

КОММУНИКАТИВНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКСКУРСИОННОЙ РЕЧИ

Святославский Алексей Владимирович

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

DISCOURSE AND COMMUNICATION: IMPORTANT ASPECTS OF GUIDE'S SPEECH IN TOURISM

A. Svyatoslavsky

Summary. The article deals with the problems of the guide's excursion speech in connection with the most important provisions of the theory of social and verbal communication. The most well-known communication models developed by G. Lasswell, R. Jacobson, R. Braddock, and others are described, as well as the basic tenets of ancient and modern rhetoric necessary for the formation of the theoretical basis of excursion activity. Various points of view on the essence of rhetoric as a set of practical skills and as a scientific discipline are given. The rationality of a broad understanding of rhetoric in the domestic use as a discipline close to discourse analyses and text linguistics is substantiated.

Keywords: communication, speech communication, Russian speech, rhetoric, excursion, tourism, guide.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы экскурсионной речи в связи с важнейшими положениями теории социальной и речевой коммуникации. Описаны наиболее известные модели коммуникации, разработанные Г. Лассвеллом, Р. Якобсоном, Р. Брэдкоком и др., а также основные положения античной и современной риторики, необходимые для формирования теоретической базы экскурсионной деятельности. Приведены различные точки зрения на сущность риторики как комплекса практических навыков и как научной дисциплины. Обоснована рациональность широкого понимания риторики в отечественном узусе как общего речеведения, или дискурсивной лингвистики.

Ключевые слова: коммуникация, речевая коммуникация, русская речь, риторика, экскурсия, экскурсоведение.

Практический опыт показывает, что одним из критических показателей качества работы экскурсовода является речь. Начинаящие экскурсоводы нередко переносят основной центр тяжести на овладение общекультурной эрудицией и на изучение истории края, забывая о том, что экскурсант может быть сопричастен представленному материалу главным образом через адекватное извлечение смыслов из воспринимаемой речи. Б. А. Успенский рассматривает данную проблему через классическую смысловую дихотомию «содержание / текст». «Адресант [*источник сообщения* — А. С.], — пишет он, — выражает некоторое содержание, облекая его в форму текста: можно сказать, что адресант кодирует сообщение (содержание) и порождает текст. Таким образом, для адресанта исходным пунктом коммуникационного процесса является содержание, т.е. то, что он хочет выразить словами, то, что должно быть понято, то, что он хочет сообщить своему собеседнику. Напротив, для адресата исходным пунктом оказывается текст, т.е. форма, а не содержание: если адресант исходит из содержания, которое он оформляет в виде текста, то адресат исходит из текста, который он получает и из которого он должен извлечь содержание» [Успенский, 2011. С. 124].

Можно задаться вопросом зачем экскурсоводу-практику углубляться в теорию коммуникации? Но экскур-

сия — это коммуникация, и для ответа на поставленный вопрос вспомним ситуацию из давней практики Московского городского бюро экскурсий, когда работавшие одновременно на многих городских и загородных экскурсионных маршрутах молодые экскурсоводы спросили старого музейного экскурсовода, не скучно ли ему всю жизнь водить экскурсию по одной и той же экспозиции. Тот ответил, что весь интерес состоит в том, что меняются слушатели, меняется общая обстановка, меняются цели, а значит, не может быть двух совершенно одинаковых экскурсий даже на одном объекте. Как видим, этот экскурсовод имел в виду не что иное как *меняющуюся коммуникативную ситуацию*.

Знакомясь с новой группой экскурсантов и исходя из имеющихся условий, — в том числе, учитывая пожелания самих участников, установку со стороны организаторов экскурсий (школьный учитель, туристическая фирма, профсоюзный организатор); технические возможности (транспортная ситуация на маршруте, погода, время, которым располагает экскурсовод и т.д.); характер аудитории (взрослые, дети, иностранцы, пожилые люди и т.д.) — экскурсовод должен определиться с целями и средствами. А оценка проведенной работы впоследствии не может быть дана без сопоставления результата с изначально поставленной целью. И профессиональный рост экскурсовода будет во многом зависеть

не только от пополнения знаний и совершенствования методики, но и от того, насколько объективно (в том числе с помощью своих клиентов и своих коллег) экскурсовод сможет оценить уровень реализации поставленных задач после каждой проведенной экскурсии, в том числе через вербальное общение. То есть, нельзя пренебрегать компонентами указанных моделей, обозначающими цели и интенции, с одной стороны, и произведенный эффект, с другой.

Теория коммуникации видится важнейшей метадисциплиной, призванной объяснить многие процессы в природе, технике и, что важно для нас, — в культуре. Слово «коммуникация» латинского происхождения и происходит от глагола *communico* — делать общим. То есть речь идет о взаимодействии как поиске и установлении неких общих точек соприкосновения коммуницирующих субъектов. Иногда коммуникацию понимают очень широко, не ограничивая ее сознательным целеполаганием, тогда ее можно наблюдать и в природе, там, где есть воздействие субъекта на объект, ведущее к изменению объекта, на который она направлена. А.В. Соколов дает определение коммуникации как опосредованного и целесообразного взаимодействия двух субъектов [Соколов, 2002. С. 26]. В зависимости от особенностей пространственно-временной среды он предлагает различать четыре типа коммуникации: материальную, генетическую, психическую, социальную. Три последних образуют класс смысловой коммуникации. В связи с задачами экскурсионно-просветительской деятельности нас интересуют не все виды коммуникации, а определенный вид, получивший название социальной коммуникации ее компонента — речевой коммуникации. По Соколову, «социальная коммуникация есть движение смыслов в социальном времени и пространстве», где смыслы представляют собой знания, умения, стимулы, эмоции; под социальным пространством понимается «интуитивно ощущаемая людьми система социальных отношений между ними, а под социальным временем — интуитивно ощущаемое людьми течение социальной жизни, зависящее от интенсивности социальных изменений [Соколов, 2002. С. 26].

Р.О. Якобсон следующим образом определяет место коммуникативистики как науки: «Семиотика как исследование коммуникации посредством всех типов сообщений составляет концентрический круг, ближайший к лингвистике как исследованию коммуникации с помощью речевых сообщений; следующий, более широкий концентрический круг образует общая наука о коммуникации, которая включает социальную антропологию, социологию и экономику» [Якобсон, 1985, С. 321].

Современный американский коммуникативист Эм Гриффин предлагает следующее простое рабочее опре-

деление для студентов, изучающих коммуникативистику: «Коммуникация — это связанный с отношениями процесс создания и интерпретации сообщений, которые вызывают определенную реакцию» [Гриффин, 2015. С. 37]. Естественно, у Гриффина речь идет о социальной коммуникации. Обратим внимание и на словосочетание «связанный с отношениями», что немаловажно для нашей проблематики.

Естественно, возникает вопрос об универсальных моделях коммуникации. Основу заложил Аристотель, построивший ставшую классической схему: «оратор — речь — аудитория». Начиная с середины XX века, было предложено немало более детализированных моделей коммуникации вообще и социальной коммуникации, в частности. Каждый ученый, предлагая свое определение, пытался акцентировать внимание на какой-то конкретной важной грани столь многогранного понятия. Одной из ранних считается модель коммуникации Гарольда Лассуэлла, американского теоретика СМИ и коммуникативистики, опубликованная им в 1948 г. [Lasswell, 1948. P. 37–51] и вошедшей в науку под названием «модели Лассуэлла 5 W» — по повторяющейся букве W в ключевых словах описывающего модель текста

Who Says?
What?
In Which Channel?
To Whom?
With What Effect?

В переводе с английского это выглядит следующим образом: «Кто говорит? Что говорит? Как говорит? Кому говорит? С каким эффектом?».

Позднее Ричард Брэддок дополнил формулу Лассуэлла двумя существенными компонентами: «с какой целью?» и «в каких условиях?» [Braddock, 1958. P. 88–93].

Дик Ли из Университета штата Миссури (США) [Lee, 2017] попробовал кратко суммировать вклад нескольких известных ученых в осмысление феномена коммуникации. Приведем его итог:

- ◆ Аристотель: Получивший информацию, владеет ключом от успеха;
- ◆ Г. Лассуэлл: Если коммуникация состоялась, должен быть определенный эффект;
- ◆ К. Шэннон и У. Уивер: семантический шум (помехи) может стать главным препятствием на пути коммуникации;
- ◆ У. Шрамм: частичное совпадение личного опыта облегчает достижение успеха в коммуникации;
- ◆ Дж. и М. Райли: Характер участия в социальных группах (первичные или внешние) влияет на характер отправки и получения сообщений (Пер-

вичными группами авторы называют объединенные близкими отношениями группы людей, непосредственным членом которых является индивид)

- ◆ Д. Берло: Необходимо учесть несколько культурных факторов, влияющих на источник, сообщение, канал, приемник (эмоции, фоновые знания и т.д.).

Один из основателей американской школы новой риторики Кеннет Бёрк описал стратегию воздействия на реципиента со стороны говорящего как т.н. «драматическую пентаду», включающую пять элементов: акт, сцену, агента, средство и цель (соответственно в англоязычном оригинале это выглядит как Act, Scene, Agent, Agency, Purpose). При этом риторическая мотивация понимается очень широко, даже выходя за рамки речевой коммуникации. Для того, чтобы анализировать мотивы деятельности, по Бёрку, необходимо получить ответы на пять вопросов: «что произошло (действие); когда и где (сцена); кто произвел действие (агент); каким образом агент произвел действие (средство) и почему (цель)» [Burke, 1969. P. XV]. Как видим, пентада явно коррелирует с моделью «5W» Лассуэлла.

В отечественной методике экскурсионной работы схема экскурсионной коммуникации обычно представлялась следующим образом: 1) экскурсовод (коммуникатор); 2) экскурсант (реципиент, который временами сам на короткое время может превращаться в коммуникатора); 3) объект показа и рассказа [См.: напр., Емельянов, 1984. С. 86]. Однако, на наш взгляд, с учетом существующих моделей социальной коммуникации, данная схема нуждается в ряде уточнений. Во-первых, по большому счету, экскурсовод и экскурсант входят в контакт не с объектом как таковым, а с материалом, который представлен в данном объекте, причем понимаемом в самом широком смысле, во всем богатстве возможных ассоциаций. Безусловно, сам по себе объект может быть семантически важным, даже знаковым явлением культуры, но в любом случае — за демонстрацией и анализом, скажем, скульптурного монумента Пушкину в Москве стоит и личность поэта во всей полноте, и личность скульптора, и эпоха, востребовавшая сооружение такого памятника и многое другое...

Необходимо обратить внимание на понятие *коммуникативной ситуации*, которая включает в себя целый ряд других компонентов, так или иначе оказывающих или могущих оказать влияние на акт коммуникации. Так, Роман Якобсон в своей модели коммуникации учитывал, помимо *кода*, элементы, обозначенные им как *контакт* и *контекст*. Мы можем понимать контекст в его в широком культурологическом смысле, поскольку контакт с объектом происходит в определенное время

(в т.ч. социально-культурное время), в атмосфере определенной культурной эпохи, в определенном социальном окружении, с учетом того, что известно слушателям (фоновое знание), каков их культурный багаж в целом и каковы их представления об объекте показа и рассказа и т.д.

В целом модель Якобсона выглядит следующим образом:

	контекст	
адресант	сообщение контакт код	адресат

Всякий текст предстает двухаспектным, в нем «предметно-логические структуры выполняют /.../ функцию сообщения, а эмоционально-экспрессивные — функцию воздействия», — пишет А.И. Горшков [Горшков, 2006. С. 119].

Экспрессия всегда связана с выражением эмоций. При всей индивидуальности эмоционального выражения, можно в общих чертах обрисовать два крайних типа экскурсионной речи: строго-академическую и эмоционально-экспрессивную, крайней же точкой на шкале экспрессивности можно считать попытки сценического перевоплощения экскурсовода в героев своего рассказа, что увы дано не всем экскурсоводам и не всегда вызывает должный эффект. Автор знаменитого позднеантичного труда по воспитанию оратора Марк Фабий Квинтилиан верно заметил, что «всякая речь должна иметь три совершенства, то есть, быть правильна, ясна и красива» [Квинтилиан, 1834. С. 33].

Таким образом, мы можем считать ораторское искусство (основной, но не единственный компонент риторики) и собственно искусством, которому полезен врожденный талант и которое несет в себе эстетический заряд; и в то же время мастерством, требующим знаний, умений и навыков; при этом риторика как речеведение является также наукой, призванной объяснить всевозможные особенности речевой деятельности как специфической деятельности человека. У древних греков, кстати, под одним и тем же словом «технэ» понималось и то, что мы называем сегодня по-русски мастерством (техникой), и то, что мы называем искусством — в основе понятия лежало представление о гармонии. Риторика как мастерство, как искусство и как наука (осмысление этого искусства) получила развитие еще в античности. Приведя цитату из знаменитого труда Квинтилиана, считавшего, что воспитание гражданина неотделимо от воспитания оратора, обратимся и к другим античным авторам, имена которых широко известны.

Платон в своих знаменитых «Диалогах» находит место для рассуждений о риторике. В диалоге Горгия с Сократом Платон высказывает свое понимание риторики как мастерства оратора [Платон, 1986. С. 450–451].

Ученик Платона Аристотель внес свой вклад в изучение риторики. Он писал: «Итак, определим риторику как возможность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета. /.../ Что касается способов убеждения, доставляемых речью, то их три вида: одни из них находятся в зависимости от характера говорящего, другие — от того или другого настроения слушателя, третьи — от самой речи. Эти последние заключаются в действительном или кажущемся доказывании» [Аристотель, 2000. С. 8–9].

Обратимся теперь к книге Марка Туллия Цицерона «Три трактата об ораторском искусстве», где найдем следующие размышления этого известнейшего специалиста по риторике в истории мировой культуры. «В самом деле, — говорит он, — ведь здесь необходимо усвоить себе самые разнообразные познания, без которых беглость в словах бессмысленна и смешна; необходимо придать красоту самой речи, и не только отбором, но и расположением слов; и все движения души, которыми природа наделила род человеческий, необходимо изучить до тонкости, потому что вся мощь и искусство красноречия в том и должны проявляться, чтобы или успокаивать, или возбуждать души слушателей. Ко всему этому должны присоединяться юмор и остроумие, образование, достойное свободного человека, быстрота и краткость как в отражении, так и в нападении, проникнутые тонким изяществом и благовоспитанностью. Кроме того, необходимо знать всю историю древности, чтобы черпать из нее примеры; нельзя также упускать знакомства с законами и с гражданским правом. Нужно ли мне еще распространяться о самом исполнении, которое требует следить и за телодвижениями, и за жестикulyцией, и за выражением лица, и за звуками и оттенками голоса? Как это трудно само по себе, показывает даже легкомысленное искусство комедиантов в театре: хоть они и силятся владеть и лицом, и голосом, и движениями, но кто не знает, как мало меж ними и было и есть таких, на которых можно смотреть с удовольствием? Наконец,

что сказать мне о сокровищнице всех познаний — памяти? Ведь само собою разумеется, что если наши мысли и слова, найденные и обдуманые, не будут поручены ей на хранение, то все достоинства оратора, как бы ни были они блестящи, пропадут даром» [Цицерон, 1994. С. 80].

Умберто Эко в работе «Отсутствующая структура» пишет следующее: «Риторика не описывает из ряда вон выходящие случаи риторических фигур, которых не может предположить никакой набор психологических или каких-либо других ожиданий, она описывает только те приемы, пусть весьма неожиданные, которые набор слушательских ожиданий все-таки может вместить. В отличие от поэтического дискурса, который, базируясь на минимальных дозах избыточности (в минимальной степени принимая во внимание ожидания адресата), побуждает потребителя к усилению истолкования, к переоценке кодов, — и это одна из существеннейших характеристик современного искусства, — риторика, отвергая крайности, закрепляет взвешенный тип речи, управляемую неожиданностью» [Эко, 2006. С. 129]. Эко демонстрирует интересный и нетривиальный подход, но тем не менее, по нашему мнению, более правильным является сегодня широкое понимание риторики как лингвистической прагматики, или речеведения в целом. Еще в 1930-х гг. один из отцов-основателей семиотики Чарльз У. Моррис обратил внимание на то, что семантика как отношение знака к референту, синтактика как отношения знаков между собой и прагматика как отношение коммуникатора к знаку восходят к знаменитому античному и средневековому образовательному тривиуму «логика — грамматика — риторика». Риторике у Морриса соответствует лингвистическая прагматика [Моррис, 2001. С. 71]. Широкое понимание риторики, объемлющее все ее определения, тем самым облегчает понимание в рамках бытового и научного дискурса.

Таким образом, если рассматривать науку риторику как общее речеведение, то становится очевидным, что она является важнейшей частью теории и практики социальной коммуникации и охватывает целый ряд компонентов экскурсоведения, связанных с разработкой экскурсионных тем и туров, ведением экскурсий, установлением и поддержанием контактов с группой, экскурсионным общением, речевым воздействием.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горшков А. И. Русская стилистика: Стилистика текста или функциональная стилистика: Учебник для пед ун-тов и гуманит. вузов. М.: АСТ: Астрель, 2006. 372 с.
2. Гриффин Эм Коммуникация: Теория и практики / Пер с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», Науменко А. А., 2015. 688 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. Квинтилиан, 1834 — Марка Фабия Квинтилиана двенадцать книг риторических наставлений. Переведены с латинского Императорской Российской Академии членом Александром Никольским и оною Академиею изданы. Часть I. Санкт-Петербург: В типографии Императорской Российской Академии, 1834.

6. Моррис Ч. У. Основания теории знаков // Семиотика: Антология / Сост. Ю. С. Степанов. Изд. 2-е испр. и доп. М.: Академ. проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С. 45–97.
7. Платон. Диалоги. М.: Мысль, 1986. 607 с.
8. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб., 2002.
9. Успенский Б. А. Ego loquens: Язык и коммуникационное пространство. М.: Российский гос. гуманитар. ун-т, 2011. 344 с.
10. Цицерон Марк Туллий. Три трактата об ораторском искусстве / Пер. с лат. Ф. А. Петровского, И. П. Стрельниковой, М. Л. Гаспарова / Под ред. М. Л. Гаспарова. — М.: Научно издательский центр «Ладомир», 1994. 475 с.
11. Эко Умберто. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Symposium, 2006. 544 с.
12. Якобсон Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р. О. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. 460 с.
13. Braddock, Richard. An extension of the "Lasswell formula" // Journal of Communication. June 1958. Vol. 8, Issue 2, P. 88–93
14. Burke, Kenneth A Grammar of Motives. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1969. 532 p.
15. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society // Lyman Bryson, ed. The Communication of Ideas N. Y.: Harper and Brothers, 1948. P. 37–51.
16. Lee, Richard L. Developing Effective Communications Сайт ун-та Миссури [Эл. ресурс]: URL: <http://extension.missouri.edu/p/CM109> Доступно: 15.06.2019

© Святославский Алексей Владимирович (platoacademia@yandex.ru).
 Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский педагогический государственный университет