

ТЕОРИЯ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ М. М. БАХТИНА КАК ОСНОВА ОПИСАНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ РЕЧЕВЫХ ПРИЕМОВ

THE MICHAEL BAKHTIN THEORY OF SPEECH GENRES AS A BASIS FOR DESCRIPTION OF THE TOURIST GUIDE DISCURSIVE PRACTICE

A. Svyatoslavsky

Summary. The article critically analyzes traditional approaches to the identification of display and storytelling techniques as fundamental elements of excursion communication. The author sees a more rigorous and logical way, the approach designated at the time by M. Bakhtin in his work *The Problem of Speech Genres*, which was recognized and developed by a number of Russian linguists. From the possible models proposed by them based on the theory of Bakhtin, the model of the speech genre of T.V. Shmeleva was chosen, which, in the opinion of the author of the article, can serve in the future as a basis for describing the stable communicative speech patterns existing within the super-genre.

Keywords: M. M. Bakhtin, T.V. Shmeleva, theory of speech genres, speech genre, verbal communication, Russian speech, excursion, excursion, show and story in excursion, excursion reception.

Святославский Алексей Владимирович

Д.культурологии, профессор, Московский педагогический государственный университет
platoacademia@yandex.ru

Аннотация. В статье подвергнуты критическому анализу традиционные подходы к выделению приемов показа и рассказа как фундаментальных элементов экскурсионной коммуникации. Автору видится более строгим и логичным путем подход, обозначенный в свое время М. Бахтиным в работе «Проблема речевых жанров», получившей признание и развитие в трудах отечественных лингвистов. Из возможных моделей, предложенных ими на основе теории Бахтина, выбрана модель речевого жанра Т. В. Шмелевой, которая, по мнению автора статьи, может послужить в будущем основой для описания существующих в пределах супержанра «экскурсия» более частных устойчивых коммуникативно-речевых паттернов, которые и могут быть определены как экскурсионные жанры.

Ключевые слова: М. М. Бахтин, Т. В. Шмелева, теория речевых жанров, речевой жанр, вербальная коммуникация, русская речь, экскурсия, экскурсоведение, показ и рассказ в экскурсии, экскурсионный прием.

Весьма существенную роль в осмыслении необходимости строгого понимания речи, минимальной единицей которой является высказывание, сыграл М. М. Бахтин, обративший внимание на то, что хотя Ф. де Соссюр описал фундаментальную диаду «язык-речь», в дальнейшем языкознание во многом встало на путь изучения структуры языка в ущерб изучению собственно речи, причем само понимание речи оказалось расплывчатым. Бахтин задавался вопросами: «Что же это за “речевой поток”, что же это за “наша речь”? Какова их протяженность? Имеют они начало и конец? Если они неопределенной длительности, то какой отрезок их мы берем для разделения его на единицы?» «По всем этим вопросам,— продолжал размышления Бахтин,— господствует полная неопределенность и недосказанность. Неопределенное слово “речь”, могущее обозначать и язык, и процесс речи, то есть говорение, и отдельное высказывание, и целый неопределенно длинный ряд таких высказываний, и определенный речевой жанр (“он произнес речь”), до сих пор не превращено лингвистами в строго ограниченный по значению и определенный (определимый) термин (аналогичные явления имеют место и в других языках). Это объясняется почти полной неразработанностью проблемы высказывания и речевых жанров (а следовательно, и речевого

общения). Почти всегда имеет место путаная игра всеми этими значениями (кроме последнего). Чаще всего под выражением “наша речь” понимают любое высказывание любого человека; причем такое понимание никогда не выдерживают до конца» [Бахтин, 1986. С. 262 — *курсив оригинала* — А. С.]

В настоящей статье, ставя перед собой задачу прикладного характера — осмысление феномена экскурсии как сложной устойчивой коммуникативной формы,— мы обращаемся к теории речевых жанров М. М. Бахтина, которая получила большое признание, выведя понятие жанра из узкой области изящной словесности в широкую область письменной и устной речи самого различного функционала.

В традиционном отечественном экскурсоведении с 1960-х гг. получило распространение выделение целого ряда так называемых приемов показа и приемов рассказа, механически переносившихся из одного учебника в другой в виде своего рода классификаций, но при ближайшем рассмотрении вызывавших немало вопросов по той простой причине, что под показом имелась в виду не жестовая или какая-либо другая невербальная коммуникация, а коммуникация строго вербальная, и та-

ким образом фактически стиралось различие между этими самыми областями «показа» и «рассказа» как двумя фундаментальными столпами экскурсионной коммуникации. Если некоторые приемы выделяются достаточно однозначно и определенно (прием цитирования, прием вопросов и ответов и др.), то четко разграничить другие, относя их к области показа или, наоборот, рассказа — крайне затруднительно.

Это происходит еще и потому, что учебники не дают четкого определения показа и рассказа. Крупнейшим методистом в области практики ведения экскурсий во второй пол. XX в. был Б.В. Емельянов, сделавший много полезного для отечественной экскурсионной школы, однако, к сожалению, своим авторитетом закрепивший нелогичность в области классифицирования экскурсионных приемов. Данные им определения показа и рассказа далеки от научной строгости и достаточно расплывчаты: «Показ — процесс реализации принципа наглядности, наглядный способ ознакомления с экскурсионным объектом или несколькими объектами одновременно (например, с памятником архитектуры или с архитектурным ансамблем)» [Емельянов, 2007. С. 74]; «Показ объекта — это система целенаправленных действий экскурсовода и экскурсантов, наблюдение объектов под руководством квалифицированного специалиста. Показ предполагает анализ объектов, активную самостоятельную работу экскурсантов» [Там же]; «Показ на экскурсиях — многоплановый процесс извлечения зрительной информации из объектов, процесс, во время которого действия экскурсантов производятся в определенной последовательности, с конкретной целью» [Емельянов, 2007. С. 75].

Обратимся теперь к определению рассказа: «Рассказ — условно принятое в экскурсионном деле название устной части экскурсии, т.е. сообщения и пояснения, которые экскурсовод дает группе. Это образная информация о памятниках, исторических событиях и деятельности конкретных исторических лиц» [Емельянов, 2007. С. 86].

Возникает вопрос, а разве все перечисленное в разделе приемов показа не есть «устная часть экскурсии»? Все, кроме движения и жестов, являет собой устную речь, даже если это общие императивные формы, вроде «Посмотрите...», «Взгляните...», «Обратите внимание...» «Пройдемте...» и под. «Одна из особенностей рассказа состоит в том, что в нем, как правило, отсутствуют устные доказательства. Их роль выполняет зрительный ряд» [Емельянов Основы экскурсоведения. Уч. пособие. Изд. 2-е. М.: Турист, 1985. С. 23]. Данное уточнение еще больше запутывает ситуацию.

Выделяемые приемы предварительного осмотра, зрительного монтажа, сравнения, аналогии, традици-

онно относимые к приемам *показа*, фактически накладываются на традиционно выделяемые приемы *рассказа* — «справку», «объяснение», литературный монтаж [С 85].

Путем к более логичному и четкому разграничению и классификации основных экскурсионных приемов видится попытка использования теории речевых жанров М.М. Бахтина, при том, что разные ученые по-разному развили эту теорию. В данной статье мы обращаемся к модели речевых жанров Т.В. Шмелевой. Логично, отказавшись от ряда не совсем четко эксплицированных в методике и практике экскурсоведения приемов из традиционного набора, представить наиболее очевидные как некие речевые жанры занимающие субпозиции по отношению к экскурсии как супержанру.

Описывая специфику речевого жанра, Бахтин обращает внимание на специфику сферы употребления языка, справедливо замечая, что «многие люди, великолепно владеющие языком, часто чувствуют себя совершенно беспомощными в некоторых сферах общения именно потому, что не владеют практически жанровыми формами данных сфер. Часто человек, великолепно владеющий речью в различных сферах культурного общения, умеющий прочесть доклад, вести научный спор, великолепно выступающий по общественным вопросам, молчит или очень неуклюже выступает в светской беседе» [Бахтин, 1986. С. 273]. Это замечание применимо к сфере экскурсионной риторики и лишней раз обращает наше внимание на то, что даже хорошее владение языком — без освоения специфики экскурсионных жанров — не гарантирует эффективной профессиональной работы экскурсовода. Чем определяется выбор речевого жанра? «Спецификой данной сферы речевого общения, предметно-смысловыми (тематическими) сообщениями, конкретной ситуацией речевого общения, персональным составом его участников и т.п.», — указывает Бахтин [Бахтин, 1986. С. 270].

Успех работы экскурсовода сегодня определяется, по большому счету, двумя факторами: умением помочь экскурсantu вступить в диалог с материалом темы, «духом местности», с объектами, — с одной стороны, и с другой, — установить свой личный, «персонализированный» контакт с экскурсantом, проще говоря, — понравиться экскурсantу как адекватно коммуникабельная личность, владеющая профессиональным мастерством. Анализ деятельности любой современной турфирмы, работающей на рынке внутреннего туризма, позволяет сделать вывод о том, что турист, покупая путевку, делает выбор в пользу следующих позиций:

1. куда едем (идем) — место;
2. что будем смотреть и слушать — тема;
3. кто ведет экскурсию — экскурсовод.

Последний фактор, на первый взгляд, менее существен, однако никто не сможет возразить нам в том, что есть немало туристов и экскурсантов, которые идут или едут уже не столько *на тему*, сколько на *любимого экскурсовода*. «Чем лучше мы владеем жанрами, — продолжает Бахтин, — тем свободнее мы их используем, тем полнее и ярче раскрываем в них свою индивидуальность (там, где это можно и где это нужно), гибче и тоньше отражаем неповторимую ситуацию общения — одним словом, тем совершеннее мы осуществляем наш свободный речевой замысел» [Бахтин, 1986. С. 273].

Т.В. Шмелева, развивая концепцию Бахтина, предложила универсальную модель речевого жанра, включающую такие позиции, как 1) коммуникативная цель; 2) образ автора (адресанта); 3) образ адресата; 4) образ прошлого и будущего; 5) тип диктумного (событийного) содержания и 6) характер языкового воплощения [Шмелева, 1997]. С позиций коммуникативной цели выделяются жанры:

- ◆ информативные (обмен информацией),
- ◆ императивные (просьбы, приказы, извинения и под.),
- ◆ оценочные,
- ◆ этикетные

Коммуникативная цель экскурсии как супержанра состоит в удовлетворении ряда социальных потребностей человека. Конкретный жанр вполне может быть отнесен к одной из четырех предложенных Шмелевой позиций.

Отметим лишь, что не всегда конкретный текст или высказывание (минимальная единица речи, по Бахтину) может быть однозначно обозначен как информационный, или оценочный, или этикетный — речь идет о преобладающей установке. Много трудностей в экскурсионной работе связано с оценками тех или иных культурных явлений. Общество (особенно современное российское общество) не может считаться однородным в области эстетических, и идеологических предпочтений. Поэтому, например, перейдя от рассказа об истории мавзолея Ленина на Красной площади к проблеме возможного его сноса и перезахоронения Ленина, экскурсовод рискует вызвать дискуссию, которая не улучшит атмосферу общения. С другой стороны, экскурсоводу приходится «сеять разумное, доброе, вечное», исходя из просветительской и воспитательной функции экскурсии, а значит, совершенно уйти от оценок не удастся, при том, что в понимании разумного и доброго общего согласия нет.

Важной позицией в работе экскурсовода видится нам *образ адресата*. Один и тот же объект, одна и та же тема, одна и та же проблематика при одном и том же экскурсоводе — должны прозвучать по-разному, в за-

висимости от особенностей аудитории. В идеале здесь должны учитываться даже факторы индивидуальных особенностей каждого члена экскурсионной группы, что на практике недостижимо. Поэтому обычно хорошие экскурсоводы стремятся адаптировать свой текст и приемы показа к определенному типу группы, выделяемому по социокультурным (столичные, провинциальные, городские, сельские); региональным (местные, приезжие, соотечественники, иностранцы); возрастным (дети, взрослые, люди преклонного возраста); религиозным; этническим и др. признакам. Не будучи должным образом воспринята, эта простая установка, как показывает многолетний опыт, является частой причиной коммуникативных неудач. Гиды, привыкшие к иностранцам, нередко поверхностно знают отечественный историко-культурный материал. Профессиональные историки и искусствоведы в роли экскурсоводов, наоборот, подчас обрушивают на экскурсантов море информации, забывая о том, что, во-первых, перед ними не коллеги-профессионалы, а во-вторых, что люди пришли отдыхать, а не слушать лекцию в научном обществе. Экскурсоводы, изо дня в день работающие с детскими группами, иногда автоматически переносят свои привычные приемы на взрослую аудиторию.

Нередко начинающие экскурсоводы спрашивают, нужно ли, осваивая или разрабатывая новую тему, писать *полный* текст экскурсии и его заучивать. Приходится отвечать, что написание такого текста может носить лишь учебно-тренировочный характер при обучении профессии, но на практике хороший экскурсовод никогда не будет слово в слово повторять самого себя — прежде всего (есть и иные причины) именно потому, что всякий раз меняется коммуникативная ситуация, меняются те самые категории, перечисленные в модели речевого жанра Шмелевой.

Такой параметр, как *образ времени* (прошлого и будущего), также играет свою роль на экскурсии. У экскурсовода и экскурсанта может быть какое-то общее «коммуникативное прошлое» и «коммуникативное будущее». Одно дело — ситуация знакомства с группой, когда присутствует элемент неизвестности (кто это передо мной?) или даже настороженности, другое — общение в конце тура, когда участники экскурсии уже перезнакомились с экскурсоводом и между собой, третье — когда туристы пришли «на любимого экскурсовода», с которым их связывают уже длительные симпатии и взаимные интересы, возможно, уже были обсуждены какие-то общие темы. Учитель, ведущий экскурсию в своем классе или для чужого малоизвестного класса — ощущает себя с группой по-разному.

Более того, фактор времени как таковой всегда присутствует в виде полуосознанного ощущения себя в определенной точке координат хронотопа: мы постоянно

локализуем себя внутренним «навигатором»: где и в какой точке времени мы сейчас находимся. На временной оси это выражается в сознательном, подсознательном или полусознательном ощущении себя и окружающего по отношению к прошлому и будущему. Если экскурсия происходит вскоре после какого-то потрясшего всех события — то оно будет ощущаться группой даже на подсознании, формируя определенный эмоциональный фон — радости, тревоги, ожидания, неопределенности и проч. То же касается ощущения будущего. Смерть, или, наоборот, «Вечная Жизнь», «счастливое будущее человечества» на земле, приближающийся праздник и прочая, прочая — все это вносит неизбежный момент ожидания в сознание индивида. Так, студенческая группа на экскурсии будет ощущать себя по-разному накануне сессии и после успешно сданных зачетов и экзаменов накануне каникул.

Категория *диктума* относится к содержанию текста, который получает языковое воплощение. Диктум как таковой обращен к внеречевой действительности, к событиям. При формировании содержания высказывания в экскурсионном рассказе значительную роль призвано играть представление экскурсовода (и разработчика экскурсии) о *пресуппозиции* как предварительном (иначе фоновом) знании экскурсанта, помогающем адекватно воспринимать текст и продвигать экскурсанта в постижении нового материала. Фоновое знание влияет и на так называемый механизм *антиципации*, то есть на формирование образа в сознании адресата еще до завершения речевого акта, направленного на формирование этого образа. Этот механизм был, в частности, описан среди других механизмов речи выдающимся отечественным психолингвистом Н. И. Жинкиным [Жинкин, 1958].

Анализируя отличие предложения как абстрактной категории языка от высказывания как конкретной единицы речи, Бахтин пишет о бессмысленности «высказывания вообще», поскольку «в действительности всякое /.../ сообщение к кому-то обращено, кем-то вызвано, имеет какую-то цель, то есть является реальным звеном в цепи речевого общения в определенной сфере человеческой действительности или быта» [Бахтин, 1986. С. 277].

С диктумом связан *модус* — способ подачи сообщения, определяемый отношением говорящего к сообщаемому. Категория модальности получила разработку в теории высказывания швейцарского лингвиста Шарля Балли. Модальность выражается в том, что говорящий представляет явление действительности в речи как реальное (достоверное) или нереальное (возможное, невозможное, сомнительное, желательное, требуемое и т.д.).

Имеет место прямое или косвенное выражение своего отношения к предмету речи, что всегда связано с экс-

прессивностью. «Высказывание, его стиль и композиция определяются его предметно-смысловым моментом и его экспрессивным моментом, то есть оценивающим отношением говорящего к предметно-смысловому моменту высказывания» [Бахтин, 1986. С. 285].

Категория экспрессивности находит выражение в вербальных, паравербальных и невербальных средствах коммуникации (проксемика, мимика, жестикуляция, одежда и др.). Проксемика — это фактор физической дистанцированности говорящего и слушающего, причем физическая дистанция связана с дистанцией социальной. Чем ближе располагаются друг другу говорящий и слушающий, чем менее официальным и более интимным становится общение. Жесты и мимика практически всегда сопровождают нашу речь. Для экскурсионного общения важно, чтобы эти средства не отвлекали, а помогали усвоению вербально представленного материала. Если мимика, жестикуляция, телодвижения, экскурсовода живут сами по себе (привычка переминаясь с ноги на ногу, размахивать руками, вертеться, гримасничать и т.д.), то они не просто мешают усвоению материала, но способны переключить внимание группы с материала на внешность экскурсовода, порой вызывая недоумение, смех и другие ненужные эмоции. Это же касается экстравагантной манеры одеваться, что характерно для экскурсоводов, чувствующих себя артистами на собственном бенефисе. Специфика экскурсионного показа такова, что на пешеходной экскурсии само указание на предмет должно подкрепляться физически — жестом указания (вытянутая рука). Важна поза и место расположения экскурсовода, которому рекомендуется стоять спиной к объекту показа и лицом к группе. При указании на объект экскурсовод поворачивается вполоборота, не теряя из вида тех, к кому обращается и одновременно делая жест в сторону объекта. Удивительно, что такая простая заповедь не всегда усваивается на практике современными экскурсоводами, становиться же спиной к группе, глядя на объект и продолжая рассказывать «в пустоту» не только невежливо, но прямо бессмысленно.

Шестая позиция в модели, предложенной Т. В. Шмелевой, — *характер языкового воплощения* — касается непосредственно организации речи и артикуляции. Опыт показывает, что хорошо структурированная, логически обоснованная и внятно артикулированная речь производит на экскурсанта не меньшее впечатление, чем эрудиция экскурсовода. Риторика всегда тесно связана со стилистикой и культурой речи. Немалое место в профессии экскурсовода занимает владение речевыми навыками, как в сфере устной (что наиболее очевидно), так и письменной (формирование материалов и документов, необходимых для разработки и проведения экскурсии) речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества Изд. 2-е. М.: Искусство, 1986 С. 250–297.
2. Емельянов Б. В. Основы экскурсоведения. Уч. пособие. Изд. 2-е. М.: Турист, 1985. — 112 с.
3. Емельянов Б. В. Экскурсия — неотъемлемая часть идейно-воспитательной работы. Уч. пособие. М.: ЦРИБ «Турист», 1984. — 112 с.
4. Жинкин Н. И. Механизмы речи. М.: Наука, 1958–370 с.
5. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Сб. Саратов: ГУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–99.

© Святославский Алексей Владимирович (platoacademia@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский педагогический государственный университет