



ЦЕНТР ПОДГОТОВКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КАДРОВ (ТУРЦЕНТР)
МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ

А. В. Святославский

ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА ЭКСКУРСОВОДА

*Учебное пособие по экскурсионной
теории и практике*



МОСКВА
2018

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ю. В. Щербинина,

доктор педагогических наук, профессор Института филологии Московского педагогического государственного университета

Э. С. Цукрова,

преподаватель Турцентра, член Экспертного совета по аккредитации экскурсоводов г. Москвы

М. А. Полякова,

кандидат исторических наук, доцент кафедры музеологии Российского государственного гуманитарного университета

Святославский А. В. Основы профессионального мастерства экскурсовода. Учебное пособие по экскурсионной теории и практике. М.: Турцентр, «Древлехранилище», 2018 – 178 с., библи.

ISBN 978-5-93646-324-2

В пособии рассмотрена экскурсия как форма просветительно-образовательной деятельности и организации досуга, отдельные разделы посвящены истории экскурсионного дела и экскурсионной методики; феномену экскурсии в теоретико-методологическом плане; риторическим аспектам работы экскурсовода; технике ведения различных видов экскурсий; разработке экскурсионных тем и туров. Особенностью данного пособия является научное обоснование предлагаемого методического и практического материала, с опорой на накопленный опыт в области речеведения, риторики, теории коммуникации, психологии общения – начиная с античности и до современных разработок отечественных, и зарубежных специалистов. Используются методические достижения русской экскурсионной школы 1910-20-х гг. в лице И. М. Гревса, Н. П. Анциферова, Б. Е. Райкова, многолетний опыт Московского Центра подготовки туристических кадров (Турцентр) и Института филологии МПГУ. Разделы пособия, связанные с техникой ведения экскурсии, могут быть полезны в равной степени для освоения навыков ведения экскурсии на местности и для музейной экскурсии.

Пособие предназначено для подготовки профессиональных экскурсоводов в системе дополнительного образования, а также рекомендовано кафедрой риторики и культуры речи Института филологии Московского педагогического государственного университета для использования в системе бакалавриата по направлению 44.03.01 «Педагогическое образование» в рамках образовательного модуля «Музейная и экскурсионная деятельность».

ББК 77

© А. В. Святославский, 2018

© Турцентр, 2018

© «Древлехранилище», оформление, 2018

ISBN 978-5-93646-324-2

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
ВВЕДЕНИЕ.	
Из истории отечественного экскурсионного дела и экскурсоведения	8
<i>Глава 1. Экскурсия в культуре и просвещении</i>	16
1.1 Определения экскурсии, ее сущность и признаки	16
1.2 Виды экскурсий	21
<i>Глава 2. Коммуникативно-риторические аспекты экскурсии.</i>	31
2.1 Экскурсия как форма социальной коммуникации	31
2.2 Экскурсия в фокусе риторики и речеведения . . .	43
2.3 Целеполагание в экскурсионной работе	54
<i>Глава 3. Психология общения и этика экскурсовода. . . .</i>	65
3.1 Фатическая функция социальной коммуникации	65
3.2 Коммуникативная этика экскурсовода	77
<i>Глава 4. Разработка экскурсионной темы</i>	83
4.1 Изобретение темы экскурсии (тура)	84
4.2 Формулировка названия темы (тура)	86
4.3 Поиск и отбор экскурсионных объектов	88
4.4 Работа с источниками материала	103
4.5 Принципы организации экскурсионного материала.	105
4.6 Методические документы и материалы	116

<i>Глава 5. Методика ведения экскурсии</i>	124
5.1 Формирование экскурсионных образов	124
5.2 Риторические приемы организации речи. Тропы и фигуры	129
5.3 Экскурсионные приемы. Показ и рассказ в экскурсии	137
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	159
ЛИТЕРАТУРА	163
ПРИЛОЖЕНИЕ.	
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЭКСКУРСИИ «ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРЫ ЗАМОСКВОРЕЧЬЯ».	172

Вашему вниманию предлагается пособие, призванное помочь в овладении, возможно, одной из самых сложных социальных профессий – профессией экскурсовода. Почему сложных, – спросит читатель? Ведь нет ничего проще, чем рассказать о достопримечательностях знакомой местности и показать их! Возможно, это так, если речь идет о ни к чему не обязывающих прогулках с друзьями. Иное дело – профессиональная экскурсия, составляющая необходимый компонент школьного и вузовского образования, или экскурсия, предлагаемая на рынке туристических услуг и налагающая на экскурсовода ответственность перед теми, кто оплатил предоставляемую услугу и вправе рассчитывать на достаточный уровень ее качества.

С точки зрения научной эрудиции, от экскурсовода, практикующего культурно-исторические экскурсии (а мы обращаемся в настоящем пособии именно к ним), требуется вторжение в целый ряд областей научного знания: культурологии, истории, искусствоведения, психологии, этики. С другой стороны, очевидно, что будучи представлена в виде особенного речевого жанра, экскурсия оказывается проявлением социальной коммуникации, а значит, важнейшие знания и умения экскурсовода не могут быть сформированы вне овладения общей теорией коммуникации, риторикой, теорией и методикой межкультурного взаимодействия, культурой речи.

Экскурсанты, оставляя отзывы о работе экскурсоводов, всегда обращают внимание на речь того, кого им пришлось слушать. Речь – это своего рода визитная карточка экскурсовода. Экскурсоводу в работе приходится преодолеть два непростых этапа: этап смыслопорождения и этап речевого кодирования смыслов, позволяющего надеяться на адекватное понимание

слушателем. Иногда нам кажется, что достаточно хорошего владения естественным, то есть этническим, языком – и нам гарантировано понимание. Однако давайте вспомним, как часто в обиходе, в среде вполне образованных и культурных собеседников, говорящих на общем для них родном языке и связанных общей культурой, – мы слышим фразы, вроде: «Как бы поточнее выразиться...»; «Ой, вы меня неправильно поняли»; «Ну, я не это имел в виду»... Немалая часть конфликтов является следствием непонимания, точнее, неправильного понимания, или говоря научным языком, следствием коммуникативных неудач. Важна ответственность перед слушателем, адресатом нашего сообщения, напоминающая о том, что задача экскурсовода не просто высказаться, но быть адекватно понятым. Известный филолог и культуролог 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].

Отсюда большое внимание, уделенное в предлагаемом пособии вопросам речеведения, практике коммуникации и проблемам психологии общения. Впрочем, нами рассмотрены и многие другие вопросы, связанные как с теоретической и методической частью экскурсоведения, так и с практикой экс-

курсионного дела. Пособие поможет разобраться в различных видах экскурсий, научиться разрабатывать экскурсионные туры, вести пешеходные и автобусные, обзорные и тематические экскурсии, работать в качестве сопровождающего тургрупп, отправляющихся в туристические поездки по достопримечательным местам.

Поскольку экскурсоведение не является конкретной научной дисциплиной, а представляет собою комплекс знаний и практических умений, то реализация их возможна лишь при наличии органической способности, если не сказать таланта, экскурсовода к созданию виртуального образа той или иной местности, представленной на пересечении пространственной и временной осей. Подобно тому, как музееведы спорят о том, насколько можно отнести проектирование музейной экспозиции к воплощению научного знания, а насколько – к художественному творчеству, так и в нашем случае встает вопрос о том, что есть в экскурсии от науки и мастерства, а что – от искусства – искусства формирования образа. Как видим, в этом экскурсовод должен уподобиться художнику или писателю. Но даже таланта недостаточно. Полноценное раскрытие своих способностей возможно лишь при условии приобретения знаний и овладения навыками.

Автор выражает признательность своим кандидатам педагогических наук О. А. Сальниковой и Г. В. Александровой за консультации и содействие в ходе подготовки пособия.

экскурсионной отрасли, приведшая к резкому подорожанию услуг и столь же резкому снижению качества экскурсионной работы, зачастую отданной на откуп людям по сути весьма далеким от вопросов нравственного и эстетического воспитания и профанов в турменеджменте и экскурсионном деле. Турбизнес казался некоторым (и это не изжито вполне до сих пор!) возможностью быстро заработать без применения специальных знаний и навыков. В 1990-е гг. возросла доля обзорных экскурсий за счет тематических в экскурсионном обслуживании городских школ, что само по себе неправильно, поскольку обзорная экскурсия, предполагающая поверхностное знакомство с городской средой, является лишь первым этапом, необходимым, но не достаточным, в освоении культурного наследия. Сегодня ситуация значительно улучшилась, но проблема качества все равно остается острой. Экскурсионное дело составляет самостоятельную практическую и научно-методическую отрасль, и пробелы в навыках разработки и ведения экскурсии невозможно компенсировать никакими знаниями дисциплин, необходимых, но недостаточных для нашей специальности.

С другой стороны, даже для людей, владеющих профессиональными навыками, нельзя было забывать, что в коммерциализованную эпоху экскурсия не перестала быть средством образования и воспитания, и задача экскурсовода состоит в том, чтобы, уважая интересы группы, при этом не стремиться просто обслужить туристов по принципу «чего изволите», но попытаться задействовать воспитательный потенциал экскурсии. В идеале это касается не только школьной экскурсии, но и работы со взрослой аудиторией. Практически все крупные экскурсоводы в России были педагогами и акцентировали внимание новичков экскурсионного дела на необходимости, в конечном счете, превращения любой экскурсии в познавательное и воспитательное мероприятие, а также подчеркивали

необходимость учиться (а затем учить других) видеть важное в обыденном, привычном, окружающем мире, не ставя эффективность экскурсии в зависимость от погони за разного рода экзотикой.

Экскурсия в культуре и просвещении

1.1 Определения экскурсии, ее сущность и признаки

Настоящее пособие ориентировано на освоение методики разработки, подготовки и ведения так называемой экскурсии на местности¹, иначе говоря, экскурсии по естественно расположенным на местности объектам. Безусловно, кое-что в нем может оказаться полезным и для музейной экскурсии, особенностью которой является наличие специально запроектированной экспозиции, однако последняя составляет отдельную отрасль экскурсионной теории и практики [См., напр.: Пищулин, 1977]. Музейная экскурсия, с одной стороны, упрощается тем, что ход ее диктует готовая экспозиция, с другой – усложняется тем, что на практике экскурсовод редко является автором этой экспозиции, а значит, ему в рамках реализации замысла экспозиционеров необходимо каким-то образом проявить также свое видение темы, свое «я» как участника и фактически лидера в коммуникативном акте, каковым предстает экскурсия. Главными (хотя не единственными) признаками, отличающими городскую экскурсию от схожих форм просветительской работы – видеоэкскурсии, лекции, кинофильма, музейной экскурсии – являются: 1. расположение объектов осмотра в их естественном положении на местности и 2. необ-

¹ В теории экскурсоведения ее нередко называют городской экскурсией, хотя имеется в виду работа в сельской местности или на междугородних магистралях (путевая информация), она противопоставлена музейной экскурсии. Более точный термин – «экскурсия на местности».

ходимость движения для ознакомления с объектами и раскрытием экскурсионной темы.

Экскурсия – слово латинское, пришло в русский язык в прошлом столетии, означает оно «выдвижение». Действительно, экскурсия предполагает продвижение по местности. В ходе этого движения и на специальных остановках люди знакомятся (зрительно и на слух) с достопримечательными объектами. Эти объекты специально отобраны и объединены определенным маршрутом. Группу сопровождает экскурсовод, ведущий целенаправленный показ объектов и рассказ о них. Последовательность ознакомления с объектами, рассказ и показ объединены раскрытием темы экскурсии, что предполагает наличие определенной цели экскурсии. Внутри темы обычно могут быть выделены подтемы нескольких уровней. Поэтому понимая экскурсию как «продвижение», мы можем иметь в виду не только продвижение по местности, но и, что особенно важно, «продвижение» вглубь экскурсионного материала, то есть получение новой информации и осмысление ее. Поэтому специалисты выделяют ряд признаков экскурсии. Во-первых, это **наличие экскурсионной группы и квалифицированного экскурсовода**. Последнее отличает экскурсию от обычной прогулки, «прогулки выходного дня» или турпохода, в которых также может предполагаться ознакомление с достопримечательностями на местности. Во-вторых, **протяженность экскурсии во времени и в пространстве**. По времени экскурсии на местности длятся обычно от двух-трех (пешеходные) и до четырех-пяти академических часов. Впрочем, некоторые методисты считают, что продолжительность экскурсии может составлять до десяти-двенадцати часов, или даже нескольких суток. На наш взгляд, правильнее называть эти длинные экскурсии турами, поскольку в строгом смысле такие экскурсии дробятся на несколько более мелких, а также включают в себя время приема пищи, отдыха, покупку сувени-

ниров... Конечно, в обиходе можно услышать, что москвичи совершили, скажем, десятичасовую экскурсию в Переславль-Залесский. Но ведь реально это время включало в себя путевую информацию, санитарную остановку, время оформления документов, когда группа ненадолго предоставлена сама себе, обзорную экскурсию по городу, музейную экскурсию в Успенском Горицком монастыре, музейную экскурсию в мемориале «Ботик Петра I», обед, свободное время, обратную дорогу.

Протяженность экскурсии на местности предполагает **движение группы по определенному маршруту** (что и отличает ее от видеофильма или имитации на экране компьютера), а также **ознакомление с объектами по месту их естественного расположения**, что отличает экскурсию на местности (городскую экскурсию) от музейной экскурсии. Это свойство экскурсии превращает разработку ее маршрута в достаточно сложный и одновременно увлекательный процесс и служит обычно показателем мастерства разработчиков (авторов). При этом движение группы представляет собою не вынужденное состояние, но, само по себе, имеет определенный методический смысл: «Переходы приобретают большое психологическое значение. Так, например, самый подъем на вышку содействует восприятию высоты, или же, например, спуск с лестницы при осмотре особняка вызывает совершенно особенное переживание, содействующее восприятию его индивидуальности» [Анциферов, 1923. С. 15].

Важным признаком экскурсии является также **целенаправленность** ее проведения (наличие темы, в процессе целенаправленного раскрытия которой решаются задачи экскурсии). Последний признак также призван отличить профессиональную экскурсию от любительской прогулки, когда гуляющие, следуя некоему произвольному маршруту, знакомятся с окружающими их по мере движения достопримечательностями. Формулировка темы должна достаточно полно и точно отра-

жать структуру самой экскурсии, а именно, отбор объектов, организацию тем, подтем и маршрута. На первый взгляд может показаться, что тема определяется одним главным фактором и его название становится названием экскурсионной темы. На самом деле, название темы уже призвано направлять в нужную сторону, показывая, какие именно аспекты феномена культуры, составившего тему, и с какой целью будут раскрыты.

За более чем столетнюю историю отечественного экскурсоведения было предложено немало разных определений экскурсий. Самые ранние, дореволюционной эпохи, определения весьма лаконичны, вроде: «Экскурсия – проходка, прогулка, выход на поиск чего-либо, для собирания трав и проч.» [Гранат, 1895. С. 5253]. Очень точное определение дал восемьдесят лет тому назад одним из основателей отечественного краеведения **Николаем Павловичем Анциферовым (1889–1958)**: «Экскурсия есть прогулка, ставящая своей задачей изучение определенной темы на конкретном материале, доступном созерцанию» [Анциферов, 1923. С. 12]. Профессор **Борис Евгеньевич Райков (1880–1966)**, один из представителей экскурсионной школы 1920-х гг., рассматривал в качестве двух главных типологически обуславливающих признаков экскурсии — движение экскурсионной группы и естественное расположение объектов на местности. Исходя из этого, он и определяет сущность экскурсии как формы просветительской работы: «Под экскурсией мы разумеем изучение объектов в их естественной обстановке (локальный принцип) и в связи с передвижением своего тела в пространстве (моторный принцип). Вот эти два принципа,— считает Райков,— тесно между собою связанные, и составляют сущность экскурсии. Моторность и локальность — “душа” экскурсии» [Райков, 1930. С. 12].

Для советской культуры важнейшей задачей экскурсии мыслилось т. н. коммунистическое воспитание, включавшее в себя воспитание любви к партии, вождям, революции, атеистическое воспитание, непримиримость к «буржуазному миру» и т. д. Поэтому определения экскурсии той эпохи несут на себе соответствующий отпечаток. Приведем одно из них – данное для школьной экскурсии: «Экскурсия – особая форма учебной и внеучебной работы, в которой осуществляется совместная деятельность учителя-экскурсовода и руководимых им школьников-экскурсантов в процессе изучения действительности, наблюдаемых в естественных условиях (завод, колхоз, памятники истории и культуры, памятные места, природа и др.) или в специально созданных хранилищах коллекций (музей, выставка), и служащая цели коммунистического воспитания подрастающего поколения» [Родин, Соколовский, 1974. С. 16]. Сегодня это кажется устаревшим, но другой стороны, положительной стороной советского воспитания, отразившегося в экскурсионной работе можно считать установку на патриотизм, уважение к труду, воспитание гражданской ответственности.

Нельзя не заметить, что образовательный аспект экскурсии в принципе неотделим от воспитательного. Современный специалист в области педагогической коммуникации **Ю. В. Щербинина** совершенно справедливо отмечает, что «разделение педагогического дискурса на обучающий и воспитательный весьма условно, поскольку в реальной речевой практике названные задачи обнаруживают тесную и неразрывную взаимосвязь, могут решаться одновременно и комплексно» [Щербинина, 2017. С. 30]

Приноравливая опыт прошедших эпох к реалиям сегодняшнего дня, можно определить *городскую экскурсию как целенаправленное освоение действительности через аудио-визу-*

альное ознакомление с тематически объединенными объектами на местности с помощью экскурсовода.

Музейная экскурсия предстает как целенаправленное освоение действительности посредством тематически за-проектированной экспозиции с помощью экскурсовода.

С риторической точки зрения экскурсия является особым **речевым жанром**, включающим в себя и метаречевые элементы (движение, жесты, мимику, проксемику).

1.2 Виды экскурсий

В зависимости от выбора классификационного основания, в истории экскурсоведения предлагалось немало различных классификаций видов экскурсий. Мы рассмотрим лишь наиболее актуальные.

По характеру экскурсионного материала в экскурсионной практике традиционно противопоставляют друг другу экскурсии **обзорные и тематические**. С таким делением вы можете встретиться, решив заказать экскурсию и листая проспект какого-нибудь экскурсионного агентства. Однако такое деление достаточно условно, поскольку трудно определить, где граница между этими двумя типами. При такой классификации исходят из того, что географический фактор не является темо-образующим. И тогда к обзорным относят экскурсии, вроде «Москва – столица России» или «Три века нашего города», то есть экскурсии, предполагающие знакомство с городом (или районом) в целом — с разными сторонами его истории и современности. На это можно, конечно, возразить, что «Москва» — это тоже тема. Тем не менее, для удобства такие комплексные, политематические (то есть, включающие в себя целый ряд тем) экскурсии, преследующие цель общего знакомства с местностью, условно относят к обзорным. В таком случае в эту категорию войдут и построенные на аналогичных принципах

экскурсии типа «Красная площадь сквозь века» или «Измайловский остров» и т. д. В то же время такие экскурсии, как «Пушкинская Москва», «Святыни Санкт-Петербурга», «Измайлово – царская усадьба XVII века» или «Литературное Замоскворечье» будут отнесены к тематическим. На обзорных экскурсиях экскурсовод стремится больше показать, не углубляясь в пространственные характеристики отдельных объектов и часто ограничиваясь краткими справками. При знакомстве с объектами на такой экскурсии выделяют какую-то наиболее важную, характерную и запоминающуюся сторону объекта, пожертвовав второстепенными деталями, чтобы у экскурсанта остался достаточно яркий цельный образ данной достопримечательности и местности в целом. Ведь мелькание объектов и поток информации (особенно на автобусной обзорной экскурсии) быстро утомляют слушателей. Экскурсовод при этом должен помнить, что многие факты, давно привычные для него, воспринимаются многими слушателями впервые.

Внутри класса **тематических** экскурсий выделяется еще ряд разновидностей. В зависимости от преобладания того или иного содержательного аспекта в тематической экскурсии, ее традиционно относят к одному из типов:

- исторические;
- архитектурно-градостроительные;
- литературные;
- искусствоведческие;
- религиозные
- природоведческие;
- технологические и научные

Можно конкретизировать каждый из типов, тогда внутри исторических выделяют археологические, военно-исторические, историко-революционные и др. Да и на верхнем уровне классификации в строго научном смысле возможно выделение иных типов (речь здесь, в принципе, идет об отраслевых

классификациях видов деятельности человека). Однако приведенное деление возникло как наиболее удобное в практике туристско-экскурсионной деятельности и ему в основном следовали даже при организации структурных подразделений крупных экскурсионных организаций (историческая секция, литературная секция и др.). Безусловно, на практической экскурсии границы между типами тоже бывают размыты. Так, экскурсовод-архитектор, ведущий архитектурную экскурсию, может на время оставить анализ художественного облика классической Москвы, и привести биографические факты о Василии Баженове или Матвее Казакове, как бы превращаясь при этом в историка. Тем не менее, исходя из практических соображений, полезно придерживаться приведенного деления. Первые четыре типа можно объединить в один большой класс культурно-исторических экскурсий. Несколько особняком стоят природоведческие (в школьной практике их обычно водят учителя-географы и биологи) и технологические – знакомящие с фабричным, сельскохозяйственным и пр. производствами и/или научными и технологическими процессами (в роли экскурсоводов на них выступают чаще всего специалисты-инженеры).

Особый тип экскурсий, о котором ни слова не говорилось в пособиях советского периода, составляют экскурсии во время **паломнических** поездок, экскурсии по монастырям, храмам, святым местам. Безусловно, они имеют ряд черт, роднящих их с светскими историческими и архитектурными экскурсиями, так или иначе связанными с религиозной тематикой, однако и различия достаточно велики, что позволяет выделить их в отдельный вид. Такого рода экскурсии в идеале предполагают, что ведущий органически вписан в ту конкретную конфессиональную культуру, с которой он собирается знакомить паломников. Нередко подобное послушание в Православной Церкви получают монашествующие, учащиеся семинарий, выпускни-

ки богословских учебных заведений. Иногда сами священники берут на себя роль экскурсоводов по своему монастырю или храму. При этом существует разница между собственно паломнической группой (верующие) и светской аудиторией, отправившейся на экскурсию по религиозной тематике. Априорность метафизических взглядов на мир характеризует собственно паломников, что формирует их характерную культурную идентичность в рамках данной конфессии – с вытекающим отсюда знанием религиозных основ, обрядов и правил поведения в монастырях и храмах. При этом к обычным целям и задачам экскурсии добавляется важнейшая – поклонение святыням. При всей специфике паломнических экскурсий, на них распространяются общие требования методики показа и рассказа, общения с группой и др., что делает необходимым освоение общей экскурсионной методики. Логично выглядит подготовка такого рода экскурсоводов на специальных курсах, вроде курсов экскурсоводов при паломнической службе «Радонеж» (Москва). Особое внимание уделяется подготовке религиозной тематики и в московском Центре подготовки туристических кадров (Турцентр на Киевской, 22). Подробнее о религиозоведческой подготовке в этом образовательном учреждении см. статью «Религиоведческая подготовка экскурсовода» [Святославская, 2016]. По истории религиозного паломничества рекомендуем работы С. Ю. Житенева [Житенев, 2007; 2012].

По составу участников в первую очередь различают экскурсии для:

- детских; взрослых; смешанных групп;
- местных; иногородних; иностранных групп

По данному основанию возможно построение и иных классификаций. Например, различают экскурсии для учащихся, профессионалов и широкой публики. Различают также экс-

курсии для однородных организованных групп (обычно их называют корпоративными) и для сборных групп, состоящих из отдельных граждан. Под корпоративной группой понимается группа туристов, состоящая из людей одной профессии, или работающих на одном предприятии (учащихся одного заведения) или знакомых друг с другом (отдыхающие одного пансионата, турбазы, санатория), или живущих в одном микрорайоне, которые самоорганизовались как группа.

Упомянутые классификации не формальны, но несут в себе глубокий практический смысл, поскольку требуют различного в методическом отношении подхода. Проблема неоднородности туристов и выделения особо детерминированного контингента непосредственно связана с отраслью экскурсоведения, занимающейся психологией общения и работы с группой. Скажем, целенаправленная ориентация на детскую аудиторию в свое время сформировала лицо таких известных столичных турфирм, как «Орфей» или «Китеж». В качестве особого контингента, требующего некоторых специальных приемов и методов работы (в т. ч. и в организационно-техническом отношении) можно указать группы религиозных паломников; детей младшего возраста; инвалидов; престарелых (экскурсии в системе социального обеспечения и объединений ветеранов); «трудных» подростков и т. д. Хотя даже в пределах одного устойчивого типа в практике экскурсовода редко бывают, условно говоря, одинаковые группы (это возможно, если только он регулярно работает с одним и тем же устойчивым коллективом), поэтому даже опытному экскурсоводу всякий раз приходится «вживаться» в новую группу и учитывать ее конкретные особенности. Одна и та же тема может даже звучать при этом по-разному. Здесь также проявляется творческий потенциал экскурсовода и любовь к своему делу. Действительно, в рамках одной и той же категории, например, школьных экскурсий совершенно по-разному должна звучать тема для учащихся на-

чальных, и для старших классов; для участников выпускного вечера или для изучающих связанную с экскурсией конкретную тему по истории, географии, литературе... Подробнее о методике разработки и ведения школьных экскурсий см. в работах: *Ривкин, 2016; Барыбина, 2016.*

Говоря о школьных экскурсиях, необходимо различать т. н. **учебные экскурсии и экскурсии-уроки**. В узком смысле учебной экскурсией правильно называть любую обычную экскурсию, проводимую учителем или профессиональным экскурсоводом, если тематика ее непосредственно связана с изучением того или иного раздела учебной программы (что, кстати, относится не только к школьной, но к любой образовательной аудитории). Урок-экскурсия же строится по совершенно иной методической схеме, предполагающей наличие целого ряда компонентов обычного аудиторного урока (этапов урока и связанных с ними учебно-речевых ситуаций), в общем случае нацеленных на вовлечение учеников в экскурсионно-познавательный процесс, не ограниченный слушанием экскурсовода. Сценарий такого урока разрабатывается заранее, вплоть до выдачи специальных заданий ученикам накануне экскурсии.

Деление экскурсий по социальным, возрастным и прочим культурным особенностям аудитории — на корпоративные и сборные группы — не просто формальность или особенность турменеджмента. Каждый из видов экскурсии влечет за собою определенные «плюсы» и «минусы» для работы экскурсовода на маршруте. В организационном плане, по-видимому, проще работать с корпоративной группой, поскольку люди знают друг друга, у них есть (или может быть назначен на месте) старший группы, зачастую они обладают большей однородностью в социокультурном смысле (представители одной профессии, одного поколения — дети, пенсионеры...). С другой стороны, в таких группах попадаются люди, поехавшие лишь «за ком-

панию», чтобы «потусоваться» с коллегами, благо их работодатель оплатил расходы, — интерес к предмету у них низкий и мотивация не просветительская. В то же время, в сборных группах люди в среднем ответственной подходят к экскурсии и приобретают путевки взвешенно — исходя из своего конкретного интереса к выбранной теме экскурсии. Если человек не интересуется Пушкиным, он, скорее всего, не поедет на экскурсию в пушкинское Захарово. (Впрочем, ответственность за правильный выбор лежит отчасти и на турагентах, реализующих путевки и на рекламных проспектах. В практике автора данного пособия был забавный случай, когда две туристки, поехав на экскурсию в лермонтовскую усадьбу Середниково, с удивлением спросили его, почему он так много говорит в пути о Лермонтове). Хотя считается, что чем однородней в социокультурном отношении группа, тем легче работать экскурсоводу, но с другой стороны, высокая мотивация способна быть объединяющим фактором в большей степени, чем принадлежность одному месту работы или учебы.

По способу передвижения различают **пешеходные, транспортные и смешанные** экскурсии. Среди транспортных наиболее распространены **автобусные и теплоходные**. В редких случаях возможно выделение иных типов: трамвайные, троллейбусные, конные, но это относится к экскурсионной экзотике, и мы не будем подробно останавливаться на них. Считается, что пешеходные экскурсии водить проще. Возможно, это так, хотя и в этой сфере открываются бесконечные возможности для совершенствования мастерства, так что одну и ту же простую пешеходную экскурсию по родной местности любитель и опытный профессионал проведут совершенно по-разному. Методически главное различие пешеходной и автобусной экскурсий сводится к тому, что на первой весь ритм движения (скорость, продолжительность переходов и остановок) на маршруте задается самим экскурсово-

дом. На автобусной же вступают в действие необходимость движения в потоке транспорта, правила дорожного движения, стремление водителя поскорее преодолеть какой-либо участок маршрута, наличие бесконечных помех, «ломающих» заданную схему и ритм движения... Разумеется, основной груз преодоления проблем в этом случае ложится на разработчика экскурсионной темы, который должен предусмотреть эти особенности, но и экскурсоводу на маршруте часто приходится работать в напряжении. Он отвечает за движение по маршруту и, если водителю маршрут неизвестен, то его приходится подсказывать, отвлекаясь от рассказа. А делать это нужно вовремя и ненавязчиво, не вредя рассказу и показу. При возникновении непредвиденных ситуаций (серьезный затор, неожиданное изменение в системе дорожных знаков и т. д.) экскурсовод должен позаботиться о корректировке маршрута для того, чтобы максимально полезно отработать тему в установленное время. Ну и конечно, главный враг начинающего экскурсовода-автобусника – скорость. Максимальный предел скорости для внутригородской экскурсии составляет 40 км/час, в некоторых случаях водитель по просьбе экскурсовода едет медленнее, но, как показывает практика, переполненный знаниями о каждом объекте новичок даже при средней скорости в 20–30 км/час при всем желании не поспевает с рассказом и показом за движением автобуса. Впрочем, в столице и в ряде больших городов в последние годы эту проблему вытесняет противоположная – автомобильные пробки и заторы.

Большинство внутригородских автобусных экскурсий рассчитаны на продолжительность 4–5 академических часов. Смешанные экскурсии (автобусная с продолжительными выходами) могут составлять 5–6 и более академических часов.

Теплоходные речные экскурсии обычно не вызывают особых проблем. Для них характерен ровный неторопливый

темп движения, остается достаточно времени для подробного знакомства с объектами. Непосредственного контакта с группой здесь нет, поскольку экскурсовод сидит в отдельной кабине или за отдельным столом и ведет рассказ через радиотрансляционную сеть на все палубы. При этом, если предполагается знакомство с обоими берегами реки, группу ориентируют всегда направо, тогда достопримечательности левого по ходу движения берега будут показаны на обратном пути, когда тот берег окажется правым.

Особой разновидностью экскурсии является так называемая **путевая информация**, специфический экскурсионный компонент автобусного тура. Она предполагает работу с экскурсантами в автобусе, следующем из одного населенного пункта в другой для знакомства с его достопримечательностями, или в музей, музей-усадьбу, заповедник, мемориальный комплекс, достаточно отдаленный от места встречи группы. Доля такого рода экскурсий в спектре предлагаемых сегодня услуг туристического рынка чрезвычайно высока. Фактически то, что по традиции сухоовато называют путевой информацией, давно уже стало полноценной экскурсией, требующей мастерства и квалификации. Попытка сэкономить на профессиональном экскурсоводе, отдав этот вид работы сопровождающему тургрупп, не прошедшему соответствующей подготовки, по-прежнему вызывает много нареканий. Этот вид экскурсии предполагает как подготовку к посещению объектов основной экскурсии (в конечной точке маршрута), так и ознакомление с достопримечательностями, встречающимися по пути.

Прежде существовала также широкая практика ведения **комплексных** городских экскурсий с посещением того или иного **музея** (по тематике экскурсии), когда и городская и музейная часть проводились одним и тем же экскурсоводом. В этом случае выделяется особая разновидность комплексной городской экскурсии с музеем, а ведение ее предполагает

у городского экскурсовода наличие квалификации музейного экскурсовода. В 1990-е годы в столицах эта практика практически сошла «на нет» из-за коммерческого обособления музейных организаций, та же тенденция все активнее проявляется в крупных городах российской провинции с разветвленной сетью экскурсионных и культурно-просветительских организаций. Исключение составляют небольшие города (в т. ч. туристские центры Суздаль, Ростов Великий), где сотрудники музеев-заповедников берут на себя и обзорную (или тематическую) экскурсию по городу, и работу на одной или нескольких музейных экспозициях. Кроме того, сегодня все больше музеев предлагает пешеходные городские экскурсии как продолжение тематики данного музея (например, московские музеи «Дом Гоголя», Музей М. А. Булгакова, отделы Государственного литературного музея – Дом-музей Б. Пастернака в Переделкине, Дом-музей М. Пришвина в Дунине и др.), и тогда штатным музейным экскурсоводам необходимо приобретать навыки ведения городской экскурсии.

В случае же если один экскурсовод, представляющий коммерческую турфирму или иную организацию, ведет основную городскую тематическую экскурсию, а другой экскурсовод-музейщик ведет музейную часть, необходимо заранее позаботиться о координации действий, чтобы не повторять друг друга, но напротив, друг друга дополнять. Например, экскурсовод на городской экскурсии, или при подаче путевой информации, должен предоставить слушателям своего рода аннотацию к предстоящей музейной экскурсии. Кроме того, с музейными коллегами согласуется раскрытие всех тем и тематических блоков, чтобы не происходило подробного повторения одной и той же информации. Естественно, при этом допускается упоминание одних и тех же имен, событий и фактов, что, кстати, способствует запоминанию, но подробности сообщаются один раз.

Вопросы и задания

1. Чем профессиональная экскурсия отличается от ознакомительной прогулки? Перечислите признаки профессиональной экскурсии.

2. Какие два принципа экскурсии как просветительской деятельности выделил Б. Е. Райков?

3. В чем отличие построения видеоряда в экскурсии на местности и в музейной экскурсии?

4. Ознакомившись с данными в пособии определениями экскурсии, попробуйте сформулировать собственное определение.

5. Какова средняя продолжительность а) пешеходной экскурсии; б) автобусной экскурсии по городу?

6. Перечислите наиболее очевидные категории групп по составу экскурсантов.

7. Каковы основные трудности в разработке и ведении а) обзорной экскурсии; б) тематической экскурсии?

8. Вспомните, на каких обзорных и тематических экскурсиях вам довелось побывать?

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-РИТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКСКУРСИИ

2.1 Экскурсия *как форма социальной коммуникации*

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: материальная, генетическая, психическая, социальная. 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. 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 [Там же].

Крупнейший русско-американский филолог и культуролог **Роман Осипович Якобсон (1896–1982)** следующим образом определяет место науки коммуникативистики: «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 ученый и педагог **Эм Гриффин** предлагает следующее простое рабочее определение 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 немало важно 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 (1902–1978)**, американского теоретика СМИ и коммуникативистики, опубликованная им в 1948 г. [Lasswell,

1948. Р. 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 Брэдок** дополнил формулу Лассуэлла двумя существенными компонентами: «с какой целью?» и «в каких условиях?» [Braddock, 1958 Р. 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 (Первичными 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 (неориторики) **Кеннет Бёрк (1897–1993)** описал стратегию воздействия на реципиента со стороны ритор-коммуникатора 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...

Нередко объект показа выступает как опорная точка в композиции экскурсии, как повод для раскрытия некоей темы. Вспомним классический пример методических разработок по обзорным экскурсиям советской эпохи. Структура типовой обзорной экскурсии по Москве, разработанная в Московском городском бюро экскурсий в то время, включала в себя ряд тематических блоков, опиравшихся на конкретные объекты: показ университетского комплекса на Ленинских горах предполагал не только рассказ об МГУ, но общее знакомство с образованием в СССР или с историей университетского образования, или с историей строительства московских «сталинских» высоток; показ спорткомплекса в Лужниках становился поводом для рассказа о московском спорте вообще, или о XXII Олимпийских играх и т. д.

Далее обратим внимание на понятие *коммуникативной ситуации*, которая включает в себя целый ряд других компонентов, так или иначе оказывающих или могущих оказать влияние на акт коммуникации. Роман Якобсон в своей модели коммуникации учитывал, например, 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:

Адресант	Контекст – Сообщение — Контакт – Код	Адресат
----------	--	---------

Свой огромный вклад в теорию речевой коммуникации сделал и выдающийся отечественный филолог и культуролог **Михаил Михайлович Бахтин (1895–1975)**, заложивший основу теории речевых жанров. Описывая специфику речевого жанра (а экскурсия может быть представлена именно как супержанр, содержащий в себе ряд жанров, которые в традиционной экскурсоведческой терминологии называются приемами показа и рассказа), 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 лишний 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) соображениями, конкретной ситуацией речевого общения, персональным составом его участников и т. п.», – указывает Бахтин [Там же. С. 270].

Успех работы экскурсовода сегодня определяется, по большому счету, двумя факторами: умением помочь экскурсанту вступить в диалог с материалом темы, духом местности, объектами, – с одной стороны, и с другой, – установить свой личный, «персонализированный» контакт с экскурсантом, проще говоря, – понравиться экскурсанту как адекватно коммуникательная личность, владеющая профессиональным мастер-

ством. 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». [Там же. 273].

Современный отечественный языковед **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 информативные (обмен информацией) жанры, императивные (просьбы, приказы, извинения и под.), оценочные и этикетные жанры.

О *коммуникативной цели* мы уже упоминали. 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 зависимости 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 (пример – наследие советской системы «Интуриста», ориентировавшей своих работников в большей мере на слежку за иностранцами, чем на углубленное постижение культуры). Профессиональные историки и искус-

ствоеды в роли экскурсоводов, наоборот, 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. 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 коммунизма» 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 *предсуппозиции* 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 **Николаем Ивановичем Жинкиным (1893–1979)** [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 ко-

му-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 (1865–1947)**. 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 экспрессивностью. «Высказывание, его стиль и композиция определяют 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 и паравербальных 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 переминаться 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.

Всякий текст предстает двухаспектным, в нем «предметно-логические структуры выполняют /.../ функцию сообщения, а эмоционально-экспрессивные – функцию воздействия», – пишет профессор **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.

Можно задаться вопросом зачем экскурсоводу-практику углубляться в теорию коммуникации? Но экскурсия – 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. То есть, нельзя пренебрегать компонентами указанных моделей, обозначающими цели и интенции, с одной стороны, и произведенный эффект, с другой.

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 ар-

тикулированная речь производит на экскурсантов не меньшее впечатление, чем эрудиция экскурсовода. Риторика всегда тесно связана со стилистикой и культурой речи.

2.2 Экскурсия в фокусе риторики и речеведения

Немалое место в профессии экскурсовода занимает владение риторическими навыками, как в сфере устной (что наиболее очевидно), так и письменной (формирование материалов и документов, необходимых для разработки и проведения экскурсии) речи.

Существует немало научных определений риторики, обнаруживающих довольно широкий диапазон значений, вкладываемых в это понятие. Неоднозначное представление о риторике сложилось и в бытовом языковом обиходе. Если попытаться выстроить некую типологию значений, то обнаружится несколько общих подходов и связанных с ними проблем. Первое, на что необходимо обратить внимание – это неоправданно узкое понимание риторики в массовом словоупотреблении среди неспециалистов. Обычно здесь под риторикой понимается лишь сфера мастерства, отвечающая за говорение как таковое – говорение в процессе устного выступления, иначе говоря, отвечающая за произнесение текста, артикуляцию. При этом говорение оценивается с позиций правильности или эстетической значимости (красивости речи).

Другое понимание риторики, к тому же отмеченное негативными коннотациями, унаследовано современным языком от советской и иностранной журналистики, которая, выполняя идеологический заказ, довольно широко растиражировала представление о риторике как проявлении своего рода софистики. Тогда под риторикой понимается в речь, отражающая несоответствие между реальностью и политическим дискур-

сом – разного рода политические симулякры – ложь, выдаваемая за правду. Поэтому, открыв добротный современный учебник риторики (некоторые вы найдете в прилагаемом списке литературы), обычный человек удивится тому, насколько «широко простирает риторика руки свои в дела человеческие» (перефразируем М. В. Ломоносова, кстати, известного специалиста по риторике!). Оказывается, риторика занимается проблемой не только собственно произнесения речей, но проблемой порождения и восприятия всевозможных текстов в самом широком смысле, письменных и устных, являя собой по сути речеведение. Весьма широко и функциональное разнообразие риторики, включающее в себя сферу бытового общения (в том числе, столь ответственные ситуации, как объяснения в любви, предложение руки и сердца, просьбы о повышении зарплаты, разрешение конфликтов и др.); сферу политики; сферу бизнеса и коммерции (реклама, пиар, покупка-продажа); сферу юриспруденции (известно, что выдающийся юрист А. Ф. Кони был и профессиональным речеведом, преподавателем риторики); сферу журналистики; сферу педагогики; сферу культурно-массовой работы и многие другие. А такая отрасль, как педагогическая риторика во многом оказывается близка интересующей нас риторике экскурсовода.

С другой стороны, риторика экскурсовода связана с деловой и коммерческой коммуникацией настолько, насколько экскурсовод оказывается вовлечен в коммерческий туризм и его работа становится частью туристического продукта, который нужно создавать, рекламировать и продавать.

Итак, оставив в стороне подходы к риторике лишь как к умению произносить речи, мы будем трактовать ее широко – как речеведение, как умение производить различные устные и письменные тексты и понимать их. Последнее очень важно, если мы следуем положению Бахтина об имманентной диалогичности любого речевого акта. Таким образом, подготовка

всевозможных материалов и документов в ходе разработки и освоения экскурсионной темы и работа с этим материалом на местности в ходе коммуницирования с экскурсионной группой, с одной стороны, и с тем материалом, который стоит за объектами показа и рассказа – с другой, и составляет предмет экскурсионной риторики.

Однако вы, возможно, обратили внимание, что все перечисленное нами пока еще не коснулось той огромной сферы, где правят музы – области искусства, художественного творчества. А ведь во многих видах искусства художественное слово становится источником эстетического наслаждения. Это литература, театр, кино, эстрада, устное народное творчество. Огромная и специфическая отрасль – театральная речь, ею занимались в актерских учебных заведениях у нас даже в те годы, когда риторика как таковая оказалась вычеркнута даже из программ филологических специальностей классических университетов. Да и сама риторика в истории культуры нередко именовалась ораторским *искусством*.

Но раз мы вспомнили об эстетическом, возникает проблема уже не только бытового понимания риторики, но проблема научных определений этого понятия. В некоторых из рассмотренных нами ниже определений риторика называется наукой, в других искусством, в третьих – и тем и другим. Что такое риторика: наука или мастерство (сумма технологий, которой можно овладеть), или это художественное творчество по законам красоты – искусство? Нередко в работах, посвященных риторике, приводится приписываемая Цицерону фраза «*Oratores fiunt, poetae nascuntur*» – «Ораторами становятся – поэтами рождаются». За видимой антитезой (выбирай: или поэт, или оратор) на самом деле стоит не «профессия», а особенности творческого потенциала личности, занятого в этой профессии. Ведь и публичное выступление может содержать заряд эстетического воздействия, а графоманская поэзия, напротив, может

быть практически лишена оного. Поэтому, конечно, способности художественного видения мира не могут не быть приняты во внимание в практике публичных речевых коммуникаций. Однако реализация врожденного таланта требует труда, который и предстает в риторической практике в виде тех или иных технологий, методик, нацеленных на достижение коммуникативного эффекта. Спор о том, где кончается ремесло и начинается искусство, – вечен и приложим ко многим областям культурного делания, риторика не исключение. Принципиально то, что речь ораторская, формально не относимая к художественной сфере, в лучших образцах может доставлять эстетическое наслаждение, подобно речи поэтической. Это же относится и к речи педагога, журналиста, экскурсовода.

Автор знаменитого позднеантичного труда по воспитанию оратора **Марк Фабий Квинтилиан** (ок. 35 – ок. 96 гг. н. э.) верно заметил, что «всякая речь должна иметь три совершенства, то есть, быть правильна, ясна и красива» [Квинтилиан, 1834. С. 33].

А как быть с риторической наукой? Может быть, риторика чисто учебная дисциплина, или все же есть наука риторика? Безусловно, есть, причем это одна из наиболее строгих филологических дисциплин, связанная не с изучением языка как абстрактной системы, а с речью – то есть с функциональным воплощением, феноменализацией языка (различение языка и речи восходит к трудам выдающегося лингвиста кон. XIX – нач. XX вв. швейцарца **Фердинанда де Соссюра, 1857–1913**, с опорой на работы о феноменологии германского философа **Эдмунда Гуссерля, 1859–1938**).

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; но также

и 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 (427 г. до н. э – 347 г. до н.э.) 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]. Обратимся к этому диалогу:

«Сократ. Тогда, пожалуйста, если уж ты начал мне отвечать, говори до конца. Раз красноречие оказывается одним из тех искусств, которые преимущественно пользуются словом, и раз оказывается, что существуют и другие искусства подобного рода, попробуй определить: на что должна быть направлена скрывающаяся в речах сила, чтобы искусство было красноречием?

Горгий. То, что поистине составляет величайшее благо и дает людям как свободу, так равно и власть над другими людьми, каждому в своем городе.

Сократ. Что же это, наконец?

Горгий. Способность убеждать словом и судей в суде, и советников в Совете, и народ в Народном собрании, да и во всяком ином собрании граждан. Владея такою силой, ты и врача будешь держать в рабстве, и учителя гимнастики, а что до нашего дельца, окажется, что он не для себя наживает деньги, а

для другого – для тебя, владеющего словом и умением убеждать толпу. /.../

Сократ. Какое же убеждение создается красноречием в судах и других собраниях о делах справедливых и несправедливых? То, из которого возникает вера без знания или из которого знание?

Горгий. Ясно, Сократ, что из которого вера.

Сократ. Значит, красноречие – это мастерство убеждения, внушающего веру в справедливое и несправедливое, а не получающего, что справедливо, а что нет.

Горгий. Так оно и есть.

Сократ. Значит, оратор в судах и других собраниях не получает, что справедливо, а что нет, но лишь внушает веру, и только. Ну, конечно, ведь толпа не могла бы постигнуть столь важные вещи за такое малое время».

Ученик Платона **Аристотель (384 г. до н.э. – 322 г. до н. э.)** внес свой вклад в изучение риторики. Он писал: «Итак, определим риторику как возможность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета. Это не составляет задачи какого-нибудь другого искусства, потому что каждая другая наука может научать и убеждать только относительно того, что принадлежит ее области, как например, врачебное искусство – относительно того, что способствует здоровью или ведет к болезни, геометрия – относительно возможных между величинами изменений, арифметика – относительно чисел; точно так же и остальные искусства и науки; риторика же, по-видимому, способна находить способы убеждения относительно каждого данного предмета, потому-то мы и говорим, что она не касается какого-нибудь частного, определенного класса предметов. Из способов убеждения одни бывают нетехнические, другие же технические. Нетехническими я называю те способы убеждения, которые не нами изобретены, но существовали раньше [помимо нас]; сюда относятся:

свидетели, показания, данные под пыткой, письменные договоры и т. п.; техническими же [я называю] те, которые могут быть созданы нами с помощью метода и наших собственных средств, так что первыми из доказательств нужно только пользоваться, вторые же нужно [предварительно] найти. 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 (106 г. до н. э. – 43 г. до н. э.)** «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 жестикуляцией, и за выражением лица, и за звуками и оттенками голоса? Как это трудно само по себе, показывает да-

же 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 обдуманные, не будут поручены ей на хранение, то все достоинства оратора, как бы ни были они блестящи, пропадут даром».

[Цицерон, 1994. С. 80]

Ситуация с риторикой сегодня непроста. Отчасти это объясняется тем, что на какое-то время она выпала как таковая из учебных программ как на Западе, так и в России (СССР), чтобы затем вернуться в виде т. н. «новой», возрожденной риторики. Однако и это самое возрождение интереса к риторике во второй половине XX века имеет под собой неоднозначное основание. С одной стороны, произошло введение в учебные планы риторики в ее, условно говоря, классическом виде, включая значительный античный и средневековый компонент, с другой стороны, этот период отмечен рождением т. н. «неориторики», обычно связываемой с выходом в свет в 1958 г. одноименной книги бельгийского философа **Хаима Перельмана (1912–1984)** – «Новая риторика: Трактат по аргументации» (в соавторстве с Л. Ольбрехтс-Тытекой) [Perelman, Ch.; Olbrechts-Tyteca, 1958]. Впрочем, современное понимание неориторики также ушло достаточно далеко от собственно труда Перельмана, включив в себя целый ряд идей, изложенных в трудах западных и отечественных структуралистов, постструктуралистов, семиологов (Р. Якобсон, М. Бахтин, Р. Барт, «Льежская школа», У. Эко, Ю. В. Рождественский, В. И. Аннушкин и др.). В общенаучном и бытовом употреблении под риторикой по-прежнему чаще всего понимают искусство устных публичных выступлений, что сделало сегодня весьма популярными такие дисциплины как «Мастерство публичного

выступления», «Речевое воздействие», «Речевая манипуляция» и под. Однако ряд определений, данных современными представителями филологической науки, позволяет говорить о необходимости значительно более широкого понимания риторики, что на наш взгляд, совершенно справедливо.

Так Е. Н. Зарецкая подходит к проблеме культурологически и понимает риторику как «теорию и практику речевой коммуникации», очень верно замечая при этом, что риторика как таковая «является культурной основой знания» и «соединяет человечество с историей культуры» [Зарецкая, 2002. С. 2]. А. К. Михальская видит в риторике «теорию и практическое мастерство целесообразной, воздействующей, гармонизирующей речи» [Педагогическое речеведение, 1998. С. 203–204]; Представители риторической школы Т. А. Ладыженской (Московский педагогический государственный университет) понимают под риторикой «науку об эффективном общении» [Ипполитова, Ерохина, 2012. С. 38]. Последнее определение кажется нам наиболее полным, поскольку переводит нас в сферу социальной коммуникации как таковой, подчеркивая важную и ответственную роль риторики в организации и регулировании межличностных отношений.

Традиционный подход к различению компетенций риторики и поэтики в связи с особенностями, условно говоря, риторических текстов, с одной стороны, и поэтических – с другой, стал предметом размышлений выдающегося итальянского культуролога **Умберто Эко (1932–2016)** в работе «Отсутствующая структура», где он 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 минималь-

ных дозах избыточности (в минимальной степени принимая во внимание ожидания адресата), побуждает потребителя к усилию истолкования, к переоценке кодов, – и это одна из существеннейших характеристик современного искусства, – риторика, отвергая крайности, закрепляет взвешенный тип речи, управляемую неожиданность» [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 американец **Чарльз У. Моррис (1901–1979)** 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.

Весьма существенную роль в осмыслении необходимости строгого понимания речи, минимальной единицей которой является высказывание, сыграл М. М. Бахтин, обративший внимание на то, что Ф. де Соссюр, описав фундаментальную диаду «язык-речь», затем «увлек» языкознание 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.]

Таким образом, если рассматривать науку риторику как 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.

2.3. Целеполагание в экскурсионной работе

Одним из важных признаков профессиональной экскурсии, отличающей ее от обычной прогулки, во время которой люди любят всем подряд, что попадаетея по дороге, является *целеполагание*. В связи с этим полезно обратиться к традиционно выделяемым в риторике *типам речи*. Классификация функциональных типов, как и многое в риторике, восходит к античности. Аристотель писал: «Есть три вида риторики, потому что есть столько же родов слушателей. Речь строится из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он

говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя). Слушатель бывает или простым зрителем, или судьей, и при том судьей или того, что уже совершилось, или же того, что должно совершиться. Примером человека, рассуждающего о том, что должно быть, может служить член народного собрания, а рассуждающего о том, что уже было, – член судилища; человек, обращающий внимание [только] на дарование [оратора], есть простой зритель. Таким образом, естественными являются *три рода риторических речей: совещательные, судебные и эпидиктические*. Дело речей совещательных – склонять или отклонять, потому что как люди, которым приходится совещаться в частной жизни, так и ораторы, произносящие речи публично, делают одно из двух [или склоняют, или отклоняют]. Что касается судебных речей, то дело их – обвинять или оправдывать, потому что тяжущиеся всегда делают непременно одно что-нибудь из двух [или обвиняют, или оправдываются]. Дело эпидиктической речи – хвалить или порицать. Что касается времени, которое имеет в виду каждый из указанных родов речи, то человек, совещаясь, имеет в виду будущее: отклоняя от чего-нибудь или склоняя к чему-нибудь, он дает советы относительно будущего. Человек тяжущийся имеет дело с прошедшим временем, потому что всегда по поводу событий, уже совершившихся, один обвиняет, а другой защищается. Для эпидиктического оратора наиболее важным представляется настоящее время, потому что всякий произносит похвалу или хулу по поводу чего-нибудь существующего; впрочем, ораторы часто сверх того пользуются и другими временами, вспоминая прошедшее или строя предположения относительно будущего. У каждого из этих родов речей различная цель, и так как есть три рода речей, то существуют и три различные цели: у человека, дающего совет, цель – польза и вред: один дает совет, побуждая к лучшему, другой отговаривает, откло-

няя от худшего; остальные соображения, как-то: справедливое и несправедливое, прекрасное и постыдное, – здесь на втором плане» [Аристотель, 2000. С. 14].

Были разработаны и более подробные классификации типов речи в зависимости от целевой установки. Приведем классификацию **А. К. Михальской** [Михальская, 1996. С. 57]:

Цель говорящего (<i>речевое намерение</i>)	Тип речевого акта (<i>речевое действие</i>)	Тип речи (<i>дискурса</i>)
1. Сообщить, информировать	Сообщение информации	Информирующий
2. Высказать и доказать свое мнение	Убеждение	Аргументирующий
3. Побудить к действию	Побуждение	Агитирующий
4. Обсудить проблему с помощью партнера, найти вместе с ним истину	Поиски смысла	Эвристический
5. Выразить свое видение, понимание добра и зла, прекрасного и постыдного	Оценка (похвала и порицание)	Эпидейктический
6. Доставить удовольствие себе и партнеру самим процессом речевого общения как таковым	Игровые речевые акты	Гедонистический
7. Выразить и возбудить эмоции (предложить свою эмоциональную картину мира)	Эмотив	Поэтический, художественный

Это не единственная классификация и некоторые позиции ее вызывают вопросы, но, тем не менее, она включена в ряд учебных пособий и дает представление о коммуникативном целеполагании.

Вернемся к вопросу о целях собственно экскурсии. Инициация всякого коммуникативного акта предполагает воздействие на реципиента, за которым стоят некоторые изменения в нем и/или в окружающей действительности. Английский философ и речевед **Джон Лэнгшо Остин (1911–1960)** в связи с этим разработал так называемую теорию речевых актов, предлагая в связи с этим различать *локутивные* (акты-констатации); *ило-*

кутивные (выражающие намерения) и *перлокутивные* (отражающие результат действия, эффект). В строгом смысле, по Остину, правильнее было бы говорить не о различных типах, а о различных аспектах, которые могут присутствовать в одном акте. Причем, перлокутивный акт находится уже за пределами собственно речевой деятельности (неречевое действие).

Среди самых общих целей экскурсии можно обозначить развлекательную цель, с одной стороны, и воспитательно-просветительскую, с другой. Очевидно, что цели, поставленные экскурсоводом и разработчиком экскурсионной темы, должны коррелировать с потребностями экскурсанта. В связи с этим нам придется обратиться к концепциям признанных ученых, попытавшихся выделить наиболее общие, базовые социальные потребности человека. Так Эрих Фромм попытался подняться над национально-ограниченными подходами, характерными для XIX – нач. XX вв. [Фромм, 2005. С. 41–46]. Он выделяет пять базовых потребностей человека:

- потребность в установлении связей;
- потребность в преодолении себя;
- потребность в укорененности в обществе;
- потребность в самоидентичности;
- потребность в системе ценностей

Зададимся вопросом, удовлетворение каких из выделенных Фроммом потребностей может привлечь внимание в аспекте экскурсионной работы? Во-первых, *потребность в установлении связей*. Фромм видит три стратегии реализации этой потребности – власть, подчинение и любовь. Иначе говоря, человек жаждет общения в той или иной форме.

Потребность *в преодолении себя* мыслится Фроммом как необходимость преодоления пассивности действием, которое может носить или положительный творческий характер, или характер разрушительный. В экскурсионной работе мы стал-

киваемся как с позитивной, так и с негативной реализацией творческого потенциала экскурсанта. С одной стороны, заманчиво превратить экскурсию в некое совместное творчество экскурсовода и экскурсанта, для чего применяются приемы вопросов-ответов, заданий, выслушиваются краткие комментарии экскурсанта, то есть осуществляется обратная связь, помогающая творческому освоению материала зрителями и слушателями. Однако, к сожалению активность отдельных экскурсанта может приобрести деструктивный характер в отношении коллектива, если имеет место попытка подменить собою экскурсовода, когда кто-то отправился на экскурсию исключительно с целью «показать себя» и превратить мероприятие в собственный бенефис, завоевав таким образом аудиторию.

Трудность в том, что главной задачей начинающего экскурсовода остается осознание того, что его цели и задачи сводятся к удовлетворению не собственной потребности выступить перед аудиторией (себя показать), а к удовлетворению потребностей своих зрителей и слушателей, а значит, возникает искушение из ложной деликатности пойти на поводу такого рода «говорунов». Тогда необходимо вспомнить о том, что экскурсовод соблюдает интересы всей группы и группа не должна страдать из-за отдельного индивида. Бывает, что какая-то острая или особо интересная проблема вызывает целую дискуссию (хуже – конфликтный спор) в группе, но допустить это можно только в паузах (передвижение между объектами, не сопровождаемое рассказом и показом). В конце концов экскурсоводу придется вежливо, но твердо вернуть экскурсию в нужное русло и «власть употребить» – хотя, следуя завету Фромма, – участник коммуникации должен по большому счету стремиться реализовать ее через любовь, а не власть и подражание.

Потребность в укорененности Фромм связывает с потерей человеком органической связи с природой, существующей в животном мире и необходимостью обретения чувства сопричастности процессам, протекающим в социуме. Здесь, по-видимому, сам факт посещения экскурсионного мероприятия и хорошая атмосфера помогают удовлетворению данной потребности, включая общение с природой и гармонизированной культурной средой.

Отношение к формированию той или иной *самоидентичности* у Фромма двойственное: признавая объективно присущую человеку социальную идентичность, становящуюся предметом рефлексии, он опасается перерастания этого в своего рода стадный инстинкт, грозящий потерей индивидуальности. Применительно к работе экскурсовода отметим, что экскурсия как таковая способствует формированию своего рода социальных групп из случайных совокупностей, если прежде незнакомые люди, случайно оказавшиеся в одной группе, со временем перезнакомятся, начнут совместно и сознательно отправляться на экскурсии, в поездки, обсуждать увиденное и установят тем самым личные связи по интересам.

Потребность в системе ценностей необходима для осуществления целенаправленной деятельности человека в природе и обществе, формирование ее – непрерывный динамический процесс, роль экскурсии как познавательно-воспитательной формы освоения мира здесь совершенно очевидна. Если дети привычно обращаются с интересующимися вопросами об обществе и мироздании к родителям и учителям, то для взрослых экскурсия, проводимая авторитетным экскурсоводом, становится источником искомых ответов.

Обратимся к еще одной хорошо известной в научном мире классификации потребностей. Ее автор, американский социолог и публицист **Вэнс Паккард (1914–1996)**, занимавшийся потребностью речевого и психологического воздействия,

выделил 8 базовых потребностей человека [Паккард, 2004. С. 81–90]. Это:

- эмоциональная безопасность,
- чувство собственного достоинства,
- потребность в вознаграждении за труды,
- творческая активность,
- связь с истоками,
- потребность в любви,
- потребность ощущать себя сильным,
- бессмертие.

Насколько указанные потребности носят всеобщий характер, или несут на себе отпечаток американского менталитета – судить читателю, в любом случае авторитет Паккарда в науке не вызывает сомнения. Классификация Паккарда ценна тем, что в ней выделена такая потребность, как «связь с истоками», что не может не обратить на себя внимание экскурсионистов. Связь с истоками это всегда интерес к прошлому, желание «дотянуться» во времени до своих корней, до истории своей страны, своей местности.

Экскурсия как форма освоения действительности помогает удовлетворению целого ряда как основных, так и более частных потребностей человека, через которые реализуются базовые потребности. Применительно к экскурсионной практике отметим информационную потребность, потребность общения, потребность движения (путешествия), эстетическую потребность.

Само латинское слово *excursia*, как уже говорилось, означает выдвижение, причем, для нас имеет значение и выдвижение в прямом смысле – как движение (важнейший признак экскурсии), и в переносном. В человеке заложена потребность движения в пространстве – то, что в обиходе называют страстью к путешествиям, а любая экскурсия это небольшое пу-

тешество. Однако наличие исторического компонента в т. н. культурных экскурсиях позволяет путешествовать также и во времени, что тоже отвечает потребности если не всех, то многих в нашем обществе (отсюда интерес к истории у самой широкой публики).

Есть еще потребность, проявляющаяся у одних полнее, у других менее – это потребность познания и открытия нового знания для себя (*когнитивная потребность*). Поэтому «выдвижение» может пониматься фигурально как продвижение в новый материал, что сопровождается порождением нового знания.

И еще одну потребность индивида призвана удовлетворить экскурсия – *потребность эстетическую*. О природе и сущности ее много писали и спорили философы, но для нас важно, что она заложена в каждой личности. Хорошо, если на историко-культурной экскурсии удастся реализовать эстетический потенциал предлагаемого видеоряда, и если сам рассказ экскурсовода, его коммуникативное поведение – окажут воздействие на эстетическое чувство экскурсантов.

Отечественные методологи также задавались целью выделения специфического набора потребностей, удовлетворению которых служит экскурсия. Для советской экскурсионной практики был характерен подход, сформулированный известным экскурсионистом XX в. **Б. В. Емельяновым (1918–2001)** который выделял следующие функции экскурсии [Емельянов, 2007. С. 27]:

- научной пропаганды;
- информации;
- формирования интересов;
- расширения культурного кругозора;
- организации культурного досуга;

Термин «научная пропаганда» остался в прошлом, поскольку с 1990-х и пропагандировать стало нечего, и терминологи-

чески это словосочетание было не совсем удачным. Сегодня видится актуальной другая функция, не упомянутая в приведенных классификациях – привлечение внимания туристов к проблеме сохранения и реставрации памятников культурного наследия, иначе говоря – к проблеме экологии культуры, как называл эту сферу Д. С. Лихачев. Рука об руку с озабоченностью населения разрушением исторической культурной среды идет и озабоченность сохранением физической экологии (природной среды). Опыт ведения экскурсий сегодня показывает, что связанная с экологией среды проблематика находит живой отклик у туристов и экскурсантов. Интересующихся ею отсылаем к работам современного историка и культуролога **М. А. Поляковой** [Полякова, 2005; Полякова, 2015]

Говоря об информативной функции, которая, на первый взгляд, кажется главной в экскурсии, обратим внимание на схему Ф. Л. Курлата, выделявшего три уровня ее реализации: 1) уровень первичной информации (непосредственное наблюдение объекта и восприятие его характеристик); 2) уровень комментирования связанных с объектом фактов, событий, процессов; 3) уровень анализа и теоретического осмысления непосредственно и опосредованно воспринимаемой информации [Курлат, 1977. С. 13–14]

С чего же начать, приступая к реализации экскурсионных задач по удовлетворению потребностей туристов? Всякая экскурсия, за исключением учебной, остается средством отдыха и развлечения, а значит, просветительская и воспитательная работа может вестись исподволь, ненавязчиво. Но о просветительском компоненте как таковом все же забывать не следует, хотя порой экскурсовод может быть обескуражен тем, что возрастной и социальный статус его слушателей высок и возникает вопрос «А что я им нового скажу?». Пожилые люди при молодом экскурсоводе, местные жители, вдруг отправившиеся на экскурсию по родным местам (бывает такое), профес-

сиональные историки и искусствоведы – такие категории, обладая большой эрудицией или жизненным опытом, тем не менее, самым фактом преобразования из рассказчиков и лекторов в слушателей и зрителей дают право экскурсоводу попытаться удовлетворить их потребности в познании нового и, что немало важно, иных потребностей (общения, эстетического чувства), к тому же всего знать никому не дано.

Самое сложное в достижении любого коммуникативного успеха – максимально понять и прочувствовать свою аудиторию. Самое сложное потому, что каждый человек, будучи своего рода комплексом культурных идентичностей (носителем социальной, возрастной, национальной, этнической, религиозной, гендерной специфики) является еще и неповторимым индивидом, со своим уникальным взглядом на мир, что налагает отпечаток и на его ожидания от экскурсии, и на его особенности процесса восприятия материала. Он исповедует какие-то свои убеждения, имеет собственный взгляд на мир и общество, у него есть свои вкусы и предпочтения. Таким образом, риторика, отвечая за овладение мастерством эффективного общения, неизбежно сталкивается с проблематикой теории и практики межкультурного взаимодействия. В теории социальной коммуникации это своеобразие взгляда на мир получило название «культурных очков», когда индивид видит мир через призму «своей» культуры, подсознательно полагая, что те, с кем он коммуницирует, видят мир так же, как он. Огромное количество конфликтов в быту среди принадлежащих одному кругу и даже духовно близких людей происходит из-за непонимания и недооценки проблемы «культурных очков». Коммуникативный акт неизбежно предполагает кодирование передаваемой информации коммуникатором (адресантом) и декодирование ее реципиентом (адресатом). Возникает проблема так называемого культурного кода. При этом сам по себе общий для коммуницирующих естественный язык и

общность этнической, социальной и др. культуры обеспечивает достаточно высокий уровень понимания, но не гарантирует от случаев, когда нам приходится слышать от близких людей: «Ты меня неправильно понял». Чем более экскурсовод способен учитывать характерные для аудитории особенности восприятия, тем выше его шансы на успех. Трудность заключается еще и в неоднородности некоторых групп экскурсантов, например, в так называемых «сборных группах», где могут оказаться и местные жители, и приезжие, и взрослые, и дети, и горожане, и селяне... Так называемые корпоративные и любые самоорганизованные группы в этом отношении выглядят привлекательнее, поскольку члены этих групп объединили себя какой-то общностью (родственники, сослуживцы, члены общественных структур) и, кроме того, знают друг друга.

И в заключение еще раз о проблеме, которая всегда волнует и начинающих и опытных экскурсоводов: о проблеме достоверности исторической информации, которую предстоит донести до экскурсантов. Пожалуй, самые горячие споры на экскурсиях возникают именно вокруг формирования образов исторических событий и лиц в современной культуре. Поскольку проблема эта всегда остро стоит перед профессиональными историками, то можно позаимствовать у них некоторые принципы академической этики. Эти принципы призывают во-первых, стремиться к возможно более высокому уровню беспристрастности в оценках, преодолевая собственные предубеждения и общие стереотипы; во-вторых, подвергать сомнению видимую объективность чужих оценок; в третьих, максимально опираться на факты, а не на мнения; в четвертых, отсылать слушателей к различным точкам зрения на конкретный предмет, в том числе, к концепциям признанных авторитетов исторической науки с названием их имен.

Вопросы и задания

1. Что такое социальная коммуникация? В чем ее отличие от других видов коммуникации?
2. Внимательно ознакомьтесь с приведенными выше моделями коммуникаций. Какие факторы приходится учитывать, чтобы акт социальной коммуникации был успешным?
3. Опишите универсальную модель речевого жанра по Бахтину-Шмелевой.
4. Что такое паравербальные средства коммуникации и как они могут применяться в экскурсионной практике?
5. Опишите узкое и широкое понимание риторики.
6. С чем связано возрождение интереса к риторике в наше время?
7. Риторика это наука, искусство или ремесло?

ГЛАВА 3.

Психология общения и этика экскурсовода

3.1 Фатическая функция социальной коммуникации

Наряду с рассмотренными нами выше классификациями функциональных типов речевой деятельности, имеет место и более общий подход, когда выделяются две основные функции речи – информационная и фатическая. При этом нужно оговориться, что практически они сосуществуют всегда в одном речевом акте (сам акт – это уже факт передачи информации), однако речь идет о двух общих аспектах речевого акта. Если информативность связана так или иначе с установкой на передачу информации, то фатическая функция проявляет себя в установке на сам факт коммуникации, а точнее сказать, – на общение, ибо потребность общения ради общения заложена в человеке как социальном существе. «Мотивы, генерирующие фатическое РП [*речевое поведение* – А. С.], – писала отечественный языковед **Татьяна Григорьевна Винокур (1924–1992)**, – можно было бы назвать символикой социального бытия, требующего контакта ради контакта и устанавливающего речевой контакт как паллиатив неречевой деятельности» [Винокур, 1993. С. 137]. Человек может молча и без видимых проявлений вербальной и паравербальной коммуникации (жесты, мимика) находиться в обществе другого человека и наслаждаться самим фактом общения. Р. О. Якобсон относил это состояние к метаязыковой деятельности.

Остановимся на этом вопросе подробнее. У начинающих экскурсоводов нередко складывается не совсем правильное

представление о том, что успех экскурсии определяется главным образом объемом и качеством переданной ими информации. При этом забывают, что экскурсовод работает *с людьми*, а работа с материалом лишь *средство*, но не самоцель. Еще раз вспомним о том, что экскурсия для туристов в большинстве случаев носит характер полезного отдыха, призванного удовлетворить, в том числе, и потребность в общении.

Разные ученые по-разному подходят не только к определению коммуникации, о чем шла речь в предыдущей главе нашего пособия, но и к определению понятия общения. В социологии и психологии иногда общение понимают более широко, чем коммуникацию, но это возможно лишь в том случае, если коммуникация сводится к *социальному* взаимодействию. В этом случае в общении выделяют коммуникативную функцию, отвечающую за обмен информацией; интерактивную – обмен действиями; и перцептивную (восприятие коммуникаторами друг друга). Однако такой подход можно оспорить с позиций всеобщей коммуникативности культуры и природы, поскольку упомянутые *действия* в этом случае могут быть сами представлены как коммуникация, тем более, если они носят адресный характер в отношении другого индивида. А *перцепцию* вообще трудно считать явлением рядоположенным явлению информации – это явления разного порядка. Если рассматривать социальную коммуникацию как частный вид коммуникации вообще, то становится очевидным, что коммуникация понятие более широкое, чем общение. Помимо социальной, тогда выделяют, например, такие виды коммуникации, как коммуникация техническая, генетическая, трансцендентальная...

Наиболее глубоко проблема общения в отечественной науке была разработана выдающимся отечественным философом и культурологом **Моисеем Самойловичем Каганом (1821–2006)**, в общих чертах рассматривавшего общение как один из

видов человеческой деятельности (т. н. деятельностный подход). «Нам представляется, – писал он, – что *деятельность* человека не следует сводить к его *предметной деятельности*, и тогда общение естественно впишется в это целокупное и разностороннее проявление человеческой активности» [Каган, 1988. С. 123 – *здесь и далее курсив оригинала – А. В.*].

Каган связывает представление об общении с совместным, *взаимным* действием (взаимодействием), и если рассматривать общение в терминах субъектности и объектности, то оно представляется именно субъектно-субъектным типом отношений². Полемизируя с мнением, что при взаимодействии двух субъектов один по отношению к другому всегда выступает в качестве объекта, Каган, таким образом, совершенно справедливо различает ситуацию, когда для субъекта-отправителя информации объект является не более чем пассивным приемником (и тогда неважно, является ли таким приемником человек, животное или техническое устройство), и ситуацию, когда второй член коммуникации представляется активным, осуществляющим обратную связь. Приводится пример хирургической операции как воздействия субъекта-хирурга на объект, при котором объектом может быть без принципиальной разницы – человек, животное, даже растение, – изменяемое в результате операции. Иное дело – *беседа* того же врача с тем же пациентом. При этом отправитель информации «видит в ее получателе *субъекта*, а не *объект*», ибо в этом случае он исходит из того, что данная информация адресуется такой системе, которая индивидуально своеобразна, активна в соответствии со своей уникальной природой и соответственно должна пе-

² А. В. Соколов, в свою очередь, выделяет три типа отношений, формирующих соответственно три формы коммуникационных действий: субъектно-субъектные (диалог), субъектно-объектные (управление) и объектно-субъектные (подражание) [Соколов, 2002]

еработать получаемую информацию, становясь партнером ее отправителя в их общем деле — *совместной выработке результирующей информации*» [Там же С. 146]. Тогда оба коммуниканта становятся соучастниками некоего социального процесса информационного обогащения, и этот процесс из однонаправленного, одностороннего превращается в двусторонний: «Общение никак не может быть приравнено ни к передаче сообщений, ни даже к обмену сообщениями (или информацией), как оно очень часто определяется в нашей философской и психологической литературе. *Общение — это процесс выработки новой информации, общей для общающихся людей и рождающей их общность (или повышающей степень этой общности)*» [Там же. С 149 — курсив наш — А. С.].

При таком подходе Каган не мог не обратиться к уже знакомой нам концепции коммуникации как универсального диалога, предложенной Бахтиным. Он пишет: «Подчеркнем, что выявленная М. М. Бахтиным структура диалога в его отличии от монологического высказывания относится не только к словесной форме общения — речь идет здесь о самой сути диалога, независимо от средств, которые он использует: диалог предполагает уникальность каждого партнера и их принципиальное равенство друг другу; различие и оригинальность их точек зрения; ориентацию каждого на понимание и на активную интерпретацию его точки зрения партнером; ожидание ответа и его предвосхищение в собственном высказывании; взаимную дополнительность позиций участников общения, соотнесение которых и является целью диалога. Вот почему он может быть формой связи только субъектов, выражая все те черты, которые отличают субъекта от объектов» [Там же. С. 152].

В любом случае, говоря об общении, нам нужно вспомнить о фатической функции в коммуникации и о потребностях индивида, среди которых есть потребность в общении как тако-

вом, то есть коммуникации *ради общения*. В коммуникационной модели Якобсона «ответственным» за общение был, как вы помните, элемент «контакт», а кроме того в аспекте общения обращает на себя внимание роль еще одного элемента – адресата. Обратимся к образу адресата.

Специфика экскурсионного общения такова, что экскурсоводу приходится, с одной стороны, играть социально-коммуникативную роль лидера (вспомним русский аналог слова «лидер» – *ведущий*), а с другой, избежать резкого противопоставления себя группе и общения с людьми «свысока». Главная заповедь экскурсионного общения такова – экскурсоводу нужно: 1) помнить, что он должен максимально удовлетворить не свои потребности, а потребности туристов; 2) стремиться как можно глубже прочувствовать потребности и желания группы.

Если первое требование во многом упирается в личностные качества экскурсовода (способен ли он быть коммуникативным альтруистом и не быть коммуникативным эгоистом), то выполнение второго требования связано с усилиями, которые должен предпринять на каждой новой экскурсии даже самый альтруистичный и любящий работать с людьми экскурсовод. Дело в том, что для преодоления барьера «свой/чужой» и установления полноценного контакта со своими туристами экскурсоводу нужно время и условия для изучения аудитории и установлению обратной связи. Экскурсия же видится односторонней коммуникацией: один рассказывает, остальные – слушают. При этом экскурсовод активно раскрывается, представившись группе, что-то все время рассказывая и показывая, и – формирует тем самым *образ себя как коммуникативной личности* для туристов. Группа же представляется ему, на первый взгляд, однородной массой пассивно внимающих людей.

В идеале, наверное, было бы неплохо, как это делается на некоторых психологических тренингах, дать время для непри-

нужденной беседы за чашкой чая до начала экскурсии, что позволит туристам лучше узнать друг друга, а экскурсоводу – разглядеть группу как сумму индивидуальностей. Проще говоря – перезнакомиться и что-то узнать друг о друге. Увы, за каким-то очень редким исключением, в практике коммерческих экскурсий это невозможно. Подобные возможности лишь постепенно открываются на продолжительных загородных турах с обширной программой, свободным временем, совместными трапезами и т. д. Но во-первых, и на продолжительных турах экскурсовод должен начать работать сразу – работать с группой пока еще совершенно незнакомой, а во-вторых, на коротких (например, пешеходных) экскурсиях возможности узнавания друг друга тем более ограничены. Что же делать? Остановимся на нескольких методических правилах и приемах, помогающих сократить психологическую дистанцию между группой и экскурсоводом (впрочем, конечно, не доводя дело до панибратства и бесцеремонного амикошонства).

Прежде всего, от экскурсовода требуется доброжелательное отношение к группе. Казалось бы чего проще? Но в реальности неудовлетворенность группы экскурсоводом бывает связана именно с отсутствием *изначальной* атмосферы доброжелательности. Здесь уместно вспомнить, что хорошее начало – половина дела. Как ни странно, в более удобном положении находится экскурсовод-новичок. У него, конечно, есть своя трудность – психологические барьеры от недостатка опыта профессионального общения, однако он пока свободен от негативного коммуникативного опыта и стереотипов, которые довлеют над опытным экскурсоводом, многожды столкнувшимся в практике своей и своих коллег с конфликтами, претензиями, капризами, жалобами, дурным настроением клиентов и прочее, прочее. Так, например, один водитель, собственник туристического автобуса, любит говорить, что самый счастливый момент его жизни настает, когда в завер-

шение тура последний турист покидает автобус, и теперь уже никто больше не испортит и не испачкает ничего в салоне! Таков парадокс профессий, предполагающих постоянное общение с разными людьми. Что же касается экскурсовода, то на загородных турах он выполняет дополнительную роль турсопровождающего, а значит, фактически вынужден отвечать перед клиентами за все организационные трудности, просчеты и ошибки, допущенные туроператором, турагентом, контрагентами, транспортниками другими представителями инфраструктуры туризма. Накапливаемый негативный опыт может мешать изначальной установке на доброжелательность.

Самый простой путь в преодолении барьеров, стереотипов, негативного опыта в межкультурной коммуникации (понимаемой в самом широком смысле, ибо каждый человек – это особенная культура) состоит в максимальном приближении к чужой культуре, максимальном сближении с ее носителем и узнавании его. Типичный пример из практики учителей: каким бы ни был трудным *свой* класс, он свой, каждый ученик имеет *свое лицо* и так или иначе уже вовлечен в эффективную коммуникацию с учителем. Как только учитель приходит заменить коллегу в незнакомый класс, или берется провести экскурсию для незнакомых или малознакомых детей – класс оказывается *чужим*, даже при условии видимой социальной однородности (тот же возраст, тот же город, возможно, даже та же школа). И во втором случае учитель или экскурсовод оказывается в куда более трудном коммуникативно-психологическом положении.

Отсюда следует общий вывод: первое, что нужно постараться сделать – это выделить из группы, которая до поры предстает в глазах экскурсовода однородной массой, отдельных индивидов, увидеть в них неповторимые личности и установить с ними персональный контакт. Если группа корпоративная и там есть старший (организатор), то начать надо со знакомст-

ва с ним, а заодно узнать от него побольше о самой группе, ее особенностях и ожиданиях от экскурсии. Если группа т. н. сборная, то нужно выделить нескольких наиболее коммуникабельных и готовых к активному взаимодействию участников экскурсии и наладить контакт с ними.

На первых порах особую роль играет зрительный контакт, коммуникация взглядами, или визуальная межличностная коммуникация. Именно взгляды пока еще молчащих экскурсантов позволяют судить о том, кто наиболее адаптирован к общению и готов к коммуникации в рамках экскурсии. Так формируется коммуникативное ядро группы. Экскурсовод, ведя рассказ для всех, в то же время имеет возможность адресоваться телодвижениями и глазами к конкретным лицам, что и составляет важнейший элемент выстраивания личностно ориентированной коммуникации, ломающей психологический и коммуникационный барьеры. Постепенно все большее число участников вовлекается в такого рода микрокоммуникации: экскурсовод по очереди обращается то к одному, то к другому слушателю.

Помимо зрительного контакта «экскурсовод-группа», можно использовать прием вопросов-ответов, о котором говорится в методической главе нашего пособия, посвященной приемам ведения экскурсии. Причем этот прием применяется не только с целью актуализации творческого внимания и вовлечения членов группы в общий коммуникативный процесс, но иногда также для того, чтобы что-то узнать о конкретном человеке или группе в целом. В первую очередь, желательно узнать имя человека, и если на переходах между объектами экскурсии или в иных допускающих межличностные контакты случаях приходится обращаться к нему, то обращение по имени (имени-отчеству) создает совершенно особый, благоприятный микроклимат общения. Если вы будете достаточно долго и успешно работать на конкретном рынке туристических услуг, то у вас непременно появятся знакомые по прежним экскурсиям

туристы, с которыми уже установлен личный контакт, и наличие таких лиц в группе всегда облегчает работу экскурсовода. Если группа корпоративная, то неплохо узнать, что связывает этих людей, откуда они приехали, каковы их ожидания...

Немного о технических моментах общения. Следует помнить, что по правилам экскурсионной методики экскурсовод, знакомя группу с достопримечательностями, в первую очередь смотрит на объект, демонстрируя его, – потом на группу и помогает тем самым установить контакт группы с объектом, а значит, с материалом. На автобусной экскурсии во время движения экскурсовод сидит впереди и смотрит вперед, а не на группу. С одной стороны, это облегчает работу, но, с другой, чревато нарушением контакта с группой, поэтому на автобусных экскурсиях (особенно детских) в салоне нередко возникает шум, возня, внимание рассеивается, одни мешают другим, и все это требует определенной реакции экскурсовода и вредит делу. Поэтому при работе на остановке, даже без выхода из автобуса, экскурсовод всегда встает и обращается лицом к группе, если необходимо, он может подойти ближе или обратиться к кому-либо персонально, тем самым используя эти возможности для поддержания рабочего контакта.

Американский специалист по вопросам коммуникации Джон Максвелл в книге «Искусство общения» описывает по своему типичный, к сожалению, случай неэффективной экскурсии, проведенной профессиональным гидом по имени Карлос в древнем городе Мачу-Пикчу, в Перу. *«Пока автобус карабкался к вершине горы, – пишет Максвелл, – я пытался установить контакт с Карлосом, зная, что экскурсия проходит интереснее, если заранее познакомиться с гидом. Я старался завести с ним беседу, интересовался его прошлым и семьей, но разговорить его так и не удалось. Ответы Карлоса были вежливыми, но односложными. Поначалу он мне вроде бы понравился, но я быстро понял, что его не интересую ни я, ни*

остальные члены группы. /.../ Едва выйдя из автобуса, мы оказались во власти древней истории. Нам хотелось впитать ее всем телом, но Карлос быстро собрал всех вокруг себя и начал заготовленное повествование. Было похоже, что собственные слова для него важнее, чем все мы, вместе взятые. На протяжении последующих четырех часов на нас обрушивался непрерывный поток информации. Карлос бомбардировал нас фактами и цифрами, датами и подробностями. Все очарование, связанное с моим прошлым посещением этого места /.../ было разрушено Карлосом и нагромождением нудной информации. Все наши вопросы ему только мешали. Если кто-то отлучался от группы, чтобы сделать на память снимок, Карлос тут же окриком подзывал его к себе» [Максвелл, 2014. С. 38–39].

В описанном случае собран целый «букет» ошибок и неверных шагов, ведущих к коммуникативной неудаче. Давайте разберем их по порядку.

1. Экскурсовод не только не воспользовался возможностью заранее познакомиться поближе с группой, но фактически заблокировал и все попытки к сближению со стороны Джона.

2. Экскурсовод не предоставил группе хоть немного времени, чтобы впитать атмосферу древней культуры на объекте перед началом собственно рассказа (Не применен прием предварительного осмотра).

3. Экскурсовод излагал заранее заготовленный текст, то есть фактически работал в режиме электронного гида.

4. Для экскурсовода было важнее всего произнесение текста, безотносительно реакции экскурсантов.

5. Экскурсовод обрушил на туристов четырехчасовой (!) поток информации, пренебрегая необходимыми паузами.

6. Экскурсовод перегрузил рассказ датами, цифрами, деталями, не давая сформироваться цельному образу.

7. Сам экскурсионный текст (элокуция) производил впечатление нудной информации

8. Экскурсовод блокировал попытки диалога (обратной связи).

9. Экскурсовод в погоне за необходимостью проговорить заготовленный текст не давал возможности отвлечься на фотографирование красивых видов.

Общая причина всех недостатков экскурсии заключалась в том, что Карлоса не интересовали члены группы, с которой он работал, то есть была нарушена главная заповедь эффективной коммуникации.

Почему еще важно как можно лучше узнать своих клиентов? Дело в том, что для наиболее адекватного понимания текста реципиентом (вспоминаем о культурном коде) необходимо, чтобы коммуникатор имел представление о коммуникативных возможностях членов своей группы (естественно, что в сборных группах проблема усложняется): о доступном их пониманию языке; об их фоновом знании; об особенностях восприятия... И наконец, обратная связь помогает понять, каковы же ожидания группы от предстоящей экскурсии.

Сам Максвелл выделяет следующие признаки «успешности контакта», то есть формы положительной обратной связи при общении в форме «индивид – группа», свидетельствующие об успешности коммуникации [Там же. С. 8]:

- Дополнительные усилия – люди стараются сделать больше, чем от них требуется;
- Искреннее одобрение – по собственной инициативе они дают положительные оценки сказанному;
- Полная открытость – демонстрируют мне свое доверие;
- Развитие контакта – с большой готовностью начинают выражать свое мнение;
- Удовлетворенность – им нравится процесс общения;
- Эмоциональный аспект – демонстрируют связь со мной на эмоциональном уровне;

-
- Позитивная энергия – их эмоциональные «аккумуляторы» заряжаются в ходе общения;
 - Синергетический эффект – отдача от общих усилий больше, чем сумма взглядов каждого из участников;
 - Безусловная любовь – люди принимают меня безо всяких условий и ограничений.

Наличие всех или нескольких из перечисленных признаков свидетельствует об успешности контакта с группой.

Итак, совершенно очевидно, что экскурсовод не должен «терять» аудиторию, он должен стараться удовлетворить потребности и пожелания группы, насколько это возможно.

Однако, как вы помните, мы говорили о том, что экскурсовод выступает также в роли лидера – то есть он *ведет* группу как в прямом смысле (передвижение в пространстве), так и – что более важно – в переносном, ведет людей в некую новую для них действительность, попутно решая и проблемы духовного воспитания. Экскурсовод не может терять свое лицо или играть роли, просто панибратски подделываясь под культуру аудитории, – он должен оставаться самим собой и при этом стараться быть примером в общекультурном и коммуникативном отношении. При этом экскурсоводу не следует психологически давить на аудиторию, пытаясь любой ценой привить ей свою систему взглядов, особенно если возникает диалог или дискуссия. В. И. Аннушкин дает начинающему риторике следующий совет, вполне подходящий для экскурсионной коммуникации: «Формируйте самостоятельный образ оратора, индивидуальный стиль личности. Действуя в речи, необходимо стремиться утвердить свои взгляды и убеждения, повлиять на людей. Однако нельзя навязывать свою речь или свои взгляды, необходимо “быть уместным” и убеждать только ту аудиторию, которая готова выслушать вашу речь /.../. В речи должны чувствоваться личность, воля и своеобразие говорящего» [Аннушкин, 2017. С. 35].

3.2 Коммуникативная этика экскурсовода

Говоря о культуре коммуникации, мы неизбежно вторгаемся в сферу этики. Коммуникативный успех предполагает соблюдение экскурсоводом, во-первых, общих для данной культуры правил поведения. Во-вторых, существует понятие специальной *коммуникативной этики*. Довольно трудно составить какой-то универсальный перечень советов, что можно и чего нельзя делать на экскурсии в аспекте коммуникационной этики, однако попытки выделения общих принципов предпринимались.

Итак, важная заповедь экскурсионного общения – помнить о тех, кто тебя слушает и пытается понять, помнить о том, что слушание и созерцание – это тоже усилие, стало быть, задача экскурсовода – облегчить этот процесс, оптимизировать его. Прежде всего, экскурсовод должен быть тактичным. Что это значит? «Тактичность, – пишет современный специалист по социальной коммуникации **Ю. В. Щербинина**, – предполагает объективное представление о ситуации и адекватную оценку партнера в диалоге – учет его личностных особенностей, коммуникативной роли, социального статуса, готовности к восприятию тех или иных высказываний. Здесь необходима опора не только на знания и опыт, но и на интуицию» [Щербинина, 2017. С. 260].

В связи с этим полезно обратиться к хорошо известным в современной риторике «максимам Грайса», иначе – постулатам построения речи, своду основных правил организации высказывания и целого текста, описанных американским философом и коммуникативистом **Гербертом Полом Грайсом (1913–1988)**. Рассуждая о «принципах кооперации» участников коммуникации, Грайс выделял четыре категории: количества (quantity), качества (quality), соответствия (relevance) и способа (manner). «Категория *количества*, – пишет Грайс, –

относится к количеству передаваемой информации и вызывает к жизни следующие правила [Grice, 1975. Р. 45]:

1. Следи, чтобы твоя речь была информативной, то есть содержала минимально необходимое количество информации в рамках поставленной коммуникативной цели.

2. Следи, чтобы твоя речь не была избыточной»

По поводу контроля избыточности Грайс замечает, что дело не только в потерях времени, лишняя информация («информационный шум», как называют это явление в информатике) реально мешает пониманию, отвлекая и не давая слушателю сосредоточиться на существенном. Со своей стороны добавим, что многословие в конечном счете способно психофизически утомить и самого говорящего, и слушающего.

В категории *качества* Грайс выделяет общее правило контроля за истинностью высказывания, которое содержит две конкретных максимы:

1. Не произноси того, что тебе заведомо известно как ложное.

2. Не произноси того, адекватность чего истине для тебя недостаточно очевидна.

Категория *соответствия* у Грайса находит выражение в единственной и краткой максиме «соответствуй» (be relevant). При этом сам ученый не мог не отметить некоторой сложности и даже неопределенности в понимании этой задачи соответствия чему-то. В узком смысле мы можем понимать это как стремление не отклоняться от темы, проблемы и поставленных задач, что существенно для всякого серьезного выступления перед аудиторией. Но по большому счету можно расширить эту заповедь до полезности речи для потребностей реципиента (слушателя) настолько, насколько их понимает коммуникатор (адресант). В связи с этим можно даже вспомнить известное определение любви к ближнему от знаменитого немецко-американского психолога **Эриха Фромма (1900–1980)**, оп-

ределявшего любовь как заинтересованность в благополучии *другого* [Фромм, 1990]. Трудность в том, что коммуникатору иногда приходится взять на себя смелость осознать, что же именно полезно чужой душе. Данный момент имеет прямое отношение к разновидности так называемых эпидейктических речей, в которых присутствует оценка действительности (похвала или осуждение чего-либо), то есть аксиологический момент. Проведем параллель с информатикой. Примечательно в этом отношении различие категорий релевантности (как формального соответствия) и пертинентности (как «уместности», реальной пригодности и полезности) в лингвистическом обеспечении информационных компьютерных систем и сетей, где первая понимается как формальное соответствие формулировке выданного поискового запроса к базе данных, а вторая как соответствие реальной потребности абонента системы. Отсюда релевантность в общении, по-видимому, переводит нас в более субъективную область (как это видит экскурсовод), пертинентность – в более объективную (что душе полезно). В простейшем случае в учебниках риторики эта максима Грайса преподносится просто как «не уклоняйтесь от темы», что действительно актуально и для экскурсионной речи. Отклонения могут быть вызваны как манерой рассуждения экскурсовода (любит «растекаться мыслью»), так и вопросами, просьбами слушающих, возникающими спонтанно по ходу рассказ и показа.

Наконец, последняя, четвертая, категория получила название *способа*, впрочем, само английское слово «*manner*» у Грайса наводит также на понимание этой категории как относящейся и к *манере*, то есть устоявшемуся привычному способу изложения и выражения, характеризующему индивидуальный стиль экскурсовода. Здесь Грайс формулирует четыре максимы [Grice, 1975, P. 46]:

1. Избегай неясности и формулировок, могущих оказаться «темными местами» для слушателя.

2. Избегай двусмысленности.

3. Будь краток и избегай избыточного многословия

4. Стремись к упорядочению в построении речи

На пути оптимизации социальной коммуникации Национальная коммуникативная ассоциация США в 2007 г. приняла специальный свод общих правил, назвав его «Кредо коммуникативной этики» – The NCA Credo for Communication Ethics и включив в него следующие позиции:

1. Мы пропагандируем правдивость, точность, честность и обоснованность как основные черты этичной коммуникации

2. Мы поддерживаем свободу выражения, разнообразие точек зрения и терпимость к расхождению во взглядах, чтобы достичь информационно обоснованного и ответственного принятия решений, которое лежит в основе гражданского общества.

3. Мы стремимся понимать и уважать других участников коммуникации, прежде чем оценивать и реагировать на их сообщения

4. Мы содействуем доступу к коммуникативным ресурсам и возможностям, поскольку они необходимы, чтобы реализовать человеческий потенциал и способствовать благополучию семей, сообществ и общества

5. Мы способствуем коммуникативному климату внимания и взаимопонимания, в котором к уникальным потребностям и чертам характера отдельных участников коммуникации относятся с уважением.

6. Мы осуждаем коммуникацию, которая унижает человека и человечество посредством искажения, запугивания, принуждения и жестокости и посредством выражения нетерпимости и ненависти

7. Мы обязуемся мужественно выражать личные убеждения в стремлении к честности и справедливости

8. Мы выступаем за то, чтобы делиться информацией, мнениями и чувствами, когда перед нами стоит значимый выбор, но также уважая частную жизнь и конфиденциальность

9. Мы берем на себя ответственность за кратко- и долгосрочные последствия нашей собственной коммуникации и ожидаем того же от остальных

Возможно, трудно держать в голове этот перечень, хотелось бы резюмировать чем-то емким, что открывает путь к успешной коммуникации. Так, например, учебник «Общая риторика» под редакцией Н. А. Ипполитовой следующим образом обобщает принципы коммуникативной этики: «Обязательным для исполнения при любых условиях коммуникации и в любой сфере общения является запрет на причинение ущерба другому человеку /.../ Причем принцип “Не навреди!” в этом плане касается в первую очередь морального ущерба. В эти нормы входят предписания сдерживать отрицательные эмоции и смягчать негативную информацию, не допускать унижения и оскорбления человеческого достоинства, грубости, зависти и т. п. Кроме того, к обязательным для исполнения нормам относится и требование всемерно проявлять уважение к другим людям». [Ипполитова, Ерохина, 2012. С. 88] .

Завершая разговор об этических обязанностях экскурсовода, нельзя не сказать и о проблеме защиты от речевой агрессии со стороны отдельных представителей экскурсионной группы. К сожалению, такая проблема возникает в особенности во время длительных поездок, когда, как уже говорилось, турсопровождающий оказывается в положении «козла отпущения» за все недостатки в разработке тура. С другой стороны, с капризами и недовольством туристов приходится сталкиваться и «на ровном месте», когда люди без видимой причины провоцируют экскурсовода или турсопровождающего на конфликт в силу лич-

ностных трудностей, плохого настроения, погоды и проч. Возможны и попытки втянуть экскурсовода в разного рода споры, нередко носящие идеологический и мировоззренческий характер. Общий совет сводится к тому, что экскурсовод не должен ни грубить, ни позволять втягивать себя в конфликтоопасные споры. Нельзя отвечать тем же оружием, поддаваясь на провокацию. Можно попытаться визуально выключить из общения лицо, являющееся источником провоцирующих реплик, перестав обращаться к нему во время рассказа. Проблема речевой защиты стала уже предметом специального раздела практики социальной коммуникации. Для более подробного знакомства с ним отсылаем читателя к книге Ю. В. Щербининой «Речевая защита. Учимся управлять агрессией» [Щербинина, 2016]

Вопросы и задания

1. Зачем ученые предлагают различать информационную и фатическую функции социальной коммуникации?
2. В чем разница между коммуникацией и общением?
3. Попробуйте вспомнить данное М. С. Каганом определение общения или дайте свое.
4. Опираясь на рассуждения М. М. Бахтина, докажите, что диалогичность это неотъемлемая особенность любого порожденного текста.
5. С удовлетворением каких социальных потребностей можно связать экскурсию?
6. Перечислите речевые типы по А. К. Михальской. Какие из них актуальны для работы экскурсовода?
7. Опишите приемы установления контакта с экскурсионной группой.
8. Что такое «культурные очки»?
9. Назовите постулаты построения речи по Г. П. Грайсу.
10. Какова главная заповедь в преодолении межкультурных коммуникационных барьеров?

ГЛАВА 4.

РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИОННОЙ ТЕМЫ

В настоящей главе мы перейдем от общих методических установок к методике разработки экскурсионных тем.

С чего начинается рождение новой экскурсии или экскурсионного тура? С творческого замысла. В этом отношении оно сродни рождению художественного произведения, а значит, в идеале требует творческого вдохновения. В идеале – потому, что в реальности экскурсовод может выполнять заказ туристического рынка, обращаясь к тематике и проблематике, которая привлекает потенциальных клиентов, но не совсем интересна экскурсоводу. Бывает и такое. Но все же лучше, когда «для хлеба и для души» идут рука об руку. Лучше исходить из того, что разработчик по складу своей души привязан к определенной тематике и она его увлекает. Напомним, что в силу специфики настоящего учебного пособия мы рассматриваем только культурно-исторические экскурсии, оставляя в стороне природоведческие, производственные и прочие.

Античная риторика создала так называемый классический риторический канон (правило), включавший в наиболее общем виде 5 этапов подготовки публичного выступления. Он может быть приложен к экскурсии как особому риторическому жанру. Вот эти пять этапов:

- инвенция (*inventio* – изобретение);
- диспозиция (*dispositio* – расположение);
- элокуция (*elocutio* – изложение);
- мемория (*memoria* – запоминание);
- акцию (*actio* – произнесение)

4.1 Изобретение темы экскурсии (тура)

Начнем с *инвенции*, то есть с изобретения и формулировки темы, а затем перейдем к отбору компонентов необходимого видеоряда. Приступая к осмыслению и выбору темы, мы сталкиваемся с необходимостью очертить круг событий, лиц, культурных явлений, проблем, которые будут спроецированы на конкретную местность. Причем, именно местность и является важнейшей из перечисленных позиций в силу специфики самой экскурсии как продвижения по местности.

Вспомним классификацию экскурсий. В одних случаях конкретная местность должна целиком и полностью определить тему своей историей, своим обликом, и тогда экскурсионисты называют экскурсию *обзорной* («Вечерняя Москва»; «Санкт Петербург – Северная Пальмира»; «Древний Суздаль»; «В переулках Арбата»; «Замоскворечье» и под.). Разные эпохи, замечательные лица, разнообразные события – все это составляет материал обзорной экскурсии настолько, насколько имеет отношение к данному городу, району, улице, уголку городской среды... В так называемых *тематических* экскурсиях, традиционно противопоставляемых обзорным, во главу угла ставится не весь спектр местно-ориентированной культуры, но определенный срез (эпоха, исторический период); определенная культурная парадигма, вроде социального явления, художественного направления, течения общественной мысли,; определенное событие или ряд событий; историческое лицо (деятель культуры); художественное произведение и так далее. Этим экскурсия «Купеческое Замоскворечье» будет отличаться от обзорной экскурсии «За Москвой рекой», а «Литературный Арбат XIX в.» – от «Прогулки по арбатским переулкам».

Другое дело, что, как уже отмечалось нами, хорошая обзорная экскурсия должна включать в себя ряд тематически объединенных микроэкскурсий, обычно выделяемых в мето-

дичках как подтемы. Иначе пестрота не позволит сформировать устойчивых образов событий, лиц, явлений и, в конечном счете, – местности. Традиционное деление экскурсий на обзорные и тематические достаточно условно, ибо можно считать, что конкретная местность в обзорной экскурсии фактически и берет на себя темообразующую роль. Поэтому можно обзорную экскурсию представить как политематическую. А значит, нельзя согласиться с издавна бытующим мнением, что обзорную экскурсию разработать и провести проще, чем тематическую. Качественная обзорная экскурсия ставит перед экскурсоводом сложнейшую задачу тщательного отбора и сплава воедино многообразного материала, относящегося к данной местности, что необходимо для выявления определяющих символов, даже по возможности – архетипов местности, и формирования ее неповторимого облика.

Именно здесь решающую роль играет концепция «души местности», разработанная Николаем Павловичем Анциферовым. Хороший экскурсовод должен прежде всего сам почувствовать эту душу, понять, какой культурно-исторический (не без связи с природой, конечно) отпечаток лежит на данной местности, где ее глубинный прообраз, тот самый, который связывался с архетипами у К. Юнга и прасимволами у О. Шпенглера. Анциферов писал о Петербурге Достоевского, Петербурге Пушкина, Петербурге Блока, но свою ставшую самой знаменитой книгу назвал «Душа Петербурга», тем самым обобщив лицо города и его культурную историю до одного емкого понятия. Душа города может иногда наиболее полно проявить себя в определенных артефактах, событиях, природных особенностях – которые становятся со временем символами данного места. С их поиском сталкиваются при разработке гербов городов, знаков-памятников, они нередко находят отражение в названиях места – топонимах. Поэтому один из эффективных способов построения вводной части в обзорной

экскурсии – это анализ устоявшегося названия избранной для проведения экскурсии местности, особенно, если название имеет глубокие корни и связано с одной или несколькими легендами, культурными явлениями.

Прием этимологического анализа топонимов и гидронимов хорошо выручает при разработке и ведении еще одного вида экскурсии, который называют *путевой информацией*. Нередко за окном автобуса на трассе мелькают лишь названия населенных пунктов, рек, озер, – при отсутствии каких-либо достопримечательностей, и тогда само название способно бывает рассказать что-то интересное о данной местности, определив ее лицо.

4.2 Формулировка названия темы экскурсии (тура)

Чувство местности, ощущаемое поначалу больше интуитивно и весьма индивидуально, нередко трудно формулируемое, – должно так или иначе при разработке экскурсионной темы привести к четкой формулировке официального названия экскурсии (тура), под которым она будет фигурировать в рекламных материалах туристического рынка.

На первый взгляд может показаться, что тема определяется одним главным ключевым словом и его название становится названием экскурсионной темы. Наверное, это так, если речь идет об обзорной экскурсии, где имя местности является темообразующим фактором. Для экскурсий тематических все сложнее. Название темы призвано направлять в нужную сторону, показывая, какие именно аспекты феномена культуры, составившего тему, и с какой целью будут раскрыты. Поэтому не может быть, скажем, экскурсионной темы «Достоевский» или «Художественный мир Достоевского», но могут быть названия тем «Петербург Ф. М. Достоевского» или «По петер-

бургским страницам «Преступления и наказания»», или «По следам героев Ф. М. Достоевского».

Изобретение темы экскурсии и четкая формулировка ее названия – это не одно и то же. Формулировка рождается не сразу и в идеале должна донести до потенциального потребителя туристического продукта (и посредников в лице турагентов) замысел, географические и тематические границы, проблематику экскурсии. Формулировка темы будущей экскурсии — дело ответственное. Ведь название темы — это визитная карточка всего нашего труда. Неверно отражающее суть название иногда приводит к разочарованию публики, которая, заказывая экскурсию, ориентировалась на не совсем адекватное название в рекламном проспекте. Проще, если вслед за названием идет аннотация, но все равно лучше быть точнее в выборе названия. Дело в том, что здесь действуют два фактора — с одной стороны, необходимость наиболее верно передать содержание темы, а с другой, — желание сделать название возможно более привлекательным, броским, чтобы скорее привлечь внимание клиента, если речь идет о туристическом бизнесе. В последнее время в коммерческих экскурсионных организациях наблюдается увлечение образными выразительными названиями, вроде «В Берендеево царство», «Мир волшебной сказки», «Быль и новь древнего города» и т. д., идут в ход всякого рода «легенды» и «тайны» (хотя на поверку иногда выходит, что никаких тайн и нет — одна реклама!). Возможно, по примеру книгоиздательского дела, нужно давать подзаголовок, раскрывающий такое образное или метафорическое название. В принципе, это не плохой ход, но только не надо жертвовать точностью. Иначе лучше дать более простую, но адекватную формулировку, или, если речь идет о рекламном проспекте, снабдить образно-метафорическое название экскурсией аннотацией, содержащей краткое описание экскурсии. Здесь действует то же простое правило, которому учат учителя-словесники при написании

школьных сочинений: каждое слово в названии темы должно «работать» на ее раскрытие, а лишних слов быть не должно (вспомним принципы Грайса). При этом как разработчик экскурсии, так и ведущий тему экскурсовод должны контролировать себя, чтобы увлекшись, не превратить, например, тему «Пушкинский Петербург» в тему «Пушкин в русской культуре», а тему «Немецкая слобода — историческая местность Москвы» — в тему «Москва петровской эпохи»... Сказанное, конечно, не означает, что не может быть никаких отступлений, или смежных тем. Они могут возникать, но призваны играть роль подтем, работающих на раскрытие основной темы, но не вытесняющих ее.

«Тема, — писал Н. П. Анциферов, — предопределяет строгий выбор материала и дает критерий для этого выбора, что освобождает экскурсию от перегрузки... Помимо критерия для выбора экскурсионных объектов, тема определяет и порядок их осмотра, она создает необходимую спайку всех элементов в одно гармоническое целое. Без этого не будут достигнуты сосредоточенность внимания и единство переживания, способствующие углубленному восприятию разбираемого материала» [Анциферов, 1923. С. 13].

4.3 Поиск и отбор экскурсионных объектов

Исходя из данного нами выше определения экскурсии как аудио-визуального процесса освоения действительности, связанного с путешествием по естественно расположенным объектам на местности, — мы должны обратить внимание на следующий шаг — поиск и отбор этих самых экскурсионных объектов. Среди них ведущая роль принадлежит сохранившимся материальным объектам, памятникам культуры — они формируют костяк экскурсии. Их не заменить ничем. Как дополнение к ним, в качестве объекта можно рассматривать 1) само

название местностей, о чем уже говорилось (визитная карточка местности); 2) так называемые «памятные места» – места утраченных объектов (эти объекты присутствуют незримо, и облик их восстанавливается путем вербальной или графической реконструкции); 3) иллюстративные материалы для демонстрации (т. н. «портфель экскурсовода).

Ниже мы приведем разработанную в свое время автором для Московского Центра подготовки туркадров методику описания объектов культурного наследия, одновременно призванную дать представление о различных типах и видах недвижимых объектов культурного наследия. Проблема классификации объектов культурного наследия, в нашем случае – памятников культуры и мемориальных знаков и сооружений, возникает в связи с необходимостью составления баз данных по объектам культурного наследия для дальнейшей разработки экскурсионной тематики. Можно классифицировать памятники недвижимого наследия по различным основаниям. При этом едва ли возможно создать единую форму (формат) для всех видов объектов, во всяком случае, в науке и практике охраны наследия таковых пока не было.

В первую очередь необходимо различать памятники истории, приобретшие свойство мемориальности в своей неосновной функции – то есть со временем, а с другой стороны, – специальные мемориальные знаки и сооружения, изначально взявшие на себя как основную – функцию напоминания, то есть рожденные сразу как памятники. Особняком стоит категория наименованных объектов, среди которых несущие историческую или мемориальную окраску названия местностей (Красная Пресня, Лефортово, Таганка), улиц и площадей, скверов и парков (Кутузовский проспект, Матросская Тишина, Кузнецкий мост, Тимирязевский парк), организаций и учреждений (больница святителя Алексия, средняя школа имени М. Горького, завод им. Владимира Ильича), инженерных

сооружений (Бородинский мост, Шуховская радиобашня), природных объектов (река Сходня, Воробьевы горы). Среди топонимов и гидронимов часто приходится различать т. н. народные и официально присвоенные наименования. Впрочем, это может касаться и иных объектов.

На следующем этапе классификации среди утилитарных объектов, ставших затем памятниками истории, выделяют целый ряд формально-содержательных и функциональных категорий, позволяющих различать жилые, промышленные, учебные и др. здания, малые архитектурные формы (беседка, ограда, фонарь, скамья...).

В категории специальных мемориальных объектов чаще всего выделяют: музеи и мемориальные комплексы, храмы-памятники, скульптурные монументы, мемориальные доски и др.

Предметом отдельной систематизации становится массив собственно объектов коммеморации (увековечения), иначе говоря, тех событий, лиц, явлений культуры, целых исторических периодов и эпох, память о которых преимущественно призван нести данный объект постольку, поскольку он был признан памятником. Еще один аспект классификационной работы связан с необходимостью определения физического состояния (степень износа, наличие поновлений, переделок, реставраций) и мемориальных возможностей данного памятника.

Топонимы и гидронимы, включая исторические имена местностей как таковых, выделяются в отдельную классификацию, построенную в соответствии с особыми принципами.

Итак, для задач работы с наследием в практике разработки экскурсионных тем может быть принята следующая классификация объектов недвижимого культурного наследия, имеющих историческую ценность (памятники культуры, памятные места, мемориальные знаки):

1. Специальные мемориальные объекты

1.1. Исторические, историко-краеведческие и мемориальные музеи.

1.2. Мемориальные и музейно-мемориальные комплексы, в том числе некрополи и братские могилы.

1.3. Храмы-памятники и часовни (освященные в молитвенное благодарение в связи с историческими событиями и лицами).

1.4. Памятные кресты.

1.5. Архитектурно-скульптурные монументы.

1.6. Мемориальные знаки (памятные «таблицы», мемориальные доски, камни, надписи).

1.7. Отдельные могилы, надгробия.

1.8. Утилитарные движимые объекты, превращенные в недвижимые мемориалы (военная и гражданская техника, средства транспорта и т. д.).

2. Объекты утилитарного назначения с выраженным мемориальным содержанием

2.1. Церковные сооружения и знаки (храмы, монастыри, часовни, отдельные приделы, поклонные кресты).

2.2. Жилые, общественные, учебные, лечебные, производственные, рекреационные, спортивные и иные здания, ансамбли и комплексы.

2.3. Инженерные сооружения.

3. Специально наименованные в память событий и лиц объекты

3.1. Топонимы и гидронимы.

3.2. Промышленные и сельскохозяйственные предприятия.

3.3. Научные и учебные заведения.

3.4. Лечебно-оздоровительные учреждения.

3.5. Культурно-просветительные учреждения (библиотеки, клубы, театры, дома культуры, парки отдыха).

3.6. Благотворительные учреждения (приюты, детские дома, богадельни).

4. Памятные места

4.1. Место (местность), отмеченное событием локального, национального или общекультурного исторического значения.

4.2. Место утраченного (или запроектированного, но не построенного) памятника истории (мемориального сооружения, знака).

5. Природные объекты, обладающие мемориальным содержанием

ФОРМАТ ОПИСАНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО МЕМОРИАЛЬНОГО ОБЪЕКТА (тип 1)

А. Общие сведения

– Название памятника и объектов мемориализации (официальное, принятое и иные, если есть).

– Тип мемориального объекта (храм-памятник, архитектурно-скульптурный монумент, крест, камень, доска, см. выше).

– Описание внешнего облика объекта.

– Местонахождение (адрес современный и исторический, пути подъезда, доступность).

– Культурная значимость (всемирное, национальное, общегородское, местное значение). Является ли одновременно памятником архитектуры, искусства (какой именно эпохи, стиля...).

– Сохранность (удовлетворительная, неудовлетворительная, руинирован; прошел ли реставрацию).

– Наличие надписей (тексты приводятся в оригинале или по документам – если утрачены).

Б. Исторические сведения

- Сведения об объекте мемориализации.
- Ключевые слова, характеризующие исторический контекст увековеченного события, лица.
- Дата официального открытия мемориального сооружения (знака).
- Инициаторы акта увековечения (частные лица, благотворители, государственные и общественные организации).
- История создания (включая даты рождения замысла, историю проектирования, конкурсов, закладку, сооружение, открытие и т. д.).
- Имена авторов памятника (архитекторы, инженеры, скульпторы, художники).
- Стоимость проекта.
- Биография памятника (снос, изменения облика, переносы, замены, характер восприятия памятника в ту или иную эпоху, связанные с объектом мемориальные акции и т. д. – с указанием дат и мотивировок).
- Наличие иных мемориальных знаков в память данного события, лица, явления в городской среде.
- Опубликованные и неопубликованные источники по мемориальному объекту.
- Дата заполнения (актуализации) формы.

*ФОРМАТ ОПИСАНИЯ
ПАМЯТНИКА ИСТОРИИ (тип 2)*

А. Общие сведения

- Имя (название) памятника.
- Иные наименования.

– Местонахождение (адрес современный и исторический, пути подъезда, доступность).

– Тип памятника (название или индекс из вышеприведенной классификации: 2.1; 2.2...).

– Современная функция (утилитарное использование) объекта в городской структуре, в чьей собственности находится сегодня (государственная, муниципальная, частная).

– Описание памятника как объекта городской среды (внешний вид сооружения, интерьер).

– Имеет ли статус охраняемого объекта наследия и категория охраны (международная, федеральная, местная, ведомственная...).

– Культурная значимость (всемирное, национальное, общегородское, местное значение). Является ли одновременно памятником архитектуры, искусства (какой именно эпохи, стиля...).

– Степень изученности (изучен хорошо; изучен слабо; не изучен).

– Сохранность (удовлетворительная, неудовлетворительная, руинирован; прошел ли реставрацию).

– Наличие мемориальных знаков (доски, надписи, монументы) на здании или возле него, отражающих историческую значимость данного памятника. Краткое описание этих знаков.

– Возможности музеефикации (музеефицирован – название и статус музея; входит в состав мемориального комплекса; не музеефицирован; готовится музеефикация; имеются предпосылки музеефикации).

Б. Исторические сведения

– Ключевые слова, характеризующие исторический контекст увековеченного события, лица.

– Датировка памятника как объекта городской среды (когда возник, построен).

– Имена создателей объекта (архитекторы, инженеры, скульпторы, художники).

– Имена первоначальных и последующих владельцев объекта наследия.

– Исторически значимые факты по истории создания и эксплуатации памятника как материального объекта среды (замысел, проектирование, строительство, перестройки).

– История формирования исторического значения объекта как памятника (исторические события и лица, связанные с ним в разные периоды истории; сведения об этих лицах и характере их связи с данным объектом; необходимые даты).

– Литература и архивные источники по памятнику.

– Дата заполнения (актуализации) формы.

Предложенные формы и принципы описания нуждаются в ряде комментариев. Форматы описания не должны смущать излишней объемностью и подробностью. Исходя из методических задач, мы обязаны предложить несколько идеализированный, наиболее полный вариант, из которого с легкостью могут быть исключены те или иные позиции. Это будет зависеть и от характера объекта наследия и от конкретных задач разработчиков культурно-исторических туров и экскурсий. В любом случае мы отдаем себе отчет в том, что действительность оказывается богаче классификаций и теоретических схем. Но с другой стороны, следует иметь в виду, что приведенный вариант не есть сиюминутное умозрительное построение, он отражает принципы, положенные в основу соответствующих форматов в государственной системе учета, охраны и использования наследия.

Отметим также, что, прибегая к максимально полному (всестороннему) описанию памятника, краевед-экскурсовод,

условно говоря, работает на будущее. Однажды заполненный паспорт памятника будет многократно использоваться для разных целей, причем сегодня могут быть востребованы одни характеристики, завтра другие. При экскурсионной работе с памятником на обзорной экскурсии, как правило, также дается если не всесторонняя, то многосторонняя характеристика памятника, на тематических экскурсиях, в зависимости от выбранной темы один и тот же объект будет «поворачиваться» к экскурсantu то той, то другой стороной.

Впрочем, и на тематической экскурсии принято давать краткие, самые необходимые дополнительные сведения. Например, на исторической экскурсии, посвященной истории Московского университета и ставящей задачу максимально осветить события и назвать исторические имена, нельзя не упомянуть, что старое здание МГУ на Моховой является памятником архитектуры классицизма, а строил его знаменитый Матвей Федорович Казаков. Рассказывая об истории московского генерал-губернаторства возле современной московской Мэрии на Тверской, 13, нельзя не упомянуть хотя бы вскользь о том, что здание выглядит не совсем так, как «в те самые» времена, будучи надстроено двумя этажами в советский период.

Используя некоторые из приведенных позиций и дополняя их при необходимости, – можно самостоятельно разработать аналогичные форматы описания для специфических категорий памятников, приведенных в нашей классификации. К ним относятся музеи и мемориальные комплексы, могилы и надгробия, памятные места, природные объекты...

Несложно организовать массивы по памятным наименованиям, включая топонимику. В последнем случае необходимыми позициями представляются само имя, предшествующие и альтернативные названия, даты и инициаторы наименований и переименований, характер и мотивировки акций номина-

ции. Не надо забывать и об иллюстрациях. Среди них могут быть почерпнутые из архивов (в т. ч. домашних) виды объекта, собственные фотоснимки, рисунки, планы, чертежи.

Изучая любой из приведенных форматов описания памятника, вы наверняка обратили внимание на необходимость разного рода отсылок, перекрестных сносок, которые могут вести от конкретного признака (характеристики) объекта к самостоятельной подсистеме (другому объекту). Например, в массиве документов по памятнику истории встречаются упоминания о мемориальных досках, знаках, установленных на историческом здании. Но ведь данный знак сам становится объектом более подробного описания в отдельном формате и сведения о нем хранятся в отдельном подмассиве. На перекрестных отсылках строится гипертекстовый принцип построения баз данных. Так же могут быть увязаны упоминаемые имена исторических лиц или создателей памятника (зодчих, скульпторов) с отдельным массивом персоналий. Это очень важный момент поскольку, в отличие от государственной системы учета памятников, для экскурсионной практики приоритетом всегда обладает не сам памятник, а то, о чем он свидетельствует. Поэтому в основе просветительской работы с наследием лежит принцип использования памятника как своего рода опорной точки, на которой строится рассказ о конкретном событии, лице, эпохе. Экскурсовод не может ограничиться лишь той частью биографии исторического лица, которая связана с данным памятником, но памятник является поводом для освоения более широких пластов знания об этом лице. Поэтому, начиная вести каталог (базу данных), в которой единицей описания является памятник, желательно вести и встречную работу – формирование каталогов исторических событий, эпох, лиц, культурных явлений, где будет указано, какие объекты наследия являются хранителями памяти о событии, или лице, где они находятся, как к ним добраться, каковы их возможности...

То же касается биографических баз данных, массивов архивных и библиографических систем и т. д. Чтобы всякий раз не переписывать сведения из смежного массива, устанавливается система внутренних связей. Наиболее полно реализовать их дают возможность гипертекстовые компьютерные системы организации данных, совершившие в свое время настоящую революцию в информатике. По этому принципу строится и любая сеть, в том числе, естественно, современный Интернет. Увидев в тексте на экране монитора выделенное слово, мы щелкаем по нему клавишей мыши и оказываемся в смежном массиве (подсистеме), где значение данного слова само становится объектом подробного описания. Впрочем, сама по себе система перекрестных ссылок известна давно и продолжает использоваться на бумажных носителях, просто возможности ее здесь более ограничены. Мы имеем в виду постраничные и концевые сноски в книге, отсылки к списку литературы, курсивные «маячки» в энциклопедических статьях, напоминающих, что выделенный объект составил предмет отдельной статьи в данном издании и т. д.

Полноценная работа по использованию наследия непременно предполагает параллельную работу с несколькими базами данных (подмассивами). Приведем пример. Ведение хронологии событий по своему региону (местности) выявляет грядущую юбилейную дату, связанную с неким деятелем культуры. От хронологического массива мы тем самым переходим к массиву персоналий, откуда можем почерпнуть сведения о том, какие исторические адреса на карте района (города, улицы) хранят память о нем и какие события там происходили. Далее необходимо выяснить, по каким из этих адресов сохранились недвижимые объекты наследия (памятники истории), в каком они состоянии, имеют ли официальный статус памятников, отмечены ли памятными знаками, музеефицированы ли. Отдельный информационный массив позволит выяснить, име-

ются ли связанные с данным лицом-юбиларом специальные мемориальные объекты (скульптурные монументы, памятные доски) или памятные наименования (топонимы, названия, учреждений, предприятий, учебных и просветительных заведений и т. д.).

Особый случай среди объектов наследия являют топонимы и гидронимы, а также так называемые памятные наименования объектов городской среды, если они имеют историко-мемориальный характер. Сюда относятся собственное историческое и современное название данной местности, ощущаемой как «малая Родина», названия входящих в нее местностей, имена улиц, гидронимы, названия отдельных специально поименованных объектов, станций метро – если они несут в себе определенного рода историческое свидетельство. Многие учреждения, например, в старой и современной Москве получили специальные наименования в память своих основателей или по иным причинам (Солдатенковская больница, Третьяковская галерея, Театральный музей им. Бахрушина, Бородинский мост...).

Работу с топонимами облегчат изданные по этой теме справочники и пособия. Если встретились не проясненные в научной топонимике названия, можно попробовать разработать самостоятельные версии их происхождения. При этом необходимо уметь выделять основные принципы наименования, по ним можно составить классификацию топонимов данного района, посмотреть преобладание тех или иных типов, что само по себе может прояснить специфику данного района (местоположение; функциональные особенности, например, район спальный/промышленный/рекреационный; историческое прошлое; наличие каких-то выдающихся объектов городской среды и т. д.).

Следует обратить особое внимание на то, какая именно эпоха оставила после себя наибольшее число наименований

в районе и почему так; выяснить, какие топонимы и гидронимы хранят память об исторических событиях и лицах, а также об исчезнувших с лица земли памятниках истории города (последнее мы часто встречаем в историческом центре, например, в Москве: улица Якиманка — по церкви Иоакима и Анны; Бронные улицы — по Бронной слободе, станции метро «Охотный ряд», «Красные ворота» и т. д.). Необходимо различать народные названия и специально поименованные городскими властями в ту или иную эпоху улицы и иные объекты.

Самое главное, что нужно принять во внимание при формировании замысла экскурсии — это связь событий, лиц, артефактов культуры, с одной стороны, и местности — с другой. Иначе говоря, прочувствовать, насколько те или иные исторические события, исторические лица и деятели культуры, творчество зодчих, художников, писателей, музыкантов, памятники архитектуры и природные объекты — оказали влияние на формирование «души местности», на тот образ местности, который сложился в культуре. Затем необходимо определить, насколько этот образ отражен в современном облике местности. Потому что городской экскурсовод, в отличие от авторов посвященных историческому облику местности видеофильмов и сайтов, не вправе оперировать одними лишь фотографиями и рисунками того, что было, но ушло, — ему непременно нужен реальный видеоряд на местности. «Портфель экскурсовода» — лишь вспомогательное средство, он может выручить на конкретном отдельно взятом объекте, но построить всю экскурсию на нем нельзя. А значит, необходимо определить, насколько концентрированным и самодостаточным является сохранившийся на данной местности ряд визуально воспринимаемых объектов (памятников культуры и природных особенностей). Здесь немалое значение придается эрудиции экскурсовода: чем он более эрудирован, тем легче ему найти адекватный его замыслу материал среди тех объектов, которые данная местность пре-

зентует ему в настоящий момент. Хороший экскурсовод всегда является и краеведом, стремящимся постоянно пополнять свои знания о том, что происходило на этой улице, в этом доме, в этом селе, в этом городе в те или иные времена.

Огромную помощь разработчику экскурсии оказывают деятели культуры, мастера кисти и слова, зодчие и ваятели, композиторы, авторы воспоминаний и всевозможных эссе, которые уже вдохновлялись этой местностью и ее духом. Формы связи творца культуры и местности могут быть самыми различными, но результат всегда связан с формированием эстетического наслаждения от произведений искусства. Бабушкино имение Захарово навсегда осталось для Пушкина источником ностальгических воспоминаний, хотя расстался он с этим местом в детстве и взрослым побывал лишь раз и недолго. А Пришвин приобрел свой знаменитый дом в Дунине в возрасте семидесяти трех лет, но Дунино знаменовало собою очередной огромный творческий взлет писателя.

Нередко мастера изящной словесности напрямую обращались со словами приветствия к местностям и признавались им в любви. Поэт пушкинской эпохи Александр Иванович Полежаев (1804–1838) писал:

Привет тебе, Девичье поле,
С твоей обителью святой,
Где девы юные в неволе
Проводят век печальный свой.
Какой окрест прекрасный вид
Красой природною блеснит...

А вот строчки из «Оды реке Кубре», написанной поэтом той же эпохи графом Дмитрием Ивановичем Хвостовым (1757–1835):

Кубра! Ты первая поила
Меня Пермесскою водой;

Ты душу юну возбудила
Любить приятных песен строй.
Я на твоём берегу высоком
Всегда спокойным сердцем, оком
Ловил природы красоты;
Не знал кумиров зла, ни мести,
Не зрел рабов коварства, лести,
Век целой рвать хотел цветы /.../

Местность возле московского арбатского храма Спаса на Песках навсегда вошла в историю культуры и сознание москвичей как сюжет картины «Московский дворик» Василия Дмитриевича Поленова (1844–1927). А музыкальное творчество композитора Сергея Ивановича Танеева (1856–1915) неотделимо от звенигородской «Подмосковной Швейцарии», от его любимой деревеньки Дютково и ее чудесных окрестностей.

Если отобрано определенное количество объектов, которые имеют непосредственное отношение к раскрытию темы, то неплохо выстроить рейтинг значимости, что будет иллюстрировать весомость каждого из объектов. Можно, например, установить тройную градацию, разделив объекты на имеющие соответственно большую, среднюю и малую значимость для разрабатываемой темы.

Объекты первой категории – большой значимости – это принципиально важные объекты, которыми нельзя пренебречь и которые станут той «печкой», от которой мы будем «танцевать». Едва ли можно представить, скажем, обзорную экскурсию по Ярославлю без Драматического Театра имени Федора Волкова, Тарусу – без Дома-музея К. Г. Паустовского, а город Александров – без Кремля. Возле объектов первостепенной важности мы планируем остановку (по возможности, с выходом, и даже – с посещением объекта, если он музеефицирован) и уделяем им больше внимания.

Объекты второй категории составляют остальную часть видеоряда экскурсии, они не требуют столь много внимания, и знакомство с ними может проходить без выходов (а иногда в сложной транспортной ситуации – и без остановки (на ходу)). Объекты третьей категории носят вспомогательный характер, помогая заполнить пустоты между важными объектами, или будучи использованы на дополнительных вариантах маршрута. Совершенно очевидно, что какими-то объектами, имеющими отношение к теме в большом городе приходится жертвовать по причине значительной их отдаленности от сложившегося маршрута или технической недоступности (реставрация, ремонт, временно ограниченный доступ по транспортным путям и т. д.). Однако они сохраняются в резерве базы данных, собранных по теме. Если сборные группы для пешеходных и автобусных экскурсий формируются конкретной турфирмой, как правило, на постоянно зафиксированных местах, то корпоративную автобусную группу приходится доставлять к месту начала внутригородской экскурсии каждый раз из нового места, часто весьма дистанцированного от места начала «канонического» маршрута экскурсии. Заполнение возникающего при этом значительного начального отрезка может быть не учтено в методических разработках, и тогда перед экскурсоводом возникает проблема самостоятельного заполнения его экскурсионным материалом. Есть разные способы организации этой вводной части: так на экскурсии, посвященной Петербургу Достоевского, можно рассказать о московском детстве писателя, на экскурсии «Булгаковская Москва» – о киевском периоде биографии Булгакова и его скитаниях до приезда в столицу в 1921 г. На архитектурной экскурсии «Московский классицизм» – рассказать о самом классицизме как художественном направлении, его антично-европейских корнях и т. д. Однако, если в запасе экскурсовода имеется немалое количество резервных объектов, то некоторые из них могут оказаться

на пути следования и органично вписаться в экскурсионный маршрут.

4.4 Работа с источниками материала

Облегчает работу экскурсовода-разработчика специальная литература, содержащая более-менее систематизированное описание памятников по городу или отдельным местностям. Для Москвы можно порекомендовать хорошо известную краеведам энциклопедию «Москва», вышедшую в 1997 г. под редакцией выдающегося краеведа академика РАО С. О. Шмидта; шеститомную энциклопедию «Лица Москвы», вышедшую в 2007–2014 гг.; издания Всероссийского научного и культурно-просветительского общества «Энциклопедия Российских деревень»; ставшую заслуженно знаменитой православную москвоведческую энциклопедию П. Г. Паламарчука «Сорок сороков»; вышедший с 1983 года свод «Памятники архитектуры Москвы»; подготовленное М. И. Вострышевым, В. Ф. Козловым, А. К. Светозарским продолжающееся издание «Москва православная. Церковный календарь. История города в его святынях»; двухтомную Российскую музейную энциклопедию (М.: Прогресс; Рипол-классик, 2001). Можно успешно использовать написанные вызывающими доверие специалистами книги «Москва. Архитектурный путеводитель» И. Л. Бусевой-Давыдовой, М. В. Нащокиной и М. С. Астафьевой-Длугач (М.: Стройиздат, 1997); «Загородные усадьбы в Москве» Е. Н. Чернявской и И. К. Бахтиной (М., 2002); «Архитектура Москвы шести веков» Е. Н. Черпнявской. Помогут путеводители и книги об отдельных местностях города, вышедшие из-под пера авторитетных краеведов, таких, как С. О. Шмидт, В. Б. Муравьев, В. В. Сорокин, С. К. Романюк, Ю. Н. Александров, Ф. Л. Курлат, Ю. А. Федосюк, В. Ф. Козлов. Мы специально подчеркиваем необходимость обращения к источникам мате-

риалов, подготовленных признанными специалистами своего дела, поскольку на книжном рынке сегодня появляется немало книг, содержащих недостоверную информацию.

Все это, а также отдельные краеведческие, историко-научные и искусствоведческие материалы, включая публикации, архивные документы, материалы собственных обследований объекта на местности – их называют натурными – используется при составлении каталога (базы данных) экскурсионных объектов. Если вы беретесь всерьез поработать с какой-нибудь исторической местностью города (в том числе родным районом), то нужно стремиться постепенно охватить возможно большее количество памятников истории и архитектуры, монументального искусства и природы, но для начала можно включать в каталог наиболее значительные, то есть общепризнанные достопримечательности. Конечно, таковыми являются уже поставленные на охрану памятники (они отмечены охранными досками). Обратите внимание также на наличие мемориальных досок, свидетельствующих о выдающихся событиях и лицах.

4.5 Принципы организации экскурсионного материала

Итак, у нас есть замысел, отлитый в формулировку названия темы, и набор необходимых объектов, достаточно компактно расположенных на местности. Перейдем к тому, что в риторическом каноне называют *диспозицией*. Можно также назвать этот этап разработкой общей композиции, структуры экскурсии, опорными точками которой, как мы уже отмечали, являются реальные объекты на местности. И вот здесь напоминает о себе главная особенность городской экскурсии, отличающая ее от музейной экскурсии и видеоэкскурсии – естественное расположение объектов на местности. Это расположение не-

часто, да и то лишь отчасти, может совпадать с изначальной конкретной логикой изложения, которую требует данная тема по замыслу разработчика экскурсии. Таким образом, возникает интересная, хотя и непростая задача – как-то примирить эту логику изложения с реальным географическим расположением объектов на местности.

Допустим, что мы находимся в богатой историческими событиями и памятниками культуры местности. Вокруг много интересных зданий, скульптурных памятников, музеев, памятных мест. С чего начать знакомство с местностью, на посвященной ей обзорной экскурсии? В принципе, можно выделить три самых общих принципа организации материала, приводящих в конечном счете к формированию маршрута экскурсии. Назовем их условно *историческим (хронологическим)*; *топологическим (географическим)* и *ассоциативно-тематическим* принципами.

Далеко не всегда мы можем опираться целиком и полностью на один принцип в разработке конкретной темы – на разных участках, на разных объектах, на разных тематических блоках приходится прибегать то к одному, то к другому принципу. Хотя в ряде случаев доминирующий принцип прослеживается достаточно легко.

Исторический (хронологический) принцип построения экскурсии не всегда может быть применен в чистом виде, хотя он очень заманчив, поскольку логика истории буквально пронизывает содержание многих посвященных культуре научных и популярных книг, учебных пособий, медийной продукции и музейных экспозиций. Отчасти этот принцип может быть реализован на архитектурной экскурсии при движении от исторического центра города к периферии, когда естественный рост селитебной территории дает своего рода «срез» истории градостроительства. Однако очевидно, что и в исторической среде нет четкой последовательности в расположении хронологи-

чески следующих по возрасту объектов на пространственной оси. Нередко приходится сталкиваться с вкраплениями более поздних сооружений в историческую среду. Так, и петровский Арсенал, и Большой Кремлевский дворец, и Государственный Кремлевский дворец в Московском Кремле – выбиваются из атмосферы средневекового города, ломают цельный образ древней Москвы. Тем не менее, фрагментарно исторический подход используется широко: на той же архитектурной экскурсии по Москве мы можем, например, сначала посетить район компактной застройки эпохи ампира (в Москве – переулки Арбата, Замоскворечья), а затем поехать в район, где достаточно плотно представлен стиль XX века модерн (район Поварской улицы). Так же логично начать экскурсию, связанную с жизнью исторического лица с дома, где родился, провел детство, юность герой экскурсии, даже если далее возможности построения маршрута ограничат разработчику возможности четкого следовать биографической канве.

Нередко используемым композиционным принципом для построения обзорных экскурсий является *топологический (географический) принцип*, когда маршрут следования целиком и полностью задается особенностями рельефа или городской застройки. Естественная география улиц с соответствующими правилами движения транспорта задает определенные ограничения и возможности для маневра в построении маршрута. Однако за существующей планировкой города стоит определенная логика истории, что налагает свой отпечаток на разработку экскурсии. При реализации этого принципа маршрут строится, исходя из естественно задаваемых рельефом, географическими особенностями и городской планировкой возможностей. Географический фактор определяет экскурсии по речным маршрутам, пешеходные экскурсии по отдельным улицам, экскурсию в виде путевой информации в рамках дальних туров. Такого рода маршрут может диктоваться

самой формулировкой темы. Например, «Невский проспект» или «Москва с борта теплохода». Общая линейность композиции задана самой идеей, однако и здесь есть возможности для маневра. Можно сделать из линейной композиции кольцевую – ознакомиться сначала с одной стороной улицы, а обратно вернуться по другой. Можно совершать один или несколько переходов справа налево и слева направо, следуя при этом челночной композиции, например при разработке экскурсии «Тверской бульвар» в Москве. Можно следовать от центра города к периферии.

Если возможности топологического и исторического принципов исчерпаны, тогда на помощь приходит **ассоциативно-тематический принцип**. Ведь любая экскурсия содержит ряд подтем, сюжетных линий и тематических блоков. Например, в обзорной экскурсии «Москва – столица России» есть подтемы, связанные с историей города, с городским хозяйством, с транспортом, с образованием и здравоохранением, с наукой, производством, климатом и т. д. В тематической экскурсии «Пушкинская Москва» можно выделить подтемы: «Детство поэта»; «Образ Москвы в творчестве А. С. Пушкина»; «Поэт и власть»; «Женитьба А. С. Пушкина»; «Московские друзья поэта»; «Александр и дядюшка Василий Львович» и другие. И организация экскурсии по отдельным тематическим блокам позволяет избежать следования одной хронологической линии. При этом хронологический принцип может быть реализован внутри отдельных подтем.

Практически же чаще всего приходится иметь дело со всеми принципами при разработке одной большой экскурсии, прибегая то к одному, то к другому, в зависимости от удобства. Так, композицию экскурсии по Китай-городу в Москве определяет задача выявления трех географически определенных функционально-тематических зон этого исторического района: Никольской – как «улицы Просвещения»; Ильинки – как

«московского Сити»; и Зарядья – района церковной старины. Попытка реализации исторического принципа (от древности к современности) при знакомстве с архитектурой Московского Кремля встречает трудности при движении от Троицких ворот (XV век) мимо Государственного Кремлевского дворца, объекта XX века, вклинившегося между Арсеналом (XVIII век) и Патриаршим дворцом (XVII век). Однако частично этот принцип все-таки можно реализовать, подытожив всю экскурсию рассказом о сегодняшнем дне жизни Кремля, о его современном статусе и т. д.

Существуют некоторые приемы для преодоления логического разнобоя в следовании объектов на местности. При реализации кольцевой композиции иногда можно пропустить объект мимо внимания на пути «туда», обратив внимание группы на другие объекты, а затем вернуться к нему на пути «обратно». Или обозначить сначала лишь некоторые аспекты содержания объекта, а на обратном пути привлечь внимание к остальным.

Наиболее известным приемом согласования логически разнородных соседствующих объектов (и тематических блоков) экскурсии является применение так называемых **логических переходов**, или мостиков, согласующих объекты и подтемы. Среди новичков бытует мнение, что чем их больше, тем выше профессионализм экскурсовода. В принципе это так, но нет нужды делать самоцелью стопроцентный охват всех тем и объектов такими связками, особенно на первых порах. Логический переход строится на основе выявления некоей общности в совокупности значений двух смежных объектов (подтем). Все окружающие нас объекты реальности как бы соприкасаются, пересекаются своими культурными значениями (в науке совокупности значений объекта называют семантическими полями). Например, при показе панорамы Москвы с Воробьевых гор можно свободно перевести внимание зрителей от восточ-

ного сектора обзора к северному сектору, перекинув «мостик» от Шуховской радиобашни на Шаболовке к Останкинской телебашне и отметив функциональную общность этих объектов (телевещание). Объединяющим началом для Царь-колокола и Царь-пушки является их принадлежность старинному литейному делу. В Ярославле на обзорной экскурсии при следовании от Драмтеатра им. Федора Волкова к дому Л. В. Собинова логический переход строится на принадлежности обоих героев рассказа миру сценического искусства.

Для тематической экскурсии построить связный **зрительный ряд**, то есть совокупность объектов показа, оказывается намного сложнее, так как нельзя отклоняться от главной темы. На обзорной же можно свободно включать любые дополнительные темы, но чтобы избежать чрезмерно дробного впечатления, лучше все же постепенно отходить от метода работы, называемого на жаргоне экскурсоводов «что вижу, то пою». Для этого, во-первых, хотя бы на отдельных участках маршрута надо подумать, как можно увязать смежные подтемы и объекты. А во-вторых, необходимо вводить в структуру обзорной экскурсии некоторые темы, кажущиеся актуальными для экскурсантов и/или необходимые для формирования всестороннего впечатления о местности, с которой знакомит обзорная экскурсия. При этом экскурсионный объект работает не только сам на себя, но становится опорной точкой для раскрытия определенной темы (подтемы). Обратимся, например, к приведенному в Приложении фрагменту экскурсии по Замоскворечью. Пять рядом стоящих жилых домов в Голиковском переулке объединены темой «История московского жилища за два столетия». При этом каждый становится своего рода «полномочным представителем» целого семейства типичных домов – ампирных особняков, доходных домов и др. На экскурсии по Китай-городу объекты Никольской улицы работают не только на создание образа уютного уголка старой Москвы, но

на раскрытие темы «Просвещение и книгопечатание на Московской земле». На экскурсии по Красной площади в Переславле-Залесском Спасо-Преображенский собор используется как опорный объект для раскрытия целого ряда тем, например: «Архитектура и градостроительство Залесской Руси»; «Основание Переславля»; «Благоверный князь Александр Невский в Переславле».

Разрабатывая схему маршрута, следует вести отбор объектов, исходя также из следующих факторов: 1) из установленной хотя бы приблизительно продолжительности экскурсии (для пешеходной это время обычно колеблется приблизительно от одного до четырех академических часов); 2) из удобства подхода группы, включающей обычно от 10–15 до 40–50 человек, к объекту и его осмотра; 3) из зрелищных возможностей объекта.

Есть и другие факторы, которые надо учитывать. Не стремитесь сразу включить все заметные и ценные в историко-культурном отношении объекты данной местности в маршрут обзорной экскурсии. Некоторые из них до поры могут побыть в резерве. Бывает, что удачные решения приходят не сразу в ходе работы. Поэтому не бойтесь некоторых недоработок, если они не разрушают общего положительного эффекта от экскурсии. Любая, даже разработанная профессиональным коллективом и сданная в эксплуатацию, экскурсия содержит как сильные, удавшиеся, решения, так и относительно слабые места. Чем дольше вы работаете по данной теме и осмысляете ее, тем больше приходит удачных решений и эти относительно слабые места дорабатываются. Нередко при разработке новой темы рассматриваются первоначально несколько вариантов маршрута, в чем-то совпадающих, в чем-то нет. Даже в случае тщательной, коллективной работы и достижения высокого качества экскурсии, варианты остаются на случай необходимого маневра (меняющаяся продолжительность экскурсии в зави-

симости от требований корпоративных групп, меняющиеся географические точки начала и окончания экскурсии, разный состав групп и т. д.). Ведь очевидно, что не только содержательная сторона рассказа, но и маршрут экскурсии может меняться в зависимости от состава группы (дети, пожилые люди, иностранцы...). Точно также некоторые, главным образом, обзорные экскурсии можно водить не только с начала маршрута, но «с конца», в зависимости от удобства встречи с группой, тем более, если, как это часто бывает в центре Москвы, начало и конец находятся рядом со станциями метро. С точки зрения овладения искусством разработки экскурсий подготовка нескольких вариантов одной темы, особенно обзорных экскурсий, видится нам чрезвычайно полезным занятием для обучающихся.

Диспозиция в ее античном приложении к публичным речам непременно предполагала наличие вступительной, основной и заключительной части. Жанр экскурсии ни в коей мере не отменяет такой структуры. Как и в жанре публичных выступлений ораторов, мы не можем начать экскурсию «с места в карьер» и не можем резко оборвать ее. Поэтому нужно позаботиться о вводной части и заключении. *Вводная часть* включает как организационно-технические элементы, так и введение в собственно тему экскурсии. В организационном аспекте – необходимо поприветствовать группу, представиться, обозначить тему экскурсии и программу в целом (особенно, если речь идет о турсопровождении в длительные поездки, где экскурсовод выступает уже в дополнительной роли турсопровождающего). Впрочем и на местных маршрутах нужно сказать о продолжительности экскурсии, наличии санитарных остановок (если предусмотрены), месте и времени окончания и о других организационных моментах (например, правилах поведения в автобусе и при посещении музеев и т. д.).

Введение собственно *в тему* экскурсии предполагает упоминание о достопримечательностях, возможно также комментариев к названию экскурсии, к целям и задачам. Если это обзорная экскурсия по местности, то хорошо дать общую характеристику местности, проанализировать ее название, ее место и роль в культуре города или даже региона, страны... На тематической экскурсии можно кратко перечислить основные подтемы, дать общую характеристику предмета экскурсии, культурного значения тех реалий, которые стали материалом экскурсии.

В *основной части* при разработке общей структуры автобусной городской экскурсии, желательно предусмотреть несколько остановок с выходами (оптимально 3–4), которые иногда могут представлять собою отдельные миниэкскурсии. Такие автобусно-пешеходные экскурсии стали появляться в номенклатуре экскурсионных услуг больших городов еще в советское время. Сейчас их роль возрастает, поскольку передвижение по городу (и парковка) в таком мегаполисе, как Москва, становится все более проблематичным, особенно, если речь идет о 40–50-местных туристических автобусах. А значит, поставив автобус там, где это еще возможно (таких мест все меньше!), приходится значительные отрезки маршрута превращать в пешеходные. С другой стороны, в этом есть польза, поскольку остановки с выходами раскрывают более полные возможности для знакомства группы с объектами экскурсии.

Заключительная часть включает подведение итогов, краткую систематизацию увиденного и услышанного, что необходимо для лучшего запоминания и формирования цельных образов из материала экскурсии. После этого экскурсовод прощается с группой. Иногда в конце оставляют немного времени, чтобы ответить на вопросы экскурсантов.

Особым образом строится **путевая информация**. Она включает в себя более подробную вводную часть, которая да-

ет возможность туристам подготовиться к восприятию основной части, связанной с конечной целью путешествия (город, усадьба, монастырь). Экскурсовод дает своего рода анонс будущего тура, останавливаясь на отдельных наиболее ответственных объектах, темах, на отдельных экскурсиях, включенных в общую программу тура. Это способствует будущему усвоению материала на местах. При этом хорошо идти путем дедукции, от общего к частному. Например, отправляясь в Суздаль, – рассказать кратко географических особенностях путешествия, о «Золотом кольце» древнерусских городов, о роли Владимирской Руси в истории отечественной культуры и в формировании русской государственности, а затем уже перейти к собственно суздальским реалиям.

При подаче путевой информации нужно также ориентироваться на встречающиеся в пределах видимости достопримечательности, стараясь, по возможности, не просто продемонстрировать их, но сопроводить их отдельным тематическим рассказом. Это может быть краткий рассказ о местностях, городах, селах, усадьбах, храмах, рассказ о событиях и исторических лицах. Например, при работе на отрезке трассы «Москва-Волга» (на Горьковском шоссе), ведущем во многие города «Золотого кольца», обычно фокусируют внимание туристов на путешествии А. С. Пушкина в Москву во время его знаменитой первой «Болдинской осени» – с вынужденной карантинной остановкой в Платаве; на левитановских местах в Пекше и окрестностях; на посещении В. О. Ключевским усадьбы Карповых Сушнево и др. Важно, чтобы при этом упор делался не на неизвестные группе имена местного исторического значения, а на крупные личности и события общенационального значения, что вызывает более активную ответную реакцию «узнавания» среди туристов. В идеале неплохо связывать хотя бы некоторые возникающие подтемы логическими перехода-

ми, хотя, как уже отмечалось, достичь в этом стопроцентного охвата почти невозможно.

Если видеоряд слабый, за окном автобуса сплошные леса и поля, можно остановиться на теме ландшафта, природы или охарактеризовать лицо края (местности) в целом. Приходится иногда ограничиваться рассказом о достопримечательностях, исходя лишь из их упоминаний на дорожных указателях, если сами они остаются вне пределов видимости. Для путевой информации и это может несколько скрасить унылую дорогу. Нельзя забывать и о паузах. В отличие от городской трех- или четырехчасовой экскурсии, сопровождение группы на длительных маршрутах требует дать туристам возможность отключиться от внимательного слушания и созерцания ради отдыха и осмысления полученных впечатлений. Вопрос о соотношении говорения и длительных пауз решается путем поиска «золотой середины». Непрерывное молчание разрушает экскурсию, а непрерывное говорение разрушает целостное впечатление и утомляет. Когда-то в советской экскурсионной школе существовал приблизительный норматив для многочасовых переездов: 40 минут говорения на 20 минут молчания. Современный опыт показывает, что многие экскурсоводы в значительной степени изменяют эту пропорцию в пользу уменьшения продолжительности пауз, идя навстречу просьбам туристов. Впрочем, здесь также многое зависит от особенностей аудитории. Больше всего страдают от перегрузок информацией маленькие дети и иностранцы, уровень компетенции которых по отношению к нашим культурным реалиям невысок.

Имея набор объектов, обозначенных на карте города (района, местности), нужно перейти к важной и интересной работе – построению маршрута. Здесь большую роль играет компактность расположения объектов. Особенно непросто бывает связать их на тематической экскурсии, чтобы переезды

или переходы между главными объектами не были слишком велики и утомительны. На автобусной экскурсии промежутки легко заполнить рассказом экскурсовода и показом второстепенных объектов по ходу движения, связав их с темой. На пешеходной – сложнее, потому что во время движения ведущий группу экскурсовод лишен возможности рассказывать на ходу. Максимальное время таких переходов на двух-, трехчасовой пешеходной городской экскурсии не должно превышать 5–6 минут.

Чтобы перейти от диспозиции к следующему элементу риторического канона – *элокуции*, то есть вербальному наполнению текста экскурсии, который, как мы помним сопровождается движением, демонстрацией видеоряда, паравербальными средствами коммуникации – необходимо остановиться на том, какие документы и материалы нужны экскурсоводу.

4.6 Методические документы и материалы

При разработке или актуализации экскурсионной темы обычно появляется некоторый пакет рабочих документов и материалов, призванных облегчить процесс ее освоения практикующими экскурсоводами и являющихся своего рода ориентиром (или иногда эталоном). Такими основными документами и материалами в отечественной экскурсионной школе XX в. традиционно являлись:

Технологическая карта (методическая разработка) темы экскурсии;

Контрольный текст экскурсии;

Список литературы по теме;

Фрагмент каталога (базы данных) экскурсионных объектов;

Иллюстративные экспонаты: иллюстрации, наборы цитат (т. н. «портфель экскурсовода»);

Индивидуальный текст экскурсии

Первые четыре вида документов традиционно относились к компетенции организации-разработчика (экскурсбюро) и хранились у нее. Сегодня фирмы-туроператоры, как правило, возлагают весь процесс разработки экскурсии на конкретного экскурсовода, ибо он в этом и заинтересован. Экскурсия это и есть его продукт, с которым он выходит на рынок туристических услуг при посредничестве туристических компаний. Поэтому экскурсовод сам выбирает, что именно ему нужно и в каком виде. Другое дело – процесс обучения в образовательных учреждениях экскурсионно-туристического профиля. Здесь для методических целей полезно сохранить весь указанный выше комплект документов, включая контрольный (образцовый) текст, разрабатываемый обучающим слушателей работе на экскурсионном маршруте преподавателем. То же относится к индивидуальному тексту экскурсии, который именно в методических целях пишется каждым обучающимся экскурсоводом. Что же касается технологической карты (методической разработки), портфеля экскурсовода и базы данных объектов, то в том или ином виде они всегда являются полезными для разработки и ведения экскурсии. Познакомимся с экскурсионными документами и материалами поближе.

Контрольный текст экскурсии, если таковой имеется в туристической или обучающей организации, – являет собою пример того, как можно оптимально построить (*диспозиция*) и наполнить материалом (*элокуция*) экскурсию. Заучивать его целиком наизусть (что, кстати, весьма непросто для больших тематических экскурсий!) мы не рекомендуем, ибо профессия экскурсовода предполагает наличие самостоятельности и творческой оригинальности, хороший экскурсовод не будет дословно повторять даже сам себя: меняется аудитория, меняются условия проведения, отчасти меняются цели и задачи – даже в пределах одной экскурсионной темы. К тому же

сам экскурсовод должен непрерывно улучшать свой материал и методику его подачи.

При обучении экскурсоводов некоторые методисты рекомендуют слушателям составлять и записывать свои **индивидуальные тексты**, но если вы спросите опытного экскурсовода, практически работающего, скажем, по двадцати темам, есть ли у него двадцать *написанных* полных текстов разных экскурсий, ответ почти всегда будет отрицательный. Чаще пишут своего рода конспекты, хотя для тех, у кого есть проблемы с формулировкой своих мыслей в связный текст, написание хотя бы некоторых, наиболее важных отрывков, желательно. Это специальный риторический тренинг для экскурсовода. Этап античного канона, называемый «*мемория*» и отвечающий за запоминание, мы рассматриваем не как зазубривание всего текста будущей экскурсии, а как запоминание структуры, ключевых позиций и отдельных фрагментов (например, небольших цитат, стихотворений). Текст на этапе «*акцио*» (исполнение, произнесение) должен звучать непринужденно, легко как естественное общение с аудиторией. Припоминание же заученного дословно текста, безусловно, сковывает экскурсовода. На этапе «*акцио*» мы останавливаемся в отдельной главе данного учебного пособия.

Обратимся к следующему документу – к так называемой **технологической карте экскурсии** (старое название – **методическая разработка экскурсионной темы**). Это хорошо известная городским и музейным экскурсоводам «методичка-семиграфка». Она представляет собой своего рода «скелет» экскурсии, на который затем наращивается текст. Составление карты и работу с ней мы считаем крайне важной. Она нужна бывает не только в процессе освоения новой темы, но и при обращении к теме, которую вы давно не водили или водите редко – чтобы освежить ее в памяти. Обычно технологическая карта строится в виде таблицы из семи граф-колонок, реже из

шести, объединяя две последних в одну³. На титульном листе методички указывается *название экскурсионной темы; тип экскурсии; имена авторов или название организации-разработчика; цели и задачи экскурсии; дата разработки*. Отдельно помещается *краткое описание маршрута*. Каждый раздел методички связан с определенным отрезком маршрута и/или остановкой, как видно из *первой колонки*.

Вторая колонка отведена для обозначения места, на котором остановилась группа (автобус) для показа и рассказа об объекте.

В *третьей колонке* перечисляются сами объекты показа (здания и их части; панорамы; монументы; памятные места; малые архитектурные формы и другие объекты культурного наследия).

Четвертая колонка – время – показывает ориентировочное время, отводимое на данный отрезок пути и/или на остановку. На практике этот показатель может меняться в небольших пределах, но следует помнить, что увеличение одного отрезка приведет к уменьшению другого. Соблюдение общего времени экскурсии в условиях почасовой оплаты транспорта стало одной из наиболее болезненных проблем в наше время. При этом надо иметь в виду, что в установленный хронометраж вторгаются внешние факторы: иногда заказчик просит скорректировать общее время экскурсии, допустим, немного уменьшив ее; иногда вторгается стихия (сильный мороз, проливной дождь...), иногда некоторые объекты группа просит осветить подробнее за счет времени, отведенного на остальные. Чаще же всего на современных городских автобусных экскурсиях мешают транспортные пробки. Все это надо учитывать, но при необходимости общего уменьшения (или увеличения) времени экскурсии, надо все-таки обратить внимание на отно-

³ См. Приложение I.

сительные показатели, то есть на то, какие разделы (остановки) экскурсии требуют большего времени, какие меньшего, чем можно пожертвовать, а чем – никак нельзя.

Весьма ответственной является *пятая колонка*, содержащая *тематические блоки и подтемы экскурсии*, раскрываемые на данном отрезке пути. В принципе, здесь тоже могут быть небольшие вариации, в зависимости задач, стоящих перед данной группой.

В следующей, *шестой колонке (методические указания)* – содержится информация о наиболее удобных для раскрытия данной подтемы приемах показа и рассказа, об особенностях их конкретного воплощения, о логических переходах, об используемых иллюстративных материалах и т. д.

Последняя, *седьмая, колонка (организационные указания)*, предназначена для разного рода технических и организационных замечаний, вроде того, где удобнее поставить (или провести к месту показа) группу или автобус; какие существуют варианты прохода к объекту; особенности работы с объектом, например связанные с посещением музеев во время городской экскурсии, наличие санитарных остановок.

По некоторым разделам экскурсионной темы последние графы могут оказаться незаполненными или заполняться по мере корректировки и обновления методички. Вообще, такая корректировка, ее называют актуализацией, – вещь, время от времени необходимая для любой темы: появляются и исчезают некоторые объекты на маршруте, изменяются дорожные знаки (повороты, проезды, места остановок и стоянок для автобусных экскурсий). Иногда возникают и новые научно-краеведческие открытия и факты (вспомните, например, историю поиска места рождения А. С. Пушкина), да и принятая трактовка тех или иных тем может меняться. Иногда вместо традиционной технологической карты, или «методички», составляют так называемую маршрутную карту, по образцу принятых

в турменеджменте для больших туров. По существу же это не что иное, как редуцированный вариант описанного выше документа. Насколько более или менее подробный документ нужен экскурсоводу-практику, на какие разделы следует обратить особое внимание — решать ему самому.

Наряду с указанными главными методическими документами по экскурсионной теме существует набор рабочих экскурсионных материалов, включающих в себя списки литературы по данной теме и отдельным подтемам, наборы цитат, паспорта экскурсионных объектов, разного рода фотографические, живописные, графические иллюстрации и видео- и аудиозаписи.

Список литературы и источников представляет собою составленный по правилам библиографического описания перечень литературы и источников, имеющих непосредственное отношение к теме экскурсии. Опираясь на содержащиеся в нем документы, экскурсовод может расширить и углубить свои знания по теме. Список, естественно, должен время от времени пополняться новой литературой.

Что же касается подбора цитат на карточках, иллюстративного графического материала, видео- и аудиоматериалов — то они и составляют основу так называемого **«портфеля экскурсовода»**. Это метонимическое образное название осталось от разговорного выражения тех времен, когда некоторые экскурсоводы ходили с портфелями. Сегодня же физически соответствующий подбор материалов помещается чаще всего в папку, в пакет или просто в сумку, или имеет электронный характер (планшет, смартфон, плеер) — но сохраняет при этом традиционное название в языке экскурсоводов. При этом следует различать носимый с собою на экскурсию набор материалов («портфель») по конкретной теме и, с другой стороны, хранящиеся дома у экскурсовода рабочие и методические материалы. В домашних условиях проще всего завести папку, в

которую будут складываться любые материалы, помогающие подготовке и проведению экскурсии, чаще всего это бывают вырезки из журналов и газет, графические, печатные и рукописные материалы и соответствующую электронную папку в компьютере.

Важным для этапа проведения экскурсии материалом является фонд **цитат**. Практически можно набрать некоторый максимум цитат по каждой теме, а использоваться на каждой экскурсии будет часть этого массива, в зависимости от условий (например, для детской учебной экскурсии один набор, для взрослой аудитории – несколько иной). Прежде экскурсоводы в основном использовали карточки стандартного библиотечного каталога или перфокарты. Перед началом конкретной экскурсии карточки было удобно разложить в том порядке, в котором они будут использованы. Сегодня нередко мы видим в руках экскурсовода набор цитат и иллюстраций, зашитых в папку с вклеенными прозрачными файлами, или записанных в электронный планшет.

Кроме цитат в «портфель экскурсовода» могут попадать **наглядные пособия**: иллюстративные материалы (виды местностей, портреты, копии картин и фотографий, связанных с историческими событиями) для демонстрации группе, реже – мемориальные предметы или их муляжи. Впрочем, последнее – принадлежность музейной экскурсии, для городской это редкость. Хотя изредка они встречаются: можно, например, показать какое-то интересное книжное издание автора, которому посвящена тема литературной экскурсии. На военной тематике иногда демонстрировались найденные военно-поисковыми группами предметы с полей сражений. Это может быть и старый документ из семейного архива. Бывает, что в «портфель экскурсовода» попадает звукозапись, воспроизводимая через автобусный усилитель или на пешеходной экскурсии – через портативный плеер, смартфон. Она может содержать запись

чьего-то голоса или музыкальный отрывок, художественное чтение литературной классики в исполнении авторов или известных актеров и т. д.

Вопросы и задания:

1. Перечислите элементы античного риторического канона
2. Какие требования предъявляются к формулировке названия экскурсии (тура)?
3. Придумайте сами несколько названий пешеходных и автобусных, обзорных и тематических экскурсий
4. Как вы понимаете концепцию «души» местности, разработанную Н. П. Анциферовым для экскурсионного краеведения?
5. Перечислите основные этапы разработки экскурсии (тура).
6. Расскажите, как производится поиск и отбор экскурсионных объектов.
7. Для чего нужно ранжирование объектов при подготовке новой экскурсионной темы?
8. Выберите богатыми памятниками культуры улицу и попробуйте описать несколько объектов, исходя из предложенной методики описания.
9. Охарактеризуйте основные принципы организации экскурсионного материала на маршруте.
10. Что такое прием построения логических переходов и как он выполняется?
11. Перечислите и охарактеризуйте основные методические материалы и документы, используемые при разработке экскурсионной темы и при ведении экскурсии.
12. Используя выделенный вами на выбранной улице список объектов, попробуйте организовать их в фрагмент обзорной экскурсии, пользуясь технологической картой («семиграфкой»).

5.1 Формирование экскурсионных образов

В этой главе речь пойдет об этапе, ради которого изобреталась и формулировалась тема, подбирались и ранжировались объекты, составлялся маршрут, определялись подтемы, формировался «портфель экскурсовода». Теперь мы обращаемся к технике ведения экскурсии, что соответствует пятому элементу античного риторического канона: *акцио* (действие). Но прежде чем перейти к собственно приемам рассказа и показа, к методике работы с группой, необходимо остановиться на критически важной для успешной экскурсии проблеме – проблеме формирования образов. Рассмотренные нами выше цели экскурсии, связанные с удовлетворением духовных и физических потребностей, относятся к более общим, частная же, конкретная цель состоит в успешном формировании образов местности во всей полноте связанных с ней образов событий, лиц, явлений культуры.

Возможности комплексного восприятия объектов экскурсии – через вербальные и невербальные пути коммуникации (рассказ, показ, созерцание, восприятие звуков и запахов) делает экскурсию на местности уникальной и незаменимой формой освоения действительности, по сравнению с которой любые квази-экскурсии (устные рассказы в аудитории, компьютерные презентации, видеоэкскурсии) страдают перцептивной неполнотой. Знаменитый отечественный культуролог **Юрий Михайлович Лотман (1922–1993)** обратил внимание на то, что в силу гетерогенности человеческого сознания, задаваемого неодинаковыми в гносеологическом отношении функ-

циями правого и левого полушарий головного мозга (левое полушарие отвечает в большей степени за логическое мышление, правое – за эмоциональное), воспринимаемые человеком культурные тексты носят то в большей степени дискретный, то континуальный характер. Первого рода тексты организуются в линейной, временной последовательности и могут быть разложены на составляющие, вторые же представляют текст, который, как пишет Лотман, «“размазан” в n-мерном семантическом пространстве данного текста (полотна картины, сцены, экрана, ритуального действия, общественного поведения или сна» [Лотман, 2000. С. 178]. Взаимодействие этих двух видов образов и рождает художественные приемы, тропы, которые являются механизмом возбуждения эстетического чувства и неотъемлемыми инструментами познания и социальной коммуникации. Сказанное вполне относится к процессу освоения действительности в экскурсии, где оба вида культурных текстов взаимодействуют в формировании образа места, события, эпохи, лица, культурного явления...

Главная задача экскурсовода, ведущего городскую экскурсию, – помочь своим слушателям и зрителям сформировать образ местности. Как ни странно, об этом иногда забывают сказать даже в методических пособиях по экскурсоведению, перенося центр тяжести на другие аспекты экскурсии. Если не удалось сформировать цельный культурно-природный образ местности в сознании экскурсантов, то экскурсия оказалась недостаточно эффективной. Другое дело, что образ места проявляет себя в разнообразных образах материальных объектов, лиц, событий, архитектурных стилей, наконец, образов исторического времени. Образы частного характера складываются в общий образ. Так, например, на пешеходной экскурсии по знаменитому московскому Тверскому бульвару формирование общего образа местности будет включать в себя образы отдельных домов, деревьев, памятников, скамеек, образы бывавших

здесь людей, образы бульвара, какими они были запечатлены в литературе, живописи разных эпох и т. д. Но необходимо следить за тем, чтобы за частными отдельными образами не потерялся цельный образ местности. Русская пословица «за деревьями не увидели леса» как нельзя лучше иллюстрирует этот возможный недостаток в работе экскурсовода.

Как уже говорилось, работа же экскурсовода в конечном счете сводится к выявлению того, что Н. П. Анциферов называл «душой местности», не побоявшись в годы «воинствующего материализма» вводить как ключевое понятие своих культурно-градоведческих работ метафизическое понятие *души города* и *genius loci* – *дух места* (последнее со ссылкой на английскую писательницу Вернон Ли, впервые использовавшую это понятие античности в новом контексте).

Значительную часть своих работ Анциферов посвятил так называемой литературной и культурной местнографии, исследованию образов городов и местностей, каковыми они нашли отражение в литературе и искусстве: Петербурга Достоевского, пушкинской Москвы, культурных столиц Европы... Действительно, в культуре оказывается запечатлен образ, формированию которого были причастны великие мастера слова, а также мастера кисти, резца, архитекторы и даже композиторы. Многие поколения наших соотечественников воспринимают Петербург через призму пушкинского «Медного всадника», за которым стоит гениальная скульптура Фальконе, доросшая до уровня символа города; уголки старой Москвы дошли до нас, преломившись через творческое видение Гиляровского; Миргород и Диканька сразу вызывают в памяти Николая Васильевича Гоголя.

«Как же научиться понимать язык города? – задается вопросом Анциферов, – Как вступить с ним в беседу? Ни в коем случае не следует превращать город в музей достопримечательностей, которые показываются при экскурсиях, как невеже-

ственными фантазерами-гидами, так и специально подготовленными руководителями. Экскурсия должна быть постепенным покорением города познанию экскурсантов. Она должна раскрыть душу города и душу, меняющуюся в историческом процессе, освободить ее из материальной оболочки города, в недрах которой она сокрыта, провести таким образом процесс спиритуализации города [Курсив оригинала – А.С.]. Тогда явится возможность вызвать беседу с душой города и, быть может, почувствовать некоторое подобие дружбы с ним, войти с ним в любовное общение...» [Анциферов, 1990. С. 11].

В цитированной нами книге «Душа Петербурга» Анциферов помогает читателю раскрыть образ города через образы, последовательно создававшиеся в русской литературной классике. Пафос преклонения перед «священным» доминирует в сумароковском образе Санкт(!)-Петербурга. Торжественность и «пафос пространства» ощутимы у Г. Р. Державина. Поэзию К. Н. Батюшкова Анциферов воспринимает как переход от державинской гармонии природы и творчества в образах столицы – к мотиву победы человека-творца над северной стихией пустынных болот – у А. С. Пушкина. Анциферов показывает, что в итоге не столько Екатерина и безусловно гениальный Э. М. Фальконе, сколько все-таки Пушкин сделал образ «Медного всадника» символом Петербурга. Отметив, что «А. С. Пушкин является в той же мере творцом образа Петербурга, как Петр Великий – строителем самого города» [Там же. С. 54] и заметив далее, что «Пушкин создал из Петербурга целый мир» [Там же. С. 65], живущий и в прошлом и в будущем, Анциферов тем самым сформулировал главное положение литературного краеведения, да и краеведения в целом. Это положение сводится к тому, что если постижение образа города, души города мыслится как главная задача научно-просветительской деятельности краеведа, то образ этот никак не может быть целиком и полностью сведен лишь к материальной

оболочке города. Материальная оболочка лишь помогает экскурсоводу. Но она должна быть вскрыта (и в этом важна роль экскурсовода!), чтобы открыть путь к огромному культурно-историческому материалу, хранящемуся под этой оболочкой. Более того, исторические источники, произведения искусства, литературы формируют в сознании культурной части общества определенный образ местности, даже если специальные материальные мемориальные объекты отсутствуют. В Москве на Патриарших прудах стоит памятник баснописцу Крылову, но люди приходят сюда, чтобы окунуться в атмосферу жизни и творчества Михаила Булгакова, памятников и мемориальных досок, посвященных которому там до сих пор нет.

Чрезвычайно интересен и собственный личный опыт конкретного индивида, своя собственная история общения с конкретной местностью. Человек приходит общаться с душой местности, если она хранит какие-то напоминания о событиях его жизни. Каждый стремится прийти туда, где ему было хорошо, где он общался с близкими людьми, где произошли значимые и радостные события. В последнем случае возможности экскурсовода вроде бы невелики, человек остается один на один со своими воспоминаниями, однако сам по себе факт повторения поездки в места, где когда-то было хорошо, с которыми связывались какие-то важные личные события, страницы биографии, – хорошо известен в туризме. В таком случае сам экскурсанта, приехав на место, торопится поделиться с экскурсоводом и окружающими своими воспоминаниями и эмоциями. Это помогает налаживанию диалога и помогает более полно составить представление о данной местности, об объекте культурного наследия... Мы можем от экскурсанта узнать о том, как выглядела конкретная улица, дом, уголок города в отдаленном прошлом. Другое дело, что экскурсовод не может и в этом случае целиком переложить свою миссию на словоохотливых экскурсантов. Давая возможность экскурсантам

высказаться по конкретному волнительному поводу, он обязан помнить о своей приоритетной роли в выполнении задуманного плана экскурсии.

Дух местности волновал и самих художников слова – тех, кто создавал образ города в литературе. Ф. И. Тютчев писал жене Эрнестине Федоровне в 1843 г. из Москвы: «Но больше всего мне хотелось бы показать тебе самый город в его огромном разнообразии. Ты, умеющая разглядеть все, — чего бы ты только не высмотрела здесь. Как бы ты почуяла наитием то, что древние называли гением места, он реет над этим величественным нагромождением, таким разнообразным, таким живописным. Нечто мощное и невозмутимое разлито над этим городом».

5.2 Риторические приемы организации речи. Тропы и фигуры

Напомним, что элокуцией с древности называется словесное оформление мысли, «украшение» ее словами [Ипполитова, Ерохина, 2012. С. 242]. Чтобы сделать речь более выразительной, и, по возможности, красивой – с давних пор ораторами применялись так называемые **риторические тропы и риторические фигуры**. Они знакомы многим по школьной программе, где их обычно называют поэтическими приемами. Разница между тропами и фигурами в том, что тропы меняют привычное значение слова, пользуясь возможностями ассоциативного мышления человека и возможностями полисемии (многозначности) в лексике и фразеологии, а фигуры не меняя основного значения стремятся выделить в объекте отражения наиболее важное.

Риторические (поэтические) фигуры

Фигуры не стремятся изменить привычное, общепонятное значение слова, но служат более четкому формированию стоящего за лексикой образа. Риторические фигуры это приемы

усиления выразительности речи, связанные, в частности, с выражением отношения говорящего к предмету высказывания. Специалист по риторике профессор **А. А. Волков** предлагает различать среди них *фигуры выделения* и *фигуры диалогизма*. «Различие их состоит в следующем: фигуры выделения суть конструктивные схемы представления содержания, посредством которых сопоставляются или подчеркиваются те или иные стороны мысли; фигуры диалогизма являются имитацией диалогических отношений в монологической речи, то есть включением в речь говорящего элементов, которые представляются как явный или подразумеваемый обмен репликами между ритором, аудиторией или третьим лицом» [Волков, 2001. С. 309].

Наиболее распространенными фигурами речи являются эпитет и сравнение. Отличить **эпитет** от обычного определения не всегда легко. Знаменитый филолог XX в. **Борис Викторович Томашевский (1890–1957)** предлагал следующим образом различать их: «Поэтическое сравнение (эпитет) [*в отличие от обычного определения* – А. С.] ничему предмет не противопоставляет. Оно отмечает в предмете, достаточно определенном самим изложением, наиболее заметную и действующую на нас черту» [Томашевский, 2006 С. 36]. Так, прилагательное «тихий» в словосочетании «тихий голос» (т. е. не громкий) будет обычным определением, а в названии романа М. А. Шолохова «Тихий Дон» – это же слово выступает в роли художественного эпитета.

Сравнение лежит в основе риторических фигур аналогии и контраста, в первом случае описываемый объект уподобляется другому (поиск общих черт), во втором – противопоставляется (расподобляется). Сравнение, широко используется в обычной бытовой коммуникации для наиболее полной характеристики предметов окружающей действительности – в этом случае оно служит информационной функции высказывания.

С другой стороны, сравнение используется и как прием художественной, поэтической речи: «И, как уголь по рисунку, Грянул ливень всем плетнем...» (Б. Л. Пастернак); «Бессильная и неумелая мысль пробовала подняться и падала, как птица с подрезанными крыльями...» (М. П. Арцибашев).

А в следующем примере из пушкинского «Евгения Онегина» происходит наоборот – расподобление сравниваемого (прием **антитезы, контраста**): «Они сошлись. Волна и камень. Стихи и проза. Лед и пламень...»

Примечательно замечание Томашевского по поводу сравнения, которое, как он верно замечает, «основывается не столько на сходстве самих сравниваемых предметов /.../, сколько на сходстве авторского отношения к сравниваемым предметам» [Томашевский, 2006. С. 32].

Экспрессия в речи часто усиливается употреблением разного рода повторов. Среди приемов повтора выделяются анафоры и эпифоры. **Анафора** – это повторение слова или словосочетания в начале параллельных конструкций. У Пушкина в стихотворении «Пророк» читаем:

И внял я неба содроганье,
И горний ангелов полет,
И гад морских подводный ход,
И дольней лозы прозябанье...

Повторы создают особый ритм, способствующий созданию полнокровного художественного образа у слушателя или читателя. Он хорошо чувствуется, например, в следующем отрывке из рассказа Аркадия Гайдара «Голубая чашка»: «Встретили мы на пути деревеньку, где живут те, что пахут землю, сеют в поле хлеб, садят картошку, капусту, свеклу или в садах и огородах работают. Встретили мы за деревней и невысокие зеленые могилы, где лежат те, что свое уже отсеяли и отработали». В данном случае анафоры и перечисления подчерки-

вают сказовый характер выбранного автором стиля, передают ритм движения героев повествования.

Эпифора, наоборот, строится повторением конечного элемента параллельной конструкции. «И одно утешение, одна у меня надежда: буду терпеливо нести бремя дней, очищу сердце и ум и, если суждено, восстану в Светлый день. Русский народ, настанет Светлый день» (А. Ремизов «Взвихренная Русь»).

Повтор может встретиться и на стыке предложений. В выступлении И. В. Сталина на XVI съезде ВКП(б) прозвучала фраза, ставшая впоследствии после некоторой переработки словами песни в кинофильме «Трактористы»: «Ни одной пяди чужой земли не хотим, но и *своей земли*, ни одного вершка *своей земли* не отдадим». Это явление так и называют иногда фигурой стыка, или в античной риторике – **анадиплосис**.

Среди фигур диалогизма, акцентирующих диалогичность характера коммуникации в формально монологической речи, отметим риторические вопросы, риторические восклицания, риторические обращения и аллюзии.

Риторический вопрос не требует ответа и представляет собою утверждение, но выраженное в вопросительной форме. Например у Н. А. Некрасова («Кому на Руси жить хорошо?»):

И встань и сядь с приметою,
Не то свекровь обидится;
А где их все-то знать?...

У Ф. И. Тютчева («Silentium»):
Как сердцу высказать себя?
Другому как понять тебя?
Поймёт ли он, чем ты живёшь?
Мысль изречённая есть ложь.

Риторическими восклицаниями изобилует патетическая речь, в том числе одическая поэзия. Вот как звучит фрагмент из известной оды М. В. Ломоносова «Ода на день восшествия на престол императрицы Елисаветы Петровны 1747 года»

Когда от радостной премены
Петровы возвышали стены
До звезд плескание и клик!
Когда ты крест несла рукою
И на престол взвела с собою
Доброт твоих прекрасный лик!..

В художественной прозе и поэзии часто встречается **риторическое обращение**: «А вы, надменные потомки / Известной подлостью прославленных отцов...» (М. Ю. Лермонтов «На смерть поэта»).

Прием **аллюзии** содержит намек, отсылающий слушателя к какому-то общеизвестному (или, по крайней мере, известному данному слушателю) факту. Так пушкинское стихотворение «Я памятник себе воздвиг нерукотворный» отсылает образованного слушателя и читателя к оде Горация «К Мельпомене», а также к стихотворению Г. Р. Державина «Памятник».

Интересен прием **парцелляции**, когда высказывание намеренно дробится на краткие законченные предложения, что создает особенный ритмический эффект: «Была зима. Был город. Был вечер» (Б. Л. Пастернак «Доктор Живаго»). В данном примере эффект усиливается анафорами.

Тропы

Рассмотрим теперь основные **тропы**. «Тропом, – пишет А. А. Волков, – называется прием речи, состоящий в таком замещении речения (слова или словосочетания) другим, при котором замещающее речение, используя в значении заме-

щенного, обозначает последнее и сохраняет смысловую связь с ним» [Волков, 2001. С. 303].

Главным из тропов обычно считают **метафору**, формирование которой объясняют, исходя из фигуры сравнения. Школьная поэтика обычно так и определяет метафору как сравнение, один из элементов которого не выражен явно (не эксплицирован), но подразумевается. В новейшее время лингвисты доказали, что феномен метафоричности не ограничен художественной речью и риторической сферой, которую, кстати, риторы прошлого называли «цветами красноречия». На самом деле этот феномен коренится в особенностях языкового мышления человека как такового. Поэтому иногда предлагается различать индивидуальные, авторские, поэтические, иначе – художественные, метафоры, – с одной стороны, и метафоры языковые, или лингвистические, – с другой. Так, *«дождь идет»*, *«солнце встало»* – примеры общеупотребительных языковых метафор (иногда называемых языковыми, или «стертыми» метафорами), а *«буря мглою небо кроет»*, – пример художественной метафоры, рожденной творческим видением конкретного автора – А. С. Пушкина. Уподобление изучения леса чтению книги рождает у М. М. Пришвина метафору «лесная книга» (*«Лесная книга дается только тем, кто хочет читать ее без всякой осязтимой пользы...»*). Нередко происходит приписывание неодушевленным предметам, явлениям природы качеств и возможностей человеческой личности или вообще живого существа. Эта разновидность метафоры называется **олицетворением**, олицетворение широко используется для создания поэтических образов природы как в авторских текстах, так и в фольклоре. Приведем пример из известного стихотворения А. Н. Майкова: *«И хочется в поле, в широкое поле, где, шествуя, сыплет цветами весна...»*.

Одно из наиболее точных научных определений метафоры дано известным отечественным филологом **Н. Д. Арутюновой**

в сборнике «Теория метафоры» (М., 1990. С 19): «Метафора, – пишет Арутюнова, – в ее наиболее очевидной форме – это транспозиция идентифицирующей (дескриптивной и семантически диффузной) лексики, предназначенной для указания на предмет речи, в сферу предикатов, предназначенных для указания на его признаки и свойства [Арутюнова, 1990. С. 19].

Другой распространенный троп носит название **метонимии** (по- гречески – переименование). Если метафорическое мышление основано на поиске сходства объектов реальности и их признаков, то в основе формирования метонимии лежит принцип смежности – в пространстве, во времени, в логике, в таксономии т. д. Как частный случай метонимии выделяют **синекдоху**, когда наименование части объекта употребляется в значении наименования целого или, наоборот, наименование целого употребляется вместо части. Возможно также употребление категории единственного числа вместо множественного, а категории множественного вместо единственного. Мы не задумываясь произносим: «*совещание подвело итоги...*» вместо «*участники совещания подвели итоги*»; «*на дом задали Лермонтова*» – вместо «*задали читать стихотворения Лермонтова*»; «*весь дом об этом говорит*» – вместо «*все жители дома об этом говорят*» и т. п. В политическом дискурсе и языке СМИ нередко встречается употребление названия столицы государства вместо представителей власти этого государства («*Париж заявил протест...*»; «*Анкара выразила поддержку...*»). Естественно, метонимия нередко встречается и при создании художественного образа, например, в виде синекдохи по типу «часть вместо целого» у А. С. Пушкина в «Евгении Онегине»:

Все, чем для прихоти обильной
Торгует Лондон щепетильный
И по Балтийским волнам
За лес и сало возит нам...

Обратный пример, когда целое выступает вместо части (признака, свойства) находим у Бориса Пастернака в стихотворении «На ранних поездах», где по строгой логике построения высказывания должно было бы быть: «обдавало /.../ запахами черемухового свежего мыла и пряников...», но вместо этого мы обнаруживаем следующее:

Потомство тискалось к перилам
И обдавало на ходу
Черемуховым свежим мылом
И пряниками на меду...

Хорошо известен также прием **иронии** (антифразиса), когда высказывание предполагает, что реципиент в силу достаточного владения культурным кодом во всей полноте значений и, обладая пресуппозициональным (фоновым) знанием, способен извлечь из этого высказывания смысл, противоположный тому, который формально извлекается при нейтральном прочтении. Например, в мемуарах великой княгини Марии Павловны Романовой описан эпизод, когда ее спутница принцесса Люсьена Мюрат по легкомыслию стремилась увидеть воочию боевые действия на фронте I Мировой войны: «Мы находились на передней линии фронта, и моя гостыя с нетерпением ждала волнующих впечатлений, но ни в тот вечер, ни на следующий день, когда мы вместе отправились в окопы, не прозвучал ни один выстрел, не пролетел ни один вражеский самолет. Принцесса была явно разочарована столь негостеприимным приемом». «Негостеприимный прием» – пример иронии.

К тропам также относят **гиперболу** (преувеличение) и **лито-ту** (преуменьшение). Структурно они нередко восходят к сравнениям. Примеры гиперболы в обиходной речи: «сто раз тебе говорили», «ждать вас до скончания века». Пример гиперболы у Н. В. Гоголя – «Редкая птица долетит до середины Днепра»

(«Вечера на хуторе близ Диканьки»). Примеры литоты в обиходной речи: «сделать в два счета», «в двух шагах отсюда». Пример литоты в художественном произведении – «мужичок с ноготок» у Н. А. Некрасова в стихотворении «Крестьянские дети».

Среди тропов также широко известен прием **перифраз**, когда вместо прямого названия объекта употребляется описательный, иносказательный оборот. Пушкин в стихотворении «К вельможе» следующим образом обращается к кн. Н. Б. Юсупову, который, конечно же, не является потомком Аристиппа, однако образ мысли и жизни князя вызывает у Пушкина ассоциации с этим греческим философом, основателем гедонизма:

...От северных оков освобождая мир,
Лишь только на поля, струясь, дохнет зефир,
Лишь только первая позеленеет липа,
К тебе, приветливый потомок Аристиппа,
К тебе явлюся я...

5.3 Экскурсионные приемы. Показ и рассказ в экскурсии

Важнейшее отличие профессиональной экскурсии от обычной прогулки по достопримечательным местам сводится к характеру ознакомления с достопримечательностями на маршруте. В экскурсии работа с объектом на маршруте предполагает не просто беспорядочное созерцание попадающихся по дороге объектов, но целенаправленную работу экскурсовода, связанную с демонстрацией объектов и раскрытием темы, что делается путем применения методических приемов **показа и рассказа**. Раздел методики проведения экскурсии, связанный с применением приемов рассказа и показа, считается поэтому одним из наиболее значимых в экскурсоведении. Но прежде

чем перейти к обзору приемов, обратим внимание на процессы, происходящие в сознании раскрывающего материал темы коммуникатора (экскурсовода) и в сознании реципиентов (экскурсантов), воспринимающих информацию, исходящую от экскурсовода и от объектов экскурсии. За приемами рассказа и показа стоят логические приемы работы с информацией: анализ, обобщение, рассуждение, умозаключение [Курлат, 1977. С. 11].

«Экскурсионная практика, – писал Б. В. Емельянов, – свидетельствует о том, что осмотр объектов и их показ не одно и то же. Осмотр может быть определен как поверхностное, бесплановое знакомство с памятными местами. Каждый человек может без посторонней помощи осматривать жилой дом или улицу, исторический памятник на улице города, знакомиться с экспозицией краеведческого музея или произведениями живописи в художественной галерее. Показ – это глубокое, целенаправленное ознакомление с объектом. Показ на экскурсии представляет собой наблюдение (изучение, исследование) объекта под руководством квалифицированного специалиста (экскурсовода). При осмотре человек воспринимает только внешний вид памятника (B1), а при показе – с помощью экскурсовода различает в нем разные стороны, части, принимает участие в их анализе. Чувственное впечатление экскурсанта о памятнике можно представить в виде равенства $B2 = B1 +$ пояснения экскурсовода, его методическое руководство» [Емельянов, 1985. С. 17]

Важным аспектом экскурсионной коммуникации является соотношение приемов показа и рассказа. Одной из распространенных ошибок, причем, встречающихся не только среди новичков, является тенденция к подмене показа рассказом, когда экскурсовод чересчур увлечен и на время «забывает» об объектах визуального восприятия. Экскурсоводу приходится все время контролировать себя, чтобы не потерять видеоряд и

не превратить экскурсию в лекцию. Конечно, любая экскурсия включает в себя элементы рассказа без показа. Экскурсовод может что-то рассказывать во время автобусной тематической экскурсии при доставке группы к начальной точке маршрута (к первому, начальному, объекту показа на маршруте), имеет место и рассказ без показа на некоторых участках путевой информации при поездке на дальние расстояния и т. д. Однако, там, где есть видеоряд, – он должен доминировать, иначе экскурсия потеряет смысл. Иногда начало рассказа предшествует показу, если на автобусной экскурсии нет возможности остановиться возле какого-либо объекта. Тогда показ занимает, например, всего несколько секунд, а рассказ может начаться заранее до попадания объекта в поле зрения группы (чтобы подготовить внимание аудитории к восприятию его). Точно так же рассказ может следовать за показом, когда автобус уже миновал объект, но образ объекта непосредственно сохраняется в зрительной памяти.

При показе необходимо следить за тем, чтобы объект был визуально локализован (оказался в поле внимания экскурсанта). основополагающим принципом в экскурсионной практике считается предшествование показа рассказу. То есть сначала возникает зрительный образ, затем следует восприятие сведений о нем. На пешеходной экскурсии и при работе на остановках в этом отношении руки у экскурсовода в этом отношении руки развязаны. А вот на автобусных экскурсиях при работе на ходу («с колес») выбор следования показа и рассказа зачастую обусловлен ситуативно – порой слишком мало времени приходится на отдельные достопримечательности. Кроме того, достаточно важные объекты могут непосредственно следовать друг за другом на местности – поэтому встречается и обратный порядок, когда внимание группы с помощью безобъектного рассказа заранее подготавливается экскурсоводом к зрительному восприятию быстро мелькающих объектов.

В этом случае рассказ предшествует показу. Так, например, на обзорной экскурсии «Москва – столица России» при следовании по Кутузовскому проспекту в сторону центра города может оказаться трудно заранее рассказать о мемориале Отечественной войны 1812 года, поскольку ему непосредственно предшествует мемориальный комплекс на Поклонной горе, занимающий собою значительный отрезок экскурсионного времени. И экскурсовод оказывается в весьма затруднительном положении, поскольку почти на одной оси находятся сразу несколько памятников (Бородинская панорама, конный памятник Кутузову, Кутузовская изба, часовня, обелиск погибшим бойцам и др.), а остановка в этом месте невозможна. Некоторые объекты, в том числе, исторически самый главный – Кутузовская изба, – вообще не видны с проспекта, а времени на показ – считанные секунды. В этом случае более подробный рассказ об этом месте и событиях 1812 года может происходить уже «задним числом» при следовании по проспекту, носящему имя Кутузова, вплоть до Дорогомиловской заставы.

А когда экскурсовод ведет междугородную путевую информацию, где объекты достаточно редко «расставлены» вдоль трассы, как правило, рассказ об объекте начинается заранее, а иногда он органически включается в раскрытие определенной темы. Например, при следовании по Ярославскому шоссе от Москвы к Переславлю-Залесскому можно рассказать историю увековечения места рождения наследника Федора у царя Ивана Грозного, а затем показать мемориальную часовню «Крест», которая промелькнет слева по пути.

Методические приемы показа

Рассмотрим прежде приемы показа. В пособиях по экскурсоведению вы можете найти описание разнообразных приемов показа. Давайте рассмотрим наиболее очевидные и употребительные.

Прием **предварительного осмотра** предполагает, что участники экскурсионной группы самостоятельно рассматривают объект с одной или нескольких сторон, составляют общее впечатление о нем, а уже затем слушают рассказ экскурсовода и приступают совместно с ним к детальному ознакомлению и анализу объекта. На автобусной экскурсии порою особенности самого маршрута определяют применение такого приема, когда автобус объезжает какой-то объект, затем паркуется возле него, и группа идет подробнее знакомиться с объектом. Предварительный осмотр на пешеходной экскурсии — это формирование первого впечатления от объекта, — еще до того, как экскурсовод начал целенаправленную работу с группой. Так бывает, когда группа входит на территорию усадьбы, монастыря, кремля.

Затем следует **демонстрация** объекта. При этом дается общая характеристика внешнего, а иногда и внутреннего облика памятника. Сам по себе объект должен быть выделен, локализован в окружающей среде. То же относится к отдельной детали самого объекта. Такой прием и называется **локализацией**. На некоторых объектах (в Москве, например, на смотровой площадке Воробьевых гор и при раскрытии панорамы Кремля с набережной) локализации предшествует прием **панорамного показа**. При этом возникают вопросы: какие объекты показать, а какие «оставить за кадром», с чего начать и в какой последовательности вести показ, как логически и визуально связать следующие друг за другом объекты? В простейшем случае можно просто следовать слева направо или наоборот (географический принцип). Или идти от самых высоких, крупных или экспрессивно ярких объектов-доминант. Или — от наиболее значимых в историко-культурном отношении (тематический принцип). Или от более древних к более современным (хронологический принцип).

Если мы имеем возможность (обычно на пешеходных экскурсиях и на остановках-выходах автобусной экскурсии) более детально проникнуть в содержательную и формальную стороны объекта, то мы применяем прием **экскурсионного анализа**. Выявление внутренних и внешних, в т. ч. функциональных, связей объекта путем обращения к тому или иному аспекту и составляет суть исторического, архитектурного, искусствоведческого, естественнонаучного, технологического и др. анализа. При этом чаще всего идут от общего к частному. Сначала указывается название и функциональное назначение объекта, его наиболее общие архитектурно-градостроительные и конструктивные особенности, затем при необходимости дается более детальный анализ художественных достоинств (если таковые есть), затем оценивается историческая значимость. Прежде внимание привлекается к наиболее важным свойствам, затем к второстепенным. При этом экскурсионный анализ предполагает не просто фиксацию факта, но раскрытие его сущности через выявление причинно-следственных, пространственных, временных и иных логических связей. Так, скажем, для объекта «Государственный Исторический музей» первоочередной будет информация о функциях, роли и истории самого музея (содержательный аспект), с дальнейшим переходом к архитектурным особенностям здания ГИМ, которые не случайным образом связаны с функцией здания. То есть, в нашем примере необходимо объяснить экскурсантам причины обращения архитектора к т. н. «русскому» стилю. Стиль этот, действительно, был в моде в период строительства, но этого мало, важно еще то, что архитектор В. О. Шервуд строил здание музея на Красной площади, неподалеку от кремлевских башен, и оно, будучи стилизовано в «русском духе», как нельзя лучше вписалось в облик древней площади. Сама же экспозиция музея была обращена вглубь отечественной истории, к Древней Руси. С другой стороны, можно, например, использо-

вать эту особенность как логический мостик-переход, переводя внимание группы от здания Верхних Торговых рядов, выполненного в этом же стиле, к музею. Тогда порядок анализа меняется, но основные принципы его остаются.

Облегчают восприятие тех или иных особенностей объекта приемы **сравнения и аналогии**, когда экскурсовод опирается на общие свойства двух или более объектов, поочередно демонстрируя их. Так, один опытный московский экскурсовод обращал внимание группы, стоявшей возле Царь-колокола на размер циферблата курантов на Спасской башне, хорошо видной с Ивановской площади Кремля. Представить себе его огромный шестиметровый диаметр легче, когда практически такой же высоты объект (Царь-колокол) стоит рядом с туристами и высота его реально ощутима. Прием аналогии часто призван облегчить восприятие нового путем сравнения с чем-то хорошо знакомым. Так, демонстрируя самый высокий в дореволюционной Москве Дом Нирнзее («Дом-крыша», «Дом-тучерез»), можно обратить внимание на высоту потолков, которая ставит десятиэтажный 46-метровой высоты дом почти вровень с современным 16-ти этажным домом. Наличие сравниваемых между собою объектов предполагает и прием **контраста**. Только в этом случае объекты не уподобляются, а расподобляются. Можно, например, дать вербальное описание и продемонстрировать изображение какого-то уголка города, улицы, дома из старинного путеводителя, а затем глянуть на то же самое из сегодняшнего дня в реальности.

При обращении к «делам давно минувших дней» возможно применение приема **зрительной реконструкции** несохранившегося облика объекта. Например, можно описать, как выглядела московская Сухарева башня, или Красные ворота; как проходила торговля на Красной площади в древности или Парад Победы в 1945 году. Со зрительной реконструкцией связан прием рассказа, называемый *литературным монтажом*,

о нем будет рассказано ниже. Так, на экскурсии по московскому Тверскому бульвару описание стоявшего на месте нового здания МХАТа дома Кологривовых и проходивших там в пушкинское время балов у танцмейстера Петра Йогеля может быть дано методом показа старинных фотографий, рисунков, гравюр с привлечением описания бала, например, из романа Л. Н. Толстого «Война и мир». Богатейший материал для этого приема предоставляют разного рода мемуары, вроде «Старой Москвы» или «Старого Петербурга» Михаила Пыляева, а также художественная проза.

Иногда используется прием **показа по ходу движения** группы. Это делается для наиболее полного раскрытия художественного облика объекта и/или выявления значимых деталей. Некоторые объекты художественного творчества по самому замыслу своего создателя (архитектора, скульптора) предназначены для восприятия с разных точек, желательно в движении. Тогда статичный (неподвижный) объект приобретает динамичность, внутреннее движение, за счет движения зрителя. Хотя можно встретить объекты, которым это, наоборот, противопоказано. Возьмем два московских памятника Ф. М. Достоевскому. Если сложный замысел гениального скульптурного памятника Федору Михайловичу работы С. Д. Меркурова, (что возле Мариинской больницы) может быть достаточно полно раскрыт лишь при обходе вокруг него, то недавно появившемуся возле Российской Государственной библиотеки памятнику работы скульптора А. И. Рукавишникова такой прием прямо противопоказан. Нелепость позы фигуры сидящего при восприятии сбоку и сзади сделала этот памятник объектом насмешек.

Мы уже упоминали о так называемом «портфеле экскурсовода». Подробнее о нем рассказано в главе, посвященной разработке экскурсионной темы. При проведении экскурсии мы вспоминаем о «портфеле», когда хотим применить прием

показа наглядных пособий. При этом экскурсовод демонстрирует группе некоторый иллюстративный материал (бумажный или на электронном планшете), держа его в руках. Можно делать это на остановке (в автобусе или на улице – неважно). В автобусе во время рассказа на остановке можно пройти вдоль рядов, демонстрируя наглядное пособие сначала сидящим по одну сторону салона, затем – по другую. Если подготовить два идентичных набора изображений, оформив их в виде файловой папки-альбома, то можно во время автобусной экскурсии пустить их по рядам – на каждый ряд по альбому. Чаще всего демонстрируются старинные виды местности, изображение несохранившихся объектов, изображение событий и лиц, о которых мы рассказываем. Если экскурсовод работает с так называемым памятным местом, то есть местом несохранившегося памятника, то весьма желательно показать архивное фото, графическое или живописное изображение этого объекта, если таковые сохранились. При этом показ сопровождается адекватным приемом рассказа. Так, в экскурсиях по Москве на Красной площади вполне можно показать, как выглядела площадь в ту или иную эпоху, начиная от старинных гравюр и кончая фотографией парада Победы в 1945 году. В московском Кремле неплохо познакомить экскурсантов с обликом несохранившихся Чудова и Вознесенского монастырей. На Тверской площади можно показать сохранившиеся в архивах и приведенные в некоторых изданиях фотоизображения памятников генералу М. Д. Скобелеву и Первой Советской Конституции, стоявших на месте нынешнего памятника князю Юрию Долгорукому.

Методические приемы рассказа

Рассмотрим теперь основные приемы рассказа. Самым кратким и минимально необходимым для ознакомления с объектом приемом рассказа является **экскурсионная справ-**

ка. При этом объект обозначается названием и указанием самых главных атрибутов (название; функция; год создания; создатели; очень краткая внешняя характеристика). Справка иногда также начинает собою ознакомление с объектом, даже, если затем последуют иные приемы. Например: «большой доходный дом был построен в начале двадцатого столетия по проекту инженера Нирнзее и благодаря уникальной по тем временам плоской, функциональной, крыше, получил прозвание “Дом-крыша”». Если дом известен в краеведческой литературе под именем определенного владельца, даже если этот владелец нам ничем не примечателен, можно, тем не менее, его упомянуть, повышая тем самым краеведческую эрудицию слушателя. Например, «Дом Талызина на Никитском бульваре, где умер Н. В. Гоголь». Но можно и не упоминать имени Талызина, но сказать, что дом арендовал Александр Петрович Толстой, у которого поселился Гоголь и тогда впоследствии, может быть, дать характеристику этого человека – как близкого к главному герою рассказа. Экскурсионная справка, требующая минимум времени, является основным приемом рассказа на обзорной городской экскурсии при работе в движении, ведь автобус идет достаточно быстро (скорость до шестидесяти километров в час) и время, приходящееся на каждый объект, весьма ограничено. Нужно успеть обозначить объект (справа, слева, впереди, относительно другого объекта) и дать справку, что может быть не совсем просто, если, скажем, два достаточно интересных объекта расположены непосредственно напротив друг друга, как, например, церковь св. Иоанна Воина и дом купца Игумнова на Якиманке в обзорной экскурсии по Москве. Так что, образно говоря, придется смотреть сразу и направо и налево, что требует от экскурсовода большой четкости, ибо дорога каждая доля секунды. Это основной прием обзорных автобусных экскурсий. Какой или какие именно признаки объекта выбрать – решают по ситуации. При этом

не следует строить даже обзорную экскурсию на одних справках, что дробит общее впечатление от местности и экскурсии в целом и затрудняет запоминание. Задача же экскурсовода – создание цельного образа памятника, местности, культурного явления...

Методическим приемом рассказа, предполагающим более подробное знакомство с объектом, является **описание** объекта. Существо приема вполне отражено в его названии: имеется в виду разностороннее описание, предполагающее ознакомление слушателя (зрителя) с внешними и/или внутренними архитектурно-конструктивными особенностями здания, формами скульптуры, историческими событиями и фактами, связанными с объектом и т. д. Как уже говорилось, полное научное описание памятника культурного наследия осуществляется в системе охраны и контроля использования памятников, когда в специально разработанный паспорт заносится возможно более полный набор формальных и содержательных характеристик. Часть из них, представляющие интерес для просветительной работы, попадают в базу данных, ведущуюся экскурсионной организацией. Этими сведениями и может воспользоваться экскурсовод, но помня о том, что научное описание и методический экскурсионный прием не одно и то же. Составитель научного паспорта следит за полнотой и систематичностью описания, но не следит за логикой изложения и легкостью восприятия.

Экскурсовод же вполне может опустить ненужные аспекты или детали, но обязан выстроить описание, следуя логике раскрытия темы и подтем. В простейшем случае можно идти от общего к частному. Скажем, дать описание внешних форм, затем интерьера, затем разобрать отдельные детали, затем сообщить краткие факты, относящиеся к истории создания архитектурного объекта и т. д. Прием описания предполагает уже более подробное ознакомление с объектом и требует большего

времени, чем справка, поэтому может использоваться на остановках, при наличии достаточной протяженности объекта при работе в движении, или же на пешеходной экскурсии. Развернутое описание в экскурсии предполагает всестороннюю характеристику объекта, причем, чем большей весомостью обладает объект как памятник культуры, тем больше аспектов может быть выделено. Здесь не существует жесткой схемы, но, в принципе, можно представить, что ознакомление с таким отдельно взятым объектом представляет собою своего рода микроэкскурсию, или экскурсию внутри экскурсии, в основе которой (как и в «большой» экскурсии) также может лежать хронологический, географический и тематический принцип, или их сочетание. В каждом конкретном случае набор формально-содержательных аспектов и весомость каждого из них могут меняться, но можно попробовать выделить некий типовой набор для комплексного памятника истории и архитектуры:

- история создания (возникновения) памятника;
- создатели (заказчики, инициаторы, мастера, строители, инженеры, художники);
- конструктивные и объемно-планировочные решения
- художественные особенности объекта; в т.ч. особенности декора фасадов и интерьера;
- функциональные характеристики;
- «биография» объекта, связь с историческими событиями и лицами;
- современное состояние и перспективы использования объекта

Не всегда и не все из указанных аспектов будут раскрыты, но в наиболее полных случаях объект влечет за собою целую цепочку исторических событий, так что, повторяем, сам может составить отдельную тему экскурсии. Ярким подтверждением этому были замечательные серии брошюр «Биография

московского дома»; «Биография московского памятника» и «Биография подмосковной усадьбы», выходявшие в советское время в издательстве «Московский рабочий», когда один дом давал материал для целой книжки. Мы же можем привести пример всесторонней характеристики Успенского собора Московского Кремля через цепочку хронологически и тематически связанных вопросов, при этом развернутое описание объекта перерастает в раскрытие темы «Главный храм на Руси» с соответствующими подтемами:

Имя собора;

История строительства первого собора. Роль митрополита Петра и Ивана Калиты в формировании представления о Москве как столице Руси;

- Святитель Петр и его место в истории Руси;
- Каменное строительство в Москве при Иване Калите;
- История строительства нового собора Иваном III (Кривцов и Мышкин, затем Аристотель Фиораванте);
- Строительство в Кремле при Иване III;
- Итальянцы в России. Аристотель Фиораванти;
- Архитектурно-художественные особенности как выражение функциональной значимости храма; Роль в градостроительной среде;
- Интерьер храма. Иконы, иконостас, фрески. Произведения прикладного искусства;
- Успенский собор как главный храм Руси-России. Биография храма (Венчания на царство; коронации; бракосочетания; торжественные молебны; захоронения патриархов) и роль Москвы как первопрестольного града;
- Судьба собора в XX веке. Музеефикация. Современный статус и функции.

Б. В. Емельянов считал, что «методический прием описания следует относить не только к памятникам, но и к историческим событиям. Их образное описание на экскурсии вызы-

вает у экскурсантов зрительные образы, позволяет им мысленно представить, как происходило событие, дает возможность увидеть его, стать как бы его очевидцем, участником» [Емельянов, 1983. С. 83].

Подобно тому, как среди приемов показа за демонстрацией следовал анализ, так среди приемов рассказа за развернутым описанием следует методический прием **объяснения**. Можно даже отметить своего рода соответствие приемов показа и рассказа: напротив приема демонстрации можно условно поставить описание, а напротив приема анализа поставить прием объяснения. Анализ прием более сложный, комплексный, включающий в себя различные объяснения.

Методический прием объяснения отличается от описания тем, что обозначение объекта и его деталей сопровождается раскрытием некоторых фактов, призванных вписать приведенные детали описания в общую картину причинно-следственных связей. При этом экскурсовод как бы отвечает на им самим поставленные вопросы «почему?»; «зачем?»; «каким образом?». В методической литературе постоянно подчеркивается, что экскурсия должна быть не просто развлечением, но просветительским мероприятием. Так вот, именно прием объяснения приобретает при этом особенную весомость. Экскурсовод, с одной стороны, не должен упрощать изложение материала, избегая всякой терминологии и специальных вопросов, но, с другой, не может просто обрушивать на головы неподготовленных слушателей массу специальных терминов, за которыми слушателям не ясно, что стоит. Поэтому задача состоит в том, чтобы в процессе знакомства с достопримечательностями путем объяснений выявлять внутренние связи объектной среды, в итоге повышать знания людей о культуре в целом, что называется, вводить их в курс дела.

Для массового современного туриста сложными областями остаются древнерусская культура, язык архитектуры, семио-

тика культуры. При знакомстве с памятником древнерусской архитектуры (как, впрочем, и любым другим) необходимо исходить из того, что в нем нет ничего лишнего и нет ничего случайного, в нем все необходимо и все обусловлено.

Охватить все на экскурсии невозможно, значит, необходимо выбрать ряд органически обусловленных раскрытием экскурсионной темы (подтемы) элементов и раскрыть их смысл. Опытные экскурсоводы Московского городского бюро экскурсий неустанно повторяли молодым: не перегружайте людей специальной терминологией, но уж если упомянули специальный термин – непременно тут же объясните, что за этим стоит. Иногда сама группа подталкивает экскурсовода к объяснению, задавая ставшие типичными вопросы о символике числа куполов на храме, о форме крестов, о том, что такое «трапезная» в здании приходского храма и т. д. Упомянув, скажем, закомары как характерный элемент декора древнерусского храма, экскурсовод обязан объяснить, откуда взялся данный элемент и прояснить происхождение его названия, непонятное для современного человека. А при рассказе о Царь-пушке необходимо объяснить принцип стрельбы из нее. Упоминание девяти изначальных престолов собора Покрова-на-Рву (Москва, Красная площадь) может сопровождаться объяснением того, откуда взялось это число. Этот же прием постоянно используется при знакомстве с топонимикой (географическими названиями и названиями улиц городов и сел), да и названиями самих объектов. Объяснение происхождения названия местности – традиционный (и удачный) зачин в раскрытии многих экскурсионных тем и подтем.

Объяснение предполагает раскрытие внутренних логических и структурных связей объекта. При этом под объектом мы все время понимаем не только материальную оболочку, но совокупность всех значений объекта-памятника, – говоря научным языком, все его семантическое поле. Даже для памятника

архитектуры раскрытие внутренних структурных связей предполагает не только выявление конструктивных, объемно-планировочных и декоративных элементов, но и всего, что связано с личностью зодчего, заказчика, ролью в застройке, а также проблем восприятия, места в культуре и т. д. Для памятника истории материальная оболочка не всегда имеет первостепенное значение. Когда мы знакомим экскурсантов, скажем, с Кутузовской избой на Филях, то для нас не важно, что той, подлинной, избы давно нет (она сгорела) и мы видим совершенно новое сооружение-новодел (при беглом ознакомлении с мемориалом об этой истории можно и не упоминать вовсе!), а важна сама по себе культурная роль именно этого места, в котором решалась в 1812 году судьба Москвы и, как оказалось, судьба всей войны. Точно так же разрушенный при советской власти храм Христа Спасителя незримо существовал в культурном поле Москвы даже в те годы, когда он еще не был физически возрожден. Иначе бы его невозможно было потом возродить в камне!

В случае же с памятником архитектуры или инженерным сооружением, а уж, тем более, на производственной экскурсии, прием объяснения призван помочь туристам понять, какие именно скрытые от их глаз особенности — конструктивные решения, материалы, технологические приемы определяют уникальность и/или типичность данного объекта. Так, знакомясь с Останкинской телебашней, мало рассказать ее историю и показать основные элементы. Именно прием объяснения призван вскрыть само конструктивное решение башни, которое позволило ей вопреки прогнозам скептиков полвека противостоять ветровым нагрузкам, да еще и выдержать разрушительный пожар. Прием объяснений должен вскрывать и причинную связь, всю внутреннюю логику единства формы и содержания объекта.

Очень оживляет экскурсию прием **цитирования**. Экскурсовод может использовать этот методический прием рассказа

(суть его достаточно ясна из самого названия), например, чтобы дать возможность взглянуть на событие глазами современников исторических событий. Он может, не надеясь на собственные способности в области художественного слова, представить картину местности или атмосферу эпохи через призму художественного слова, цитируя пассажи, заключающие в себе описания объектов, из художественной прозы и поэзии.

С помощью цитаты хорошо подкрепить высказанное мнение авторитетом цитируемого источника (летописи, документа, ученого). Набор специально подобранных цитат способен воссоздать картину какого-либо события или портрет лица уже как бы без помощи экскурсовода, удалившегося на «задний план». Прием цитирования хорошо способствует оживлению экскурсионного материала, создает эффект достоверности, эффект присутствия свидетеля, эффект погружения в атмосферу, в эпоху, в культуру, которой посвящена данная тема и подтемы.

Цитирование может применяться на самых разных видах экскурсий, но является неотъемлемым атрибутом экскурсии литературной. Среди цитируемых материалов могут быть как художественная проза и поэзия, так и публицистика, в том числе краеведческая, а также научная и научно-популярная литература и источники. Как правило, цитаты не должны быть длинными, чтобы время цитирования укладывалось приблизительно в 30–60 сек. Более длинные цитаты могут использоваться, в порядке исключения, при отсутствии тематически адекватного зрительного ряда, например, на начальном отрезке экскурсии, когда группа доставляется в исторический центр из какого-нибудь «спального» района, или в вынужденной затянувшейся дорожной «пробке» – то есть там, где рассказ не может быть подкреплён показом или экскурсовод вынужден в силу технических причин чем-то занять время. Для обзорной трех- четырехчасовой экскурсии бывает достаточно и несколько цитат (хотя их может быть и куда больше!), в то время

как в литературной тематической экскурсии используются и три-четыре десятка цитат, включая пассажи художественной прозы и поэзии.

Как уже говорилось, нет нужды заучивать все цитаты наизусть: то, что трудно запомнить, может быть записано на карточках, распечатано на листах бумаги или занесено в электронный планшет. Можно призвать экскурсоводов шире использовать художественные тексты не только на литературных экскурсиях, поскольку в иных видах экскурсий также можно опираться на факты творческого вдохновения, вызванные в душе того или иного классика определенным уголком города или сельской местности. И тогда городской или сельский уголок остается запечатленным в высокохудожественной форме, что способствует решению главной задачи экскурсии – формированию полноценного *образа* этой местности, воспринимаемого в синхронии и диахронии. В принципе, можно говорить о пути серьезного повышения общего качественного уровня экскурсии, проводимой начинающим экскурсоводом, только за счет введения набора грамотно отобранных и расставленных цитат. Работа по выявлению необходимых источников цитат должна проводиться постоянно как часть индивидуальной системы повышения квалификации, хотя есть и общепризнанные источники, которые лежат на поверхности и их тоже нужно знать и использовать. Поэтому неправы те экскурсоводы, которые считают, что, скажем, к книге очерков В. А. Гиляровского «Москва и москвичи» нужно обращаться лишь при разработке темы «Гиляровский в Москве». На самом деле материал (в т. ч. в виде цитат) только из одной этой книги может удачно войти в десятки тематических и обзорных экскурсий по Москве, по отдельным историческим местностям. Наибольший удельный вес цитирования естественно приходится на литературные темы, связанные с формированием образа местности через образы литературного произве-

дения («По следам героев “Войны и мира”»; «По Москве с Гиляровским»; «Москва Марины Цветаевой» и др.).

В связи с такого рода темами нельзя не отметить важность связанного с цитированием приема **литературного монтажа**. При этом путем цитирования формируется цельный образ события, лица, эпохи, местности, культурного явления. Экскурсовод, как бы понимая, что он не сделает этого лучше, чем очевидец или профессиональный художник слова, «подставляет» последнего вместо себя. Так, обстановку дома Толстых на экскурсии «Л. Н. Толстой в Ясной Поляне» можно воссоздать, прибегнув к цитированию воспоминаний жены писателя, Софьи Андреевны Толстой, ее сестры Татьяны Кузминской, секретаря писателя Валентина Булгакова или иных очевидцев. При этом не обязательно большие масштабы культурного явления требуют пространного цитирования. Возьмем пушкинское послание к Анне Олениной. Ведь в этом маленьком отрывке, казалось бы, очень частной, интимной поэзии родился потрясающий образ целого города – Санкт-Петербурга. И, не в силах создать что-либо лучшее в художественной лаконичности, мы вновь обращаемся к пушкинским строкам:

Город пышный, город бедный,
Дух неволи, стройный вид.
Свод небес зелено-бледный,
Скука, холод и гранит...

Из цитирования иногда также вырастает прием **сценической импровизации**, предполагающей элементы актерского перевоплощения (по манере речи, голосу, мимике, пластике). Некоторые, в том числе не обделенные актерскими способностями, экскурсоводы питают слабость к этому, казалось бы, весьма заманчивому приему. Однако опыт показывает, что здесь подстерегает некоторый риск. Театральные перевоплощения несут большой эмоциональный заряд и, если нет уверенности в том,

что, образно говоря, выпущенная стрела попадет в цель, лучше не рисковать, иначе можно вызвать нежелательный эффект.

Если предыдущий прием не получает, в принципе, широкого распространения, то следующий прием, наоборот, может быть рекомендован к более широкому использованию. Мы имеем в виду прием **вопросов и ответов**. Этот прием традиционно является неперменным атрибутом школьных экскурсий, хотя, на самом деле, заслуживает большего применения и в обычных экскурсиях со взрослой аудиторией. Как известно, важнейшим условием хорошей экскурсии является активная вовлеченность экскурсантов в познавательный процесс, иначе говоря, наличие обратной связи в коммуникации экскурсовод–группа. На помощь и приходит прием вопросов-ответов. Он преследует сразу несколько целей. В экскурсиях для детей это, конечно же, действенное средство удержать рассеивающееся внимание и интерес юных экскурсантов, поскольку обращение к группе, ожидание ее реакции, «озадачивание» ее действуют мобилизующе. Во-вторых, любой диалог (даже если используются риторические вопросы, на которые экскурсовод отвечает сам) сокращает психологическую дистанцию между говорящим и слушающим и повышает комфортность общения, что важно, по крайней мере, для подавляющего большинства групп. И, наконец, вопросы (в особенности, предполагающие реальный ответ со стороны участников) делают экскурсантов реальными, активными соучастниками, «соавторами» в создании продукта культуры, каковым является экскурсия. А творческое участие служит, как известно, источником морального удовлетворения для любого человека. При этом повышается и порог усвояемости информации – легче запомнить то, над чем успел подумать. Характер вопросов может быть самым разнообразным. Иногда этот прием совмещается с приемом сравнения, когда, например, знакомство иногородней группы с новым местом на обзорной экскурсии проходит под знаком сравнения со своим,

родным, хорошо известным. Здесь могут быть вопросы вроде «А каково население *вашего* города?»; «А есть ли в *вашем* городе театры?»; «А какое самое высокое сооружение в *вашей* стране?»; «Сколько мостов в *вашем* городе?»... Следует отметить, что часто вопросы задают и сами экскурсанты, что является хорошим признаком наличия обратной связи. Отвечать на них надо сразу, быстро, не отвлекаясь от главной темы или, наоборот, где-то на остановке, на переходе, если есть необходимость личного индивидуального контакта. Однако для начинающего экскурсовода быстрая реакция на вопросы экскурсантов может представлять некоторую трудность, поскольку они перебивают процесс наррации, поэтому экскурсовод должен владеть техникой т. н. спонтанного говорения [Александрова, Сальникова, 2016], чтобы кратко ответить и вернуться к рассказу и показу.

Непосредственно из приема вопросов-ответов образуется и прием **заданий**, когда экскурсовод просит членов группы произвести некоторые действия. Возможно (особенно, для детских групп) вовлечение экскурсантов в целый диалог, в ходе которого «рождается истина». Например:

Экскурсовод: Какова, по-вашему, высота этого дома?

Экскурсанты: Сто метров; Сто восемьдесят; Пятьдесят...

Экскурсовод: Давайте вычислим. Посчитайте, сколько этажей в этом доме.

Экскурсанты: Двадцать два.

Экскурсовод: Теперь помножим на среднюю высоту этажа – три метра. Что получилось?.. и т. д.

Традиционно среди приемов рассказа методисты и авторы пособий выделяют также прием **комментирования** определенного процесса, но он на городских экскурсиях встречается нечасто, ибо предполагает некоторую динамику (движение, изменение) объекта. Этот прием применяется для ознакомления с изменяющимися объектами и ситуациями, причем изменения в объекте происходят на глазах у экскурсантов-зрителей

(сравните с жанром спортивного репортажа, главным действующим лицом которого является *комментатор*). Для комментирования необходимо наличие *действия*, процесса. Понятно, что главная сфера его применения – производственные экскурсии. Хотя иногда можно столкнуться с этим и на обычной обзорной экскурсии (массовые праздничные мероприятия на улицах; строительные работы; полеты дельтапланеристов; швартовка судна в порту; праздничный салют и т. д.).

В заключение напомним еще раз важную заповедь экскурсовода. Как верно указывает современный экскурсионист **Г. П. Долженко**, «специфика любой экскурсии заключается в единстве показа и рассказа. И если отсутствует показ, то этот вид культурно-просветительной и учебной работы, какой является экскурсия, перестает ею быть, а превращается в лекцию или беседу. В первичности показа состоит специфика экскурсионного метода» [Долженко, 2006. С. 51].

Вопросы и задания

1. Из чего, по-вашему, складывается образ местности?
2. Для чего Н. П. Анциферову понадобилось вводить понятие «души местности» в экскурсионную методику?
3. В каких случаях рассказ может предшествовать показу и почему?
4. Какие преимущества дает экскурсоводу прием цитирования в аспекте формирования образа?
5. Постройте схему описания сложного объекта (известного памятника истории культуры)
6. Для какой цели служат риторические (поэтические) тропы?
7. В чем разница между риторической фигурой и тропом?
8. Что такое «портфель экскурсовода»?
9. Для чего применяется прием вопросов-ответов
10. Что такое локализация объекта?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

НЕКОТОРЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Пожалуй, ничто так не затрудняет жизнь начинающему экскурсоводу, как трудности технического и организационного характера. Приступая к практической работе, начинающему экскурсоводу необходимо помнить, что залог успеха конкретной экскурсии — не только в общей научно-методической обеспеченности самой темы и в общей профподготовке экскурсовода, но и в том, насколько тщательно согласованы действия четырех сторон: заказчика, туроператора, турагента (они могут выступать иногда в одном лице), экскурсовода. Хорошие экскурсионные фирмы заботятся не только о том, чтобы любой ценой «всучить» путевку, но организационно готовят клиента, объясняя ему, что ждет его на экскурсии, как проехать к месту встречи с экскурсоводом, что взять с собою в поездку, какие помехи могут возникнуть на маршруте, наконец, на какой контингент преимущественно рассчитана та или иная тема (дети, местные жители, иногородние и т. д.). Так же и экскурсовод должен точно представлять себе (причем лучше записать, не полагаясь на память), где именно, когда и в котором часу он забирает группу; вносятся ли какие-либо коррективы в стандартный маршрут и в продолжительность проведения экскурсии по данной теме; что представляет собою его аудитория (дети, взрослые, сборные/корпоративные группы, местные/иногородние туристы и т. д.); имя и координаты руководителя группы (если таковой имеется).

Начало проведения любой экскурсии предусматривает своего рода организационное вступление. Экскурсовод представляет себя группе, представляет обслуживающую туристическую организацию и водителя (на автобусной экскурсии). Затем четко называет тему экскурсии, продолжительность, место

окончания экскурсии или место доставки группы автобусом по ее окончании. Если группа отправляется за город или в другой город (экскурсионный тур), а экскурсовод берет на себя функции сопровождающего, то сообщается место санитарных остановок, наличие и время обеда и другие необходимые организационные сведения, предусмотренные соответствующей инструкцией обслуживающей турфирмы.

Вопросы взаимодействия с водителем, а также порядок действий в экстремальных ситуациях (поломка автобуса, заблудившийся от группы турист и др.) оговариваются на инструктаже в конкретной туристско-экскурсионной организации.

При проведении экскурсии на транспорте необходимо заранее позаботиться об удобных местах парковок (в идеале это указано в методичке, но ситуация на дорогах все время меняется).

Следует помнить, что на пешеходной экскурсии показ и рассказ ведется только на остановке, при передвижении от объекта к объекту экскурсовод следует впереди, группа за ним. На месте работы с объектом большая группа может быть выстроена полукругом или образовать каре, в основании которого спиной к объекту стоит экскурсовод. При локализации объекта (указании на него) экскурсовод становится вполоборота и рукою указывает на объект, добиваясь того, чтобы внимание группы было направлено в нужном направлении. Особенно важно локализовать объект, если имеешь дело с панорамой, или показом мелкой детали. Не следует начинать знакомство с достопримечательностью, пока внимание группы отвлечено на посторонние дела. Это особенно актуально для детских групп. В этом случае необходимо прежде добиться того, чтобы внимание группы было сфокусировано на экскурсоводе, а уже затем начинать собственно показ и рассказ.

В рамках допустимых для раскрытия данной темы возможностей нужно проявлять дополнительную заботу о туристах. Если в жаркую погоду есть возможность разместить группу в

тени без потери зрительного ряда, то необходимо это сделать. В холодную, ветреную, дождливую погоду иногда ведут показ из какого-либо укрытия (навес, козырек, стена). При этом не всегда можно полагаться на изначальную методическую разработку. Экскурсия требует постоянного поиска и усовершенствования. Иногда сама методичка допускает некоторый «люфт», скажем, на одной и той же остановке, в зависимости от погоды, экскурсоводу дается право выбора — либо работать с выходом из автобуса, либо вести показ и рассказ из салона.

Приведем исторический документ — десять заповедей экскурсионного дела, составленных профессором Б. Е. Райковым [Райков, 1930. С. 107] без малого сто лет тому назад, но не потерявших актуальности для школьных экскурсий, (а они составляют значительную долю рынка) и сегодня:

1. Помни, что экскурсия не прогулка, но обязательная часть учебных занятий.

2. Изучи место, куда ведешь экскурсию, наметь ее тему и составь ее план.

3. Выдерживай тему экскурсии, не отвлекайся случайными вопросами.

4. Занимайся на экскурсии только тем, что можно конкретно изучить.

5. Избегай длинных объяснений.

6. Не оставляй экскурсантов только зрителями и слушателями: заставь их активно и самостоятельно работать.

7. Не забрасывай экскурсантов многими названиями: они их забудут.

8. Умей правильно показывать объекты и научи слушателей правильно их видеть.

9. Не утомляй излишне экскурсантов: они перестанут работать.

10. Закрепи экскурсию в памяти участников последующей проработкой материала

В заключение рассмотрим ряд типичных недостатков в работе экскурсоводов, постоянно отмечаемых нами на городских и музейных экскурсиях и ведущих к коммуникативно-риторическим неудачам.

1. Слишком быстрый темп речи. Экскурсовод подготовил большой материал и торопиться «проговорить» его целиком на объектах.

2. Неоправданные паузы. В риторике выделяют ряд полезных пауз: логических, эмоциональных, хезитационных, – которые помогают пониманию речи. Однако существуют «пустые» паузы, связанные с трудностями формулирования мысли и перевода «внутренней речи» в коммуникативный формат. Они мешают пониманию.

3. Лишние неоправданные повторы.

4. Многословие.

5. Отступления от темы, ведущие к потери нити рассказа.

6. Слова-паразиты («вот», «это», «как это», «да», «так сказать» и под.).

7. Слишком тихая речь.

8. Монотонность речи, отсутствие эмоций и необходимой экспрессии.

9. Обилие трюизмов (общеизвестных фактов).

10. Непрерывное многочасовое говорение и отсутствие пауз, необходимых для отдыха и осмысления услышанного и увиденного на длинных автобусных маршрутах (путевая информация).

Главный же залог успешной работы состоит в том, чтобы помнить, что экскурсовод работает для людей, а значит, изучение их потребностей и запросов, умение общаться, установление обратной связи и, конечно, любовь к своему делу – помогут быстрее овладеть интересной и нужной экскурсионной профессией.

ЛИТЕРАТУРА

Акимова М. С. Литературное краеведение как теоретическая и практическая проблема // Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика. Юбил. сб. к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М., Турцентр, 2016. С. 58–78.

Александрова Г. В., Ипполитова Н. А., Щербинина Ю. В. и др. «Радость – это...»: Современная риторика: в круге идей. / Под ред. Ю. В. Щербининой. М.: АВК-Групп, 2010. 164 с.

Александрова Г. В., Сальникова О. А. Обучение спонтанному говорению в рамках модуля «Риторика» // «Риторика и речеведческие дисциплины в условиях реформы образования». Мат-лы XX Межд. науч. конф. 4–6 февр. 2016 / Под ред. Ю. В. Щербининой. М.: Тезаурус. С. 15–20.

Аннушкин В. И. Риторика. Экспресс-курс. Учеб. пособие. 5-е изд. М.: «ФЛИНТА»; «Наука», 2017. 224 с.

Анциферов Н. П. О литературных экскурсиях // Пед. дело. 1921. № 1/2. С. 7–12.

Анциферов Н. П. О методах и типах историко-культурных экскурсий. Пг., 1923. 39 с.

Анциферов Н. П. Типовая экскурсия по городу // Изв. Центр. Бюро Краеведения. 1927. № 7 (сентябрь). С. 234–237.

Анциферов Н. П. Душа Петербурга / Послесл. А. Марголиса. Л.: «Лира», 1990. 249 с.

Анциферов Н. П. Проблемы урбанизма в русской художественной литературе. Опыт построения образа города Петербурга Достоевского на основе анализа литературных традиций / Сост., послесловие Д. С. Московской. М.: ИМЛИ РАН, 2009. 581 с.

Аристотель. Риторика / Пер. с др.-греч. и прим. О. П. Цыбенко. Под ред. О. А. Сычева и И. В. Пешкова. Поэтика / Пер.

В.Г. Аппельрота. Под ред. Ф. А. Петровского / Сопроводит. ст. В. Н. Марова. М.: Лабиринт, 2000. 224 с.

Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // «Теория метафоры»: Сб. / Сост Н. Д. Арутюновой. М.: Прогресс, 1990. С. 5–32

Барыбина Е. С. Приобщение школьников к культурному наследию в рамках образовательного туризма // Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика. Юбилейный Сборник к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М.: ТУРЦЕНТР, 2016. С. 52–58

Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества Изд. 2-е. М.: Искусство, 1986. С. 250–297.

Богданова П. А. Постановление «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране» 1969 года и его роль в развитии туристической и экскурсионной отрасли в СССР // Советская культура в краеведении, экскурсоведении, музееведении. Сб. науч-метод. работ. М.: Древлехранилище, 2017. С. 127–134

Васильева Е.В., Ляшко А.В. Академический туризм: Программа курса по выбору // История университетского образования в России и международные традиции просвещения. Сб. программ спецкурсов / Отв. ред. Т. В. Артемьева, М. И. Микешин. СПб.: Санкт-Петербургский Центр истории идей, 2005. С. 62–69.

Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. 174 с.

Волков А. А. Курс русской риторики М.: Изд-во Храма мц. Татианы при МГУ, 2001. 480 с.

Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.

Гетманская Е. В. Воспитание музейной культуры учащихся на примере литературных экспозиций // Дополнительное образование и воспитание. 2007. № 1. С. 21–25.

Гизюк А. И. Малый архитектурный навигатор экскурсовода по истории архитектуры Москвы. М.: Турцентр, 2017. 176 с.

Горишков А. И. Русская стилистика: Стилистика текста или функциональная стилистика: Учебник для пед ун-тов и гуманитар. вузов. М.: АСТ: Астрель, 2006. 372 с.

Гранат, 1895. – Настольный энциклопедический словарь А. Гранат. Т. 8. М., 1895.

Гревс И. М. Монументальный город и историческая экскурсия. (Основная идея образовательных путешествий по крупным центрам культуры) // «Экскурсионное дело». Пг., 1921. № 1. Отд. оттиск. 14 с.

Гревс И. М. Природа экскурсионности и главные типы экскурсий в культуру // Экскурсии в культуру: Метод. сборник / под ред. И. М. Гревса. М.: Мир, 1925. С. 9–34.

Гриффин Эм. Коммуникация: Теория и практики / Пер с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015. 688 с.

Долженко Г. П. Экскурсионное дело: Учеб. пособие. Изд. 2-е испр. и доп. М.: ИК «МарТ»; Ростов н/Д: Изд. центр МарТ, 2006. 304 с.

Долженко Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР. Ростов н/Д: Изд. Рост. ун-та, 1988.

Долженко Г. П., Путрик Ю. С. История туризма в Российской империи, Советском Союзе и Российской Федерации. Ростов н/Д: «Феникс», 2010.

Емельянов Б. В. Экскурсоведение. Учебник. М.: «Советский спорт», 2007. 216 с.

Емельянов Б. В. Основы экскурсоведения. Изд. 2-е / Центральный Совет по туризму и экскурсиям. Экскурсионное Управление. Институт повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций. М., 1985.

Емельянов Б.В. Экскурсия – неотъемлемая часть идейно-воспитательной работы. Уч. пособие. М.: ЦРИБ «Турист», 1984. 112 с.

Жинкин Н. И. Механизмы речи. М.: Наука, 1958. 370 с.

Житенев С. Ю. История русского православного паломничества в X–XVII вв. М.: Индрик, 2007. 504 с.

Житенев С. Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: Социокультурные, цивилизационные и коммуникационные аспекты. М.: Индрик, 2012. 264 с.

Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М.: Дело, 2002. 480 с.

Инполитова, Ерохина, 2012 – Инполитова Н. А., Ерохина Е. Л. и др. Общая риторика: Учеб. пособие. М.: «Экзамен», 2012. 397 с.

Каган М. С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М.: Политиздат, 1988. 319 с.

Калита С. П. Теория и история экскурсионного дела в России: Учеб. пособие. Тула: Изд-во ТулГУ, 2004. 284 с.

Каменец А. В., Кирова М. С. Технологии организации культурного туризма. М.: ЗАО «Мосиздэтивест», 2006. 128 с.

Квинтилиан, 1834 – Марка Фабия Квинтилиана двенадцать книг риторических наставлений. Переведены с латинского Императорской Российской Академии членом Александром Никольским и оною Академиею изданы. Ч. I. СПб: В типографии Императорской Российской Академии, 1834. 80 с.

Кузькин Д. С. Советская школа экскурсионного музееведения и краеведения 1920–40-х гг. // Советская культура в краеведении, экскурсоведении, музееведении. Сб. науч-метод. работ. М.: «Древлехранилище», 2017. С. 120–126.

Курлат Ф. Л. Теоретические основы экскурсионной работы // Основы экскурсионного дела в музеях. М.: НИИ культуры, 1977. С. 9–27.

Курцева З. И. Культурное ядро: трансформация в сфере современной коммуникации // Преподаватель XXI век. 2015. № 1. С. 171–178.

Куцева З. И. Речевой поступок и речевой этикет // Проблемы современного образования. 2013. № 1. С. 6–15.

Лобовская Р. А. Пешеходная экскурсия: Опыт и практика. М.: Центр подготовки туристических кадров, 2002. 38 с.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров // Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: «Искусство-СПб», 2000. С. 150–391.

Максвелл, Дж. Искусство общения / Дж. Максвелл; пер. с англ. С. Э. Борич. 2-е изд. Минск: Поппури, 2014. 304 с.

Михальская А. К. Основы риторики. М.: Просвещение, 1996. 416 с. С. 57

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.

Московская Д. С. Н. П. Анциферов и художественная местнография русской литературы 1920–1930-х гг.: К истории взаимосвязей русской литературы и краеведения. М.: ИМЛИ РАН, 2010. 432 с.

Паккард, Вэнс. Тайные манипуляторы. М.: «Смысл», 2004. 282 с.

Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. Изд. 2-е, испр. и доп. / Под ред. Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской; сост. А. А. Князьков. М.: «ФЛИНТА: Наука», 1998. 312 с.

Пищулин, 1977 – Основы экскурсионного дела в музеях / Под ред. Ю. П. Пищулина. М.: НИИ культуры, 1977. 105 с.

Платон. Диалоги. М.: Мысль, 1986. 607 с.

Полякова М. А. Охрана культурного наследия России: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 021000 Музеология, 052800 Музейное дело и охрана памятников. М.: Дрофа, 2005. 270 с.

Полякова М. А. Культурное наследие России: История охраны и современное состояние: Учеб. пособие. М.: РГГУ, 2015. 388 с.

Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика / Юбилейный сборник к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М., 2016. 184 с.

Путрик Ю. С. Проблемы и программы туристско-рекреационного использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России. М.: Рос. НИИ культурного и природного наследия, 1995.

Райков Б. Е. Методика и техника экскурсий. 4-е изд. М.; Л.: Госиздат, 1930. 114 с.

Ривкин Е. Ю. Методические аспекты школьной экскурсии // Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика / Юбил. сб. к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М., 2016. С. 86–101.

Ривкин Е. Ю. Школьное краеведение: методика и практика преподавания предмета «Москвоведение»: Пособие для учителей. М.: АНО ИЦ «Москвоведение» АО «Московские учебники», 2007.

Савина Н. В. Экскурсоведение: Учебно-практическое пособие. Минск, 2001.

Святославская Л. В. Религиоведческая подготовка экскурсовода // Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика. Юбилейный сб. к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М., 2016. С. 79–85.

Святославский А. В. Образ местности в литературной экскурсии // Культурное и природное наследие и его освоение в учебно-воспитательной работе. Сборник научно-методических статей. Вып. 1. Экскурсионное краеведение. / Под ред. С. И. Козленко. М.: МИОО., 2006. С. 84–92

Святославский А. В. Городская экскурсия: Основы теории и практики. 2-е изд. М.: МИОО, 2006.

Смирнова А. Г. Феномен школьной экскурсии в отечественной историографии первой трети XX в. // Культурное и природное наследие и его освоение в учебно-воспитательной

работе Сб. науч.-метод. статей. Вып. 1: «Экскурсионное краеведение». М.: МИОО, 2006. С. 42—69.

Смирнова А. Г. Теория и методика туристического и экскурсионного дела: Введение в основы экскурсоведения. М.: АНО МИМЦ «Русская филология», 2008. 56 с.

Смирнова А. Г. Экскурсионный метод в краеведении // Краеведение в России: История. Современное состояние. Перспективы развития / Отв. ред. С. О. Шмидт М.: АНО ИЦ «Москвоведение», 2004. С. 167—177.

Советская культура в краеведении, экскурсоведении, музееведении. Сб. науч.-метод. работ / Ред.-сост. А. В. Святославский, М. А. Полякова. М.: «Древлехранилище», 2017. 256 с.

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб., 2002. 461 с.

Степанова О. В. Система профессиональной подготовки экскурсоводов в советское время // Профессиональная экскурсия. История. Теория. Методика. Юбилейный сборник к 45-летию Центра подготовки туристических кадров. М., 2016. С. 10—24

Степанчикова М. А. Методические рекомендации по подготовке и проведению экскурсий. М.: Центр подготовки туристических кадров, 1996. 38 с.

Томашевский Б. В. Теория литературы. Ростов н/Д: «Феникс», СПб: «Северо-Запад», 2006. 190 с.

Топоров В. Н. Пространство и текст // Текст: Семантика и структура. М., 1983. С. 227—284.

Успенский Б. А. Ego loquens: Язык и коммуникационное пространство. М.: РГГУ, 2011. 344 с.

Фромм, Эрих. Здоровое общество. Догмат о Христе. М.: АСТ, Транзиткнига, 2005. 576 с.

Фромм, Эрих. Искусство любить. Исследование природы любви / Пер. Л. А. Чернышевой. М.: Педагогика, 1990. 157 с.

Холловей Дж. Кристофер и Тейлор, Нейл. Туристический бизнес. Пер. с 7-го англ. изд. Киев: Знання, 2007. 798 с.

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.

Цукрова Э. С. Учебное пособие по маршруту «Москва – столица России» М.: Турцентр, 2017. 92 с.

Чернявская Е. Н. Архитектурно-градостроительная среда как объект исследования // От краеведения к культурологии. Рос. ин-т культурологии – 70 лет. М., 2002. С. 167–172.

Чернявская Е. Н. Меятомориальная функция памятника культуры // Культура памяти. Сб. науч. статей. М. «Древлехранилище», 2003. С. 43–52.

Чернявская Е. Н. Ценность и оценка памятников архитектуры // Памятники в контексте историко-культурной среды (Сб. науч. тр. НИИ культуры). М., 1992. С. 32–51.

Щербинина Ю. В. Речевая защита. Учимся управлять агрессией. М.: Форум, 2016. 304 с.

Щербинина Ю. В. Введение в педагогический дискурс. М.: Форум, Инфра-М, 2017. 432 с.

Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Сб. Саратов: ГУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–99.

Эко, Умберто. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Symposium, 2006. 544 с.

Юренева Т. Ю. Музееведение. 4-е изд. М.: Академический проект, 2007. 560 с.

Юхневич М. Ю. Я поведу тебя в музей: Учеб. пособие по музейной педагогике / М-во культуры РФ, Российский ин-т культурологии. М., 2001. 224 с.

Якобсон Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р. О. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. 460 с.

Braddock, Richard. An extension of the “Lasswell formula” // Journal of Communication. Vol. 8, Issue 2, Pp. 88–93, June 1958.

Burke, Kenneth A Grammar of Motives. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1969. 532 p.

Grice H. P. Logic and Conversation // Syntax and semantics. Vol. 3. Speech Arts. *Ed.*: Cole et. al. 1975, pp. 41–58.

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.

Lee, Richard L. Developing Effective Communications Сайт ун-та Миссури URL: <http://extension.missouri.edu/p/CM109> On-line 15/02/2017

Perelman, Ch.; Olbrechts-Tyteca, L. – La Nouvelle Rhétorique: Traité de l'Argumentation. Presses Universitaires de France, 1958.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Технологическая карта экскурсии

**ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРЫ
ЗАМОСКВОРЕЧЬЯ**

Вид экскурсии: пешеходная; комплексная (политематическая)

Продолжительность: прибл. 2 астрономических часа

Цель экскурсии: Организация досуга и нравственно-эстетическое воспитание.

Задачи экскурсии: Изучение истории края, знакомство с памятниками истории культуры и памятными местами старинного района Замоскворечья

Маршрут: ул. Малая Ордынка – Голиковский пер. – Климентовский пер. – Пятницкая ул. – Черниговский пер. – 2-й Кадашевский пер. – 1-й Кадашевский пер. – Лаврушинский пер. – Большой Толмачевский пер. – Ордынский тупик – ул. Большая Ордынка

Маршрут	Остановки	Объекты показа	Время	Темы и подтемы	Методические указания	Организационные указания
Ул. Малая Ордынка от м. Третьяковская	В начале улицы		10 мин	1. Введение 1.1. Географическое положение местности и планировка 1.2. Замоскворечье и его памятники 2. История Замоскворечья 2.1. История района в толках 2.2. История заселения местности с XIV по XIX вв.	Прием описания и рассказа. Наглядное пособие: схема центра города – показать Замоскворечье Логический переход: от ремесленных слобод – к купеческому Р-ну, «стране», открытой А.Н.Островским	Место встречи с группой – у ст. м.Третьяковская
М. Ордынка	Напротив ворот д. № 9 по ул. М.Ордынке; во дворе дома	Дом № 9 по М.Ордынке -музей А.Н.Островского; памятник драматургу	5 мин	3. А.Н. Островский - «Колумб Замоскворечья» 3.1. Москва в жизни драматурга 3.2. Быт и нравы Замоскворечья в творчестве А.Н.Островского. Дом-музей А.Н. Островского. Краткая справка по экспозиции и деятельности	Наглядное пособие: портрет драматурга Прием цитирования и литературного монтажа («Записки Замоскворецкого жителя» А.Н.Островского)	
По М. Ордынке в обратном направлении	Напротив д. № 6 по М. Ордынке	Церковь святителя Николая в Пьяках	5 мин.	4. Храмы Замоскворечья 4.1. Церковь святителя Николая в Пьяках – типичный московский храм XVII в.	Логический переход: от несохранившейся церкви Покрова в Голиках, в приходе которой родился А.Н. Островский и где служил его дед, – к сохранившейся ц. свт. Николая в Пьяках	

<i>Маршрут</i>	<i>Остановки</i>	<i>Объекты показа</i>	<i>Время</i>	<i>Темы и подтемы</i>	<i>Методические указания</i>	<i>Организационные указания</i>
Голицынский переулок	Голицынский пер., напротив дома № 9	Дом №№ 5; 7; 9-11; 13	10 мин.	5. Московский жилой дом в XIX – нач. XX в.в. Концепция, архитектура, технология. 5.1. Ампирный особняк 5.2. Доходный дом 5.3. Дом в стиле модерн 5.4. Советская архитектура 1920-30-х гг.	Прием зрительного сравнения, прием контраста	Проход с М. Ордынки двором за д. № 7 в Голицынский
Климентовский переулок	Напротив дома № 7 по Климентовскому пер.	Церковь Климента Папы Римского (д. № 7)	5 мин.	6. Архитектура барокко 6.1. Архитектура и история церкви Св. Климента	Прием описания, показ от общего к частному; прием абстрагирования элементов для выделения основных признаков стиля барокко; прием показа в движении	Группа обходит храм по часовой стрелке со двора на улицу Поворот направо на Питицкую ул.
Пятицкая ул.	Около д. № 12 по ул. Пятицкой	Дом № 12 - филиал Государственного музея Л.Н. Толстого	10 мин.	7. Москва в жизни и творчестве Л.Н. Толстого 7.1. Толстовские адреса Москвы и Замоскворечья 7.2. Москва в произведениях Л.Н. Толстого 7.3. Филиал музея Л.Н. Толстого	Прием цитирования (начальные строки повести «Казаки»)	Поставить группу у ворот музея или за воротами, если музей открыт
Черниговский переулок	Около дома № 2/4 по Черниговскому пер	Церковь Иоанна Предтечи (д. 4/2); Церковь Черниговских чудотворцев (д. 3);	5 мин.	8. Архитектура московского храма допетровской и послепетровской эпохи	Прием зрительного сравнения двух храмов и колокольни ц. Иоанна Предтечи	Группу двором за ц. Иоанна вывести на Б. Ордынку

Черниговский пер.	Напротив доходного дома К. Дулина (№ 9). Затем Около ворот Фонда славянской письменности и культуры	Дом № 9 и № 13/9 стр. 2; 3. Духовный дом арх. К. Дулина. Палаты XVII в. Здание Международного Фонда славянской письменности и культуры (быв. гимназия В.Д. Косицына)	5 мин.	9. Черниговский переулок как характерный угол старейшей Москвы: смешение и сочетание различных архитектурных стилей, эпох, типов зданий и сооружений	Приемы описания, анализа, справки	
Черниговский переулок	Около ворот быв. гимназии	Дом № 13/9 стр. 2 и 3. Памятник Вяч. Клыкову, Музей Игоря Талькова	5 мин.	10. Москва мемориальная. 10.1. Вячеслав Клыков и Игорь Тальков. Музей Талькова и Международный фонд славянской письменности и культуры. Клыков – скульптор и общественный деятель		Выход на Большую Ордынку через Черниговский переулок
Большая Ордынка	Во дворе дома № 17 по Б. Ордынке	Дом № 17, памятный знак Анне Ахматовой	5 мин.	11. Москва литературная. 11.1. Ф. М. Достоевский в доме Куманиных. 11.2. Квартира Ардовых как литературно-театральное «гнездо» советской Москвы. 11.3. Анна Ахматова в Москве. История создания памятного знака ск. В. А. Суровцевым	Приемы рассказа, цитирования. Прием локализации (подворотня и окна квартиры Ардовых). Мемуары прот Михаила Ардова и Алексея Баталова. Логический переход через образ Бориса Пастернака – путь в Лаврушинский пер.	Через 3-й Калашевский пер. во двор дома № 17 по Лаврушинскому переулку

Лаврушинский пер.	Во дворе дома № 17 по Лаврушинскому	Писательский кооператив в Лаврушинском	10 мин	12. Москва литературная. Дом писателей в Лаврушинском – свидетель литературной жизни Москвы XX в. Б. Пастернак, М. Пришвин, И. Эренбург, А. Макаренко, Вс. Вишневский К. Федин, И. Ильф, Ю. Олеся А. Барто...	Прием цитирования. Возможно чтение стихотворения Б.Пастернака «Гро-туар под небоскре-бом...» (1941 г.) или отрывка из воспоминаний А. Вознесенского о посещении Б. Пастернака в 1946 г или фрагмента из воспоми- наний З. Маслениковой. Портреты литераторов	Выход к Третьяковской галерее через арку дома № 17.
Лаврушинский пер.	Напротив входа в ГТГ	Государствен-ная Третьяков-ская галерея; памятник П.М. Третьякову	5 мин.	13. П.М. и С.М. Третьяковы коллекционеры и меценаты Гос. Третьяковская галерея – крупнейший музей русского искусства.	При рассказе о Галерее перечислить знакомые слушателям работы рус-ских мастеров, находя- щиеся в ГТГ	Выход в Большой Тол-мачевский пер.
Большой Толмачевский пер.	У памятника Ивану Шмелеву	Памятник Ивану Шмелеву	5 мин.	14. Москва литературная. Иван Шмелев, Москва в его творчестве.	Цитировать из повести «Лето Господне»	
Большой Толмачевский пер.	У ворот дома № 3	Быв. усадьба Демидовых-Соллогуб. Ажурная огра-да, ворота	10 мин.	15. Русские промышлен-ники и чугунное литье в России 15.1. Заводчики Деми-довы. 15.2. Художественная ков-ка и литье 15.3. Педагогическая библиотека им. К. Д. Ушинского	Историческая справка о Демидовых. Справка о литературных вечерах у М. Ф. Соллогуб	

Ордынский тулик. Во двор д. № 20 по Б. Ордынке	Б. Ордынка Во дворе церкви (д. 20)	Церковь Иконы «Всех Скорбящих Радость»	10 мин	16. Московский класси- цизм 16.1. Творчество В.И.Баженова 16.2. Творчество О.И.Бове и восстановление Москвы после 1812 г. 16.3. История и архитек- тура церкви	Перечислить осн. работы зодчих – возможно из- вестные экскурсантам объекты в Москве	Группа стоит во дворе церкви
Большая Ордынка	У ворот, за- тем во дворе дома № 34 строение 2 по Б. Ордынке	Ворота Марфой- Маринской обители; Церковь По- крова; Церковь Мар- фы и Марии, Памятник вел. княгине Елизавете Фе- доровне	10 мин	17. Московская благово- рительность 17.1. Житие преподо- бномученицы Елисаветы Федоровны 17.2. История Марфо- Маринской обители сестер милосердия 17.3. Архитектура и ро- списи церкви Покрова и ворот обители 17.4. Прославление примч. Елисаветы и Вар- вары и память о них в нынешней Москве	Возможно чтение сти- хотворения К.Р. «Я на тебя гляжу, любящего еже- часно», посвященного вел. княгине Елизавете Федоровне	Проведение экскурсии на территории обители осуществляется местны- ми экскурсоводами, не- обходимо заказать экс- курсию по территории и покоем вел. княгини
Б. Ордынка	На улице, ок. д. д. №№ 32-34		1 мин	18. Заключение. Сохра- нение памятников исто- рии культуры – вопрос нравственного здоровья народа		

НОЧУ ДПО ЦЕНТР ПОДГОТОВКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КАДРОВ (ТУРЦЕНТР)

*член Российской Ассоциации негосударственных
образовательных учреждений*

Старейшее в Москве учебное заведение по профессиональной подготовке экскурсоводов, турменеджеров и сопровождающих тургрупп, хорошо известное в профессиональных кругах как «Центр на Киевской, 22» – обладает почти полувековым опытом, наследуя Институту повышения квалификации туристско-экскурсионных кадров при ВЦСПС.

Центр ведет работу круглый год, формируя учебные группы для обучения в дневное, вечернее время и в выходные дни – по выбору обучающихся. Успешно окончившие курс получают

Диплом о профессиональной переподготовке установленного образца

**МОСКВА, ул. КИЕВСКАЯ, 22
(м. Студенческая)**

Телефоны:

8-499-249-41-86

8-925-227-37-58

Сайт <http://www.kievskaya22.ru>

E-mail: tturcentr@mail.ru

Святославский Алексей Владимирович

**ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА
ЭКСКУРСОВОДА**

*Учебное пособие
по экскурсионной теории и практике*

Оформление и макет:
С. С. Ермолаев

Формат 60х84/16.
Бумага офсетная. 11.5 печ. л.
Тираж 500 экз.