывая нам жизнь и среду обитания существ, которые бродили по нашей планете миллионы лет назад".

Повествование здесь обеспечивает контекст и справочную информацию, описывая значение экспоната и то, как он связан с более широким пониманием истории Земли.

В целом, вербальные средства привлечения внимания, включая четкие и увлекательные рассказы, методы повествования и интеграцию контекста и справочной информации, имеют решающее значение для создания убедительных виртуальных туров. Используя эти стратегии, такие музеи, как Британский музей, Лувр и Смитсоновский национальный музей естественной истории, привлекают внимание пользователей, способствуют более глубокому пониманию своих коллекций и создают запоминающиеся впечатления, которые находят отклик у различных аудиторий.

Ссылки:

Британский музей. Виртуальный тур по галерее египетской скульптуры. Получено с сайта <https://britishmuseum.withgoogle.com/>.

Музей Лувра. Виртуальный тур по египетским древностям. Загружено с <https://www.louvre.fr/en/visites-en-ligne#tabs>.

Смитсоновский национальный музей естественной истории. Виртуальный тур. Получено с <https://naturalhistory.si.edu/visit/virtual-tour>

Виртуальный тур Государственного Эрмитажа:

Вербальные приемы:

Использование повествования: Экскурсовод часто делится анекдотами и историческими историями об экспонатах, делая контент запоминающимся и увлекательным. Например: "Знаете ли вы, что императрица Екатерина Великая лично отбирала произведения искусства для своей коллекции? Она была страстным коллекционером и обладала необыкновенным вкусом".

Интеграция контекста и справочной информации: Путеводитель содержит контекст, помогающий пользователям понять значение артефактов. Например: "Этот древний мраморный саркофаг был найден при раскопках в Риме и датируется третьим веком нашей эры".

Невербальные техники:

Использование 360-градусных панорамных видов: Эта функция позволяет пользователям увидеть великолепные интерьеры музея с разных ракурсов, усиливая ощущение присутствия.

Фоновая музыка: В туре используется тонкая фоновая музыка, которая дополняет повествование и помогает создать эффект погружения.

Виртуальный тур по Русскому музею:

Вербальные техники:

Описательный язык: Гид использует яркие и вызывающие формулировки для описания произведений искусства, вовлекая воображение пользователей. Например: "Посмотрите на этот портрет Пушкина работы Ореста Кипренского. Художник передал неповторимый дух поэта, его тонкий, интеллектуальный взгляд и силу его таланта".

Подчеркивание связей между экспонатами: Путеводитель указывает на тематические связи между различными произведениями искусства, помогая пользователям понять эволюцию русского искусства. Например: "Обратите внимание на стилистическое сходство между Левитаном и Коровиным, оба художника были представителями русского импрессионизма".

Невербальные техники:

Функция увеличения масштаба: Пользователи могут увеличивать масштаб произведений искусства, чтобы рассмотреть сложные детали, что позволяет им лучше оценить мастерство художников.

Интеграция текстовой информации: Дополнительная информация об экспонатах представлена в виде текстовых всплывающих окон, что позволяет пользователям глубже понять произведения искусства.

Виртуальный тур по музеям Московского Кремля:

Вербальные техники:

Тематическая организация: Гид представляет экскурсию как путешествие по разным историческим периодам, обеспечивая пользователям всестороннее понимание истории России. Например: "Мы начинаем наше путешествие во времени с древних церквей, построенных в 16 веке, и переходим к более поздним памятникам".

Акцент на уникальных особенностях: В путеводителе подчеркиваются уникальные аспекты каждого здания или артефакта, что привлекает интерес пользователей. Например: "Архангельский собор особенно примечателен своими фресками, выполненными в традициях московской школы иконописи. Здесь вы найдете яркие примеры искусства XVI и XVII веков".

Невербальные техники:

Интерактивная карта: В туре используется интерактивная карта, позволяющая пользователям легко ориентироваться на обширной территории Кремля и выбирать конкретные места для осмотра.

Высококачественные визуальные материалы: Использование изображений и видео высокого разрешения демонстрирует великолепие архитектуры и артефактов Кремля, создавая визуально увлекательный опыт для пользователей.

Виртуальный тур по Третьяковской галерее:

Вербальные техники:

Комментарий эксперта: Экскурсовод - искусствовед, который дает экспертную оценку значению и контексту выставленных произведений искусства. Например: "Поленов - один из ключевых художников русского реализма. В своей знаменитой картине "Москва. Улица Средний Арбат" он передает атмосферу городской жизни 19 века".

Цитирование художников и современников: Экскурсовод часто цитирует самих художников или их современников, чтобы дать более глубокое понимание произведения искусства. Например: "Сергей Третьяков, основатель галереи, сказал о Репине: "Это был великий художник, который понимал русскую душу и умел передать ее на холсте"".

Невербальные техники:

Опыт виртуальной реальности (VR): Третьяковская галерея предлагает виртуальную реальность для некоторых выставок, обеспечивая пользователям еще более захватывающий и интерактивный опыт.

Тематическая группировка произведений искусства: Виртуальный тур организован тематически, что позволяет пользователям исследовать галерею, исходя из своих интересов, например, портреты, пейзажи или исторические картины.

В этих примерах вербальные методы, используемые в русскоязычных виртуальных турах, выходят за рамки того, что может сказать гид во время очной экскурсии, а невербальные методы в полной мере используют цифровой формат для обеспечения более глубокого погружения и интерактивного опыта для пользователей.

В заключение этой главы мы рассмотрели важнейшую роль, которую вербальные и невербальные средства привлечения внимания играют в виртуальных турах, ставших неотъемлемой частью современной музейной среды. Анализ продемонстрировал преимущества виртуальных туров как для музеев, так и для их аудитории, включая повышенную доступность, гибкость и эффективное представление информации с помощью визуальных и слуховых элементов. Иммерсивный опыт и эффект "присутствия", создаваемый виртуальными турами, еще больше способствуют вовлечению аудитории.

Мы проанализировали вербальные и невербальные стратегии, используемые в виртуальных турах, обратив внимание на важность построения

убедительного повествования, использования повествовательных техник для создания запоминающегося контента и интеграции контекстной и справочной информации для обогащения общего пользовательского опыта.

Изучение конкретных русскоязычных виртуальных туров пролило свет на успешную реализацию этих стратегий, продемонстрировав их эффективность в привлечении интереса пользователей и сохранении культурного наследия. Поскольку цифровой музейный ландшафт продолжает развиваться, музеям необходимо совершенствовать и расширять свой репертуар вербальных и невербальных методов для поддержания эффективной коммуникации культурного наследия в онлайн-сфере.

Так же, необходимо отметить важность эффективного выбора лингвистических средств и коммуникативных стратегий в контексте виртуальных туров. Для того чтобы привлечь разнообразную аудиторию и передать культурное и историческое значение экспонатов, музеи должны тщательно прорабатывать вербальный контент, учитывая тонкости языка, тона и стиля повествования. Таким образом, они могут создать увлекательный и познавательный опыт для зрителей, сохраняя при этом аутентичность культурного повествования.

Изучение вербальных и невербальных приемов в виртуальных турах еще больше подчеркивает роль языка как мощного инструмента для формирования музейного опыта в цифровой среде. Поскольку музеи продолжают адаптироваться к цифровой эпохе, для них крайне важно не забывать о филологических аспектах своих онлайн-презентаций, обеспечивая эффективную передачу богатства и глубины культурного наследия, которое они представляют, с помощью продуманных вербальных и невербальных средств.

Глава 3

Параграф 1

При изучении иностранного языка студенты неизбежно знакомятся с традициями страны изучаемого языка, которая хранит культурный и исторический опыт предыдущих поколений. Это знакомство направлено не только на формирование положительного впечатления о стране изучаемого языка, но и на активизацию учебного процесса, существенно помогая развитию вторичной языковой личности, которая возникает в процессе овладения иностранным языком.

Мы считаем, что приобретение культурно-исторических знаний иностранными учащимися является важнейшей обязанностью преподавателя русского языка как иностранного (РКИ). Однако погружение в культуру не происходит автоматически: и преподаватель, и обучающийся должны прилагать целенаправленные усилия для раскрытия информации, хранящейся в языке. В этом контексте аспект преподавания, известный как лингвострановедение, имеет уникальное функциональное значение.

Хорошо известно, что будущие студенты, приезжающие в Россию, часто практически не знают русского языка, даже на базовом уровне. Начав обучение в университете и постепенно овладев лексическим и грамматическим строем языка, они продолжают общаться на родном языке в повседневной жизни и применяют полученные навыки в минимальной степени. Более того, многие студенты ведут замкнутый образ жизни, проводя свой досуг в общежитиях, не посещая культурные мероприятия и не проявляя интереса к российскому искусству и истории. В таких условиях полное овладение русским языком становится невозможным, а процесс обучения часто сводится к запоминанию лексики и грамматических правил, которые без практического применения становятся бездейственными. Следовательно, нарушается основная функция языка - коммуникативная.

В этой ситуации преподавателям РКИ следует сосредоточиться на создании у учащихся положительного образа русскоговорящего человека, снижении стресса при общении, воспитании интереса к русским традициям с учетом национальных, возрастных и социальных особенностей учащихся.

Несомненно, процесс изучения русского языка следует рассматривать как процесс аккультурации. Аккультурация - это усвоение норм, правил и

ценностей другой культуры, отличной от родной [**Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова. — М.: Русский язык, 1980. — 320 с.**]. Акцент на аккультурации подчеркивает важность ознакомления студентов с внутренним миром носителей русского языка.

Учебные экскурсии играют важнейшую роль в социокультурной адаптации студентов. Они служат источником культурной и лингвострановедческой информации и могут быть использованы для закрепления усвоения лексического и грамматического материала по конкретным темам.

Успешная экскурсия должна включать в себя три обязательных этапа:

1 этап - подготовительный, на котором преподаватель знакомит учащихся с лексикой, грамматическими структурами и ключевыми моментами, связанными с темой экскурсии, а также предоставляет познавательную информацию;

2 этап - сама экскурсия, проводимая по заранее составленной программе в заранее выбранном месте;

3 этап - обработка и закрепление полученной информации и учебных материалов, которая может происходить в аудитории или вне аудитории в студенческом общежитии, в зависимости от вида запланированной работы. Этот этап должен включать различные задания и упражнения, а также обучающие игры, викторины и тесты, и необходим для активизации и систематизации полученного материала.

Экскурсионная речь имеет большой потенциал в преподавании русского языка как иностранного. Использование ЭР позволяет учащимся работать с аутентичным, богатым контекстом языком, который неотъемлемо связан с культурой и историей страны. В результате экскурсионная речь может помочь учащимся развить более глубокое понимание как языка, так и культурного контекста, в котором он используется.

Такие филологи, как Балыхина и Хавронова, утверждают, что реальные ситуации, представленные в экскурсионной речи, способствуют овладению языком, поскольку знакомят учащихся с естественными языковыми моделями и структурами, а также с культурными и историческими знаниями. Таким образом, экскурсионная речь служит важным дидактическим материалом, который не только помогает учащимся улучшить свои языковые навыки, но и способствует подлинному восприятию и пониманию русской культуры.

Кроме того, по мнению Еременко В.П., использование экскурсионной речи в преподавании русского языка как иностранного позволяет учащимся столкнуться с широким спектром лексических единиц и синтаксических структур, что делает ее ценным ресурсом для расширения словарного запаса и грамматики. Динамичный характер экскурсионной речи также позволяет учащимся тренировать навыки аудирования и говорения, поскольку они сталкиваются с различными акцентами, темпом речи и произносительными нюансами, характерными для носителей языка.

Ссылки:

1. *Инновационный учебно-методический комплекс "Русский как иностранный", Хавронина, Балыхина*
2. *Еременко В.П. Лингвострановедческий аспект в обучении русскому языку как иностранному: учебная экскурсия как средство адаптации и аккультурации иностранных учащихся (на примере экскурсии «Масленица: история и традиции праздника») // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. Сер.: Методика преподавания языка и литературы. 2023. № 02 (19). Режим доступа: <https://scipress.ru/fam/articles/lingvostranovedcheskij-aspekt-v-obuchenii-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu-uchebnaya-ekskursiya-kak-sredstvo-adaptatsii-i-akkulturatsii-inostrannykh-uchashhikhsya-na-primere-ekskursii-maslenitsa-istoriya-i-traditsii-prazdnika.html> (Дата обращения: 30.04.2023)*

Использование экскурсионной речи в качестве дидактического материала дает ряд преимуществ при обучении русскому языку как иностранному (РКИ). Одним из ключевых преимуществ является повышение языковой и культурной компетенции учащихся, что обусловлено аутентичными, реальными контекстами и ситуациями, которые часто представляет экскурсионная речь.

Как подчеркивают в своем исследовании Капелюшник и Потураева (2014), экскурсионные занятия способствуют развитию коммуникативных и речевых навыков, формированию и совершенствованию речевых умений учащихся, а также созданию реальных условий общения на изучаемом языке. Они утверждают, что регулярные и систематические экскурсионные занятия позволяют учащимся максимально приблизиться к реальным коммуникативным ситуациям, что в свою очередь способствует повышению эффективности учебного процесса и развитию навыков самостоятельной деятельности.

Еще одним преимуществом использования экскурсионной речи в преподавании РКИ является ее способность облегчить адаптацию студентов к социокультурной среде страны изучаемого языка. Шаповал (2014) подчеркивает роль экскурсий в психологической и культурной адаптации иностранных студентов к городу и стране обучения. Экскурсии дают студентам возможность погрузиться в местную культуру, пообщаться с носителями языка и применить полученные языковые навыки в реальных жизненных ситуациях.

Кроме того, экскурсии можно интегрировать в преподавание РКИ, включив в них краеведческие материалы, как предлагают Вылегжанина и Степанова (2018). Такой региональный компонент помогает сформировать в сознании иностранных студентов положительный образ города и России в целом, способствуя более продуктивному лингвокультурологическому подходу к изучению русского языка.

Таким образом, экскурсионная речь служит ценным дидактическим материалом для обучения русскому языку как иностранному. Ссылаясь на работы Капелюшника, Потураевой, Шаповала, Андреевой и Вылегжаниной, можно сделать вывод, что ее использование может повысить языковую и культурную компетенцию учащихся, облегчить их адаптацию к социокультурной среде и предоставить возможности для включения реальных условий в процесс обучения. Включая экскурсионную речь в учебную деятельность, педагоги могут создать более увлекательный и эффективный образовательный опыт для иностранных студентов, изучающих русский язык.