

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет гуманитарный
Кафедра менеджмента и коммуникаций

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Мотульский Р. С.

23.10.2025 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Иноземцева И. Е.

23.10.2025 г.

ДИСКУРСНЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТЕКСТА

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности*

*6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации
(английский язык и второй иностранный язык)*

Составитель

Ширяева Н. Н., старший преподаватель кафедры менеджмента и коммуникаций
Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени
А. М. Широкова»

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета гуманитарного факультета
протокол № 3 от 30.10.2025 г.

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра немецкого и романских языков учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 30.10.2025 г.);

Бартенева И. И., доцент кафедры немецкого и романских языков учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат филологических наук, доцент.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой менеджмента и коммуникаций
(протокол № 3 от 30.10.2025 г.)

Д48 Ширяева, Н. Н. Дискурсные методы создания экскурсионного текста : учеб.-метод. комплекс для обучающихся специальности 6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (английский язык и второй иностранный язык) [Электронный ресурс] / Сост. Н. Н. Ширяева. – Электрон. дан. (0,7 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2026. – 81 с.

Систем. требования (миним.): процессор с частотой 1 ГГц, 1 ГБ оперативной памяти, 1 ГБ свободного места на жестком диске ; персональный компьютер под управлением ОС Microsoft® Windows® 7 и выше ; macOS® Leopard® и выше или мобильное устройство под управлением Android® 4.x и выше ; iOS® 9.x и выше ; Adobe Reader для соотв. ОС (или аналогичное приложение для чтения PDF-файлов).

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста».

Для студентов вузов.

Введение

Разработка и внедрение электронного учебно-методического комплекса (ЭУМК) в процесс обучения способствует раскрытию творческого потенциала студентов, помогает решать такие актуальные проблемы, как профессиональная направленность всего учебного процесса, ориентация на активную самостоятельную работу студентов и их саморазвития.

Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Дискурсивные методы создания экскурсионного текста» предназначен для организации процесса обучения на гуманитарном факультете, готовящего специалистов по межкультурной коммуникации по специальности 6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (английский язык и второй иностранный язык).

Цель создания комплекса – сформировать у студентов знания, умения и навыки в области теории и практики создания экскурсионного текста и создать условия для овладения профессиональными компетенциями.

Актуальность ЭУМК обусловлена его профессиональной направленностью.

Ценность комплекса заключается в оригинальности составления, простоте изложения и концентрированности материала.

Целью изучения учебной дисциплины «Дискурсивные методы создания экскурсионного текста» является формирование у студентов представлений об основах теории дискурса, условиях эффективной коммуникации, специфике экскурсионной деятельности, а также овладение речевыми тактиками убеждения и побуждения, навыками актуализации фоновых знаний экскурсантов.

Основные задачи комплекса:

- дать определения понятия «дискурс»;
- обеспечить понимание различий между письменным и устным дискурсом;
- охарактеризовать уровни структуры дискурса;
- проанализировать принципы комфортного общения;
- объяснить значение внеречевых компонентов коммуникации;
- показать возможности применения интерактивных методов при проведении обзорных и тематических экскурсий;

– развивать навыки адекватного выбора лексических средств в зависимости от состава целевой аудитории, ведения диалога, удовлетворения потребности слушателей в эмоциональном сопереживании;

– выработать первичные навыки публичного представления экскурсионного текста.

Изучение учебной дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» направлено на формирование следующей компетенции – разрабатывать экскурсии различной тематики.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

· **знать:**

- сущность экскурсии и ее функции;
- признаки экскурсии, ее классификационные типы;
- последовательность этапов проектирования экскурсии;

· **уметь:**

- работать с различными источниками экскурсионной информации;
- составлять маршруты, тексты и методические разработки экскурсий;
- применять разнообразные методические приемы ведения экскурсий;

· **иметь навыки:**

- установления контакта с экскурсантами как партнерами по общению;
- преодоления кризиса внимания и стимулирования интереса.

Теоретический и практический разделы ЭУМК позволят ознакомиться с материалами для: теоретического изучения учебной дисциплины; проведения практических занятий; подготовки к дифференцированному зачету.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Дискурс – это совокупность аналитических методов интерпретации различного рода текстов или высказываний как продуктов речевой деятельности людей, осуществляемой в конкретных общественно-политических обстоятельствах и культурно-исторических условиях. Тематическую, предметную и методическую специфику таких исследований призвано подчеркнуть само понятие дискурса, под которым понимается социально обусловленная и культурно закреплённая система рационально организованных правил словоупотребления и взаимоотношения отдельных высказываний в структуре речевой деятельности.

Дискурс-анализ как самостоятельная отрасль научного знания зародился в 1960-е годы во Франции в результате соединения лингвистики, критической социологии и психоанализа в рамках общих тенденций развития структуралистской идеологии. В работах основоположников этого направления Э. Бенвениста, Л. Альтюссера, Р. Якобсона, Р. Барта, Ж. Лакана и других продолжалось предложенное Ф. де Соссюром разделение языка и речи при попытке соединения их с теорией речевых актов, лингвистикой устной речи, когнитивной прагматикой текста и т.д. Формально «дискурс-анализ» – это перенос во французский контекст термина «discourse analysis», обозначавшего метод, применённый американским лингвистом З. Харрисом для распространения дистрибутивного подхода на изучение сверхфразовых языковых единиц. В дальнейшем дискурс-анализ стремился создать такую технику интерпретации, которая выявляла бы социокультурные (идеологические, политические, религиозные и прочие) предпосылки организации речевой деятельности, присутствующие в текстах различных высказываний.

Высказывания являются результатом деятельности коммуникантов (говорящих и пишущих) в конкретной общественной ситуации; отношения субъектов речи обычно отображают различные типы социальных отношений (зависимостей и взаимозависимостей); средства коммуникации на любом уровне их функционирования социально обусловлены, поэтому соотнесённость содер-

жения и формы высказываний не произвольна, но всегда мотивирована речевой ситуацией.

В результате большинство исследователей все чаще обращается к понятию дискурса, определяемого как цельный и связный текст, актуализация которого детерминирована различными социокультурными факторами. При этом для исследования контекста социальной коммуникации важно, что в дискурсе не только отражены языковые формы высказываний, но и содержится оценочная информация, личностные и социальные характеристики коммуникантов, их «фоновые» знания, имплицитно коммуникативные намерения и определяется социокультурная ситуация. При этом дискурс-анализ ориентирован, прежде всего, на изучение лингвистического уровня в структуре социальной коммуникации как доминирующего на протяжении всего исторического развития общества и культуры. И хотя на современном этапе он все более активно замещается паралингвистическим и особенно синтетическим уровнями коммуникации, опирающимися на невербальные средства передачи информации, его роль все еще достаточно велика и значима для всех типов социального взаимодействия.

Дискурс-анализ позволяет выделить не только существенные характеристики социальной коммуникации, но и второстепенные, содержательные и формальные показатели. В этом неоспоримое преимущество данного подхода, поэтому методы моделирования дискурса, обоснование его компонентов и изучение его структуры как целостной коммуникационной единицы активно используются различными исследователями. Например, М. Холлидей создает модель дискурса, в которой взаимодействуют три структурных компонента: смысловое (тематическое) поле, тональность (регистр) и способы реализации дискурса. Эти компоненты получают формальное выражение в речи и могут служить объективным основанием для выделения содержательных особенностей коммуникации, которые обусловлены социальным контекстом на фоне властных отношений адресата и адресанта.

Анализ дискурса как целостной, социально обусловленной единицы коммуникации, а также понимание взаимосвязи различных типов дискурсов выявляет перспективу создания общей теории социальной коммуникации. Но ей, очевидно, должна предшествовать разработка ситуационных моделей, отражающих степень воздействия социокультурных факторов на процесс коммуникации. В различных традициях предпринимаются попытки смоделировать множество теоретических и практических аспектов функционирования дискурса в процессах социальной коммуникации. И тогда главная проблема заключается не в том, как разработать наиболее точную, объективную и исчерпывающую методику исследований в рамках дискурс-анализа, но как согласовать между собой множество разработок. Основные подходы в рамках коммуникационного моделирования дискурса связаны главным образом с обобщенным представлением о структуре его концептуальной организации. Она рассматривается в качестве механизма организации наших знаний об окружающем мире, их упорядочения и систематизации, регулирования нашего поведения в определенных ситуациях, создания социальной ориентации участников коммуникации, функционирования основных компонентов дискурса в адекватной интерпретации информации и поведении людей. Здесь познавательный аспект дискурсивных практик смыкается с прагматическим аспектом, где важную роль играют социальные условия взаимодействия коммуникантов.

ДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Дискурс как языковая единица характеризуется универсальными и специфическими чертами. Главными универсальными чертами дискурса являются его *целостность* и *связность*. Целостность дискурса проявляется в непрерывной смысловой связанности его компонентов и складывается из некоторых содержательно-структурных компонентов, опознаваемых в результате восприятия дискурсивного события как комплекса. Связность дискурса проявляется в дискурсивной континуальности и обуславливается специфическими закономерностями, правилами, которые лежат в основе формирования комплексных комму-

никативных единиц языка. Она может рассматриваться с точки зрения его оформления:

- интонационно-ритмического;
- логического;
- семантического;
- формально-грамматического.

Целостность дискурса непосредственно связана с его информативностью, поскольку обмен информацией является одним из неперенных условий осуществления коммуникативного акта. В случае непоступления от собеседника ожидаемой информации, информативным становится само поведение партнера по речевой коммуникации. Речевое взаимодействие всегда ориентировано на передачу или получение информации. Следует констатировать, что критерии информативности недостаточно четко обозначены, что связано с вопросами дефиниции данного понятия, измерения уровня информативности, определения типичных форм представления информации в дискурсе, разграничения «старого» и «нового», степени восприятия информации.

В диалогическом дискурсе отражены также такие особенности коммуникации, как наличие двух или более партнеров и деятельностный характер, нашедшие воплощение в интересубъективности и интенциональности. Адресатом дискурса может быть языковая личность с любой коммуникативной ролью (слушающий, посторонний слушающий, подслушивающий и т.п.), на которого автором дискурса ориентировано речевое воздействие.

Дискурс процессуален. Признаки процессуальности и интересубъективности отражены в определении речедеятельности. Коммуникация представляет собой процесс взаимной координации деятельности через вербальные и невербальные семиотические системы. Коммуникативное событие является процессом, но может быть дискретизировано, сегментировано, расчленено на единицы. В то же время пространство дискурса, являясь точкой в беспредельном континууме речевой деятельности, само по себе предельно и внутренне делимо. Оно состоит из единиц речевой деятельности различного коммуникативного

статуса, речемыслительных сил с различными векторами и направленности на адресата/адресатов дискурса. Применительно к некоторым видам дискурса можно говорить о категории авторитетности. Категория авторитетности признана одной из важнейших составляющих коммуникативного процесса. Авторитетность в данном случае проявляет себя в использовании пословиц, крылатых выражений, цитат, ссылок на мнение известных личностей. Авторитетность исходит, как правило, из экстралингвистической среды, ее привносят в экскурсионный текст пословицы и крылатые выражения, мнения известных людей, то, что называется качественным усилением воздействия. В языковом плане данная категория выражается, преимущественно, в дискурсных маркерах (типа вводных фраз, ссылок, вставных текстов, цитат и т.п.).

Таким образом, дискурсу присущи универсальные и индивидуальные черты. К первым относятся: цельность и связность, информативность.

ТЕКСТ КАК ЕДИНИЦА ДИСКУРСА

Современные когнитивно-дискурсивные исследования показывают, что текст является единицей дискурса. Текст всегда стоит в центре коммуникативного акта. Текст определяется как язык выше уровня предложения или словосочетания, и предметом лингвистики текста являются языковые средства построения дискурса (текста). Особое внимание уделяется одной из самых важных характеристик текста – его структурности. Форма и содержание текста неразделимы. Текст представляет собой основную единицу коммуникации, обладающую цельностью и структурированностью. Но текст не только средство коммуникации, он представляет собой сложный феномен, выполняющий самые разнообразные функции: это – продукт определенной исторической эпохи, способ хранения и передачи информации, форма существования культуры, отражение определенных социокультурных традиций и т.п. Текст есть единица дискурса, в котором проявляется языковое сознание и языковая личность как таковая.

Рассматривая различные трактовки дискурса, отношение текста и дискурса, одни лингвисты приходят к выводу, что данные понятия являются двумя

«ипостасями» одного явления – речемыслительного произведения, под которым понимается образованный по законам конкретного языка продукт речи, обладающей формальной организацией, культурно-исторической спецификой и соотнесенный с процессами творения его автором и восприятия читателем или слушателем. По их мнению, текст является речемыслительным произведением, рассматриваемым в ракурсе его формальной организации, и отражает способ формального существования. Дискурс – речемыслительное произведение, рассматриваемое в ракурсе процесса его творения автором и восприятия читателем, то есть он отражает процессуальную форму бытия и особенности речемыслительного произведения. Другие же рассматривают дискурс не только как само произведение, но и деятельность (взятая в совокупности процесса и результата), в процессе которой речемыслительный продукт и порождается. При таком понимании, с точки зрения результата, дискурс представляется как совокупность текстов, порожденных в процессе коммуникации, а при подходе к дискурсу как процессу, дискурс представляет собой вербализуемую речемыслительную деятельность. Отсюда вытекает, что под дискурсом понимается, во-первых, конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве и, во-вторых, совокупность тематически соотнесенных текстов.

Д и с к у р с – сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста. Все эти обстоятельства всплывают и при восприятии дискурса, в связи с чем в модель понимания дискурса естественно вписывается модель его когнитивной обработки. В дискурсе отражается сложная иерархия различных знаний, необходимая как при его порождении, так и при его восприятии. И в тех, и в других процессах наблюдаются особые

стратегии отбора наиболее значимой информации, важной в данном контексте и для данных коммуникантов.

Таким образом, дискурс понимается как сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и акт его восприятия. Дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами, взятый в событийном аспекте, это речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие.

С точки зрения структуры, дискурс имеет два плана – собственно-лингвистический и лингвокогнитивный, т.е. это двустороннее образование, имеющее план выражения и план содержания. Первый связан с языком и проявляется в совокупности порожденных текстов (дискурс как результат). План выражения дискурса – связная последовательность языковых единиц, созданная в определенное время в определенном месте с определенной целью. Второй связан с языковым сознанием, обуславливает выбор языковых средств, влияет на порождение (и восприятие) текстов. Исходной структурой дискурса служат последовательно выстроенные предложения, связанные между собой логическими отношениями. Элементами дискурса являются события, их участники, перформативная информация и в то же время не-события: обстоятельства, сопровождающие события, фоновая информация, оценка события, информация, соотносящая дискурс с событием.

Таким образом, текст выступает как единица дискурса. В рамках каждого национального дискурса можно выделить разные типы дискурса, например, дискурс художественный, поэтический, эстетический, фольклорный, научный, педагогический, юридический, политический и другие.

Аргументативный дискурс

А р г у м е н т а т и в н а я, или убеждающая, коммуникация характеризуется оказанием влияния на собеседника. Его цель – изменить, трансформировать, модифицировать «картину мира» коммуниканта, которая является лишь частью объективной картины ситуации и представляет собой знания, убежде-

ния, веру, эмоциональное и интеллектуальное состояние коммуниканта. Выбор средств речевого воздействия определяется в определенной степени характеристиками коммуникативного акта. Аргументация осуществляется на основе аргументативных схем или типов рассуждений. Наиболее частотные из них – рассуждения: на основе источников, на основе примеров, на основе стандартов, на основе причины, вербальной классификации, на основе практического опыта, на основе признака, на основе обязательств. В соответствии с двумя основными формами воздействующей речи выделяют два типа аргументов: рациональные и эмоциональные.

Р а ц и о н а л ь н ы е (логические) аргументы включают факты, статистику, определения.

Э м о ц и о н а л ь н ы е (психологические) аргументы составляют основу построения убеждающей речи. Кроме психологических в риторической аргументации используются такие доводы, как: иллюстративный, образный, ссылка на авторитет, оценочные аргументы.

Информационный дискурс

Направленность коммуникативных действий в разговоре позволяет выделить наряду с аргументативным информационный тип дискурса. **И н ф о р м а ц и о н н ы й** дискурс передает информацию или содержание. Под информацией в самом общем смысле можно понимать сообщение. Этимологически информация обозначает некоторые сведения, совокупность каких-либо данных, знаний и т.п. Распространенными примерами информационного дискурса в обыденной жизни являются выступления для аудитории, передача новостей по телевидению или радио. Массово-информационный дискурс – это подготовленное, отредактированное, подлежащее цензуре и режиссуре общение, рассчитанное на зрелищный эффект. Типы и виды его составляющих различны. Виртуальная среда может быть типизирована по локально-пространственным признакам, которые могут представлять реальные места и реальные лица, реально существующие учреждения. Второй тип виртуального общения – собственно

коммуникативный в режиме реального времени, общение с невидимыми или видимыми собеседниками. Третий тип виртуального общения – общение с миром посредством электронных средств масс-медиа. Любой обмен информацией как коммуникативный процесс представляет собой систему, включающую в себя три известных компонента: 1) источник информации, 2) сообщение, фиксирующее информацию, и 3) получателя (потребителя, адресата) информации. Коммуникативное взаимодействие подразумевает двусторонний поток информации.

Таким образом, в информационном дискурсе в основном доминируют высказывания – утверждения. Для информационного дискурса важным является передача какого-либо содержания, информации. Большую роль в повышении информативности дискурса играют экстралингвистические, фоновые знания, контекст. Активную роль в организации информационного дискурса играют вопросительные высказывания.

Экспрессивный дискурс

Экспрессивным мы называем дискурс, целью которого является: создать представление о предмете общения, дать ему положительную или негативную оценку, сформировать в сознании слушающего адекватные представления о предмете общения. Термины экспрессивность, экспрессия обозначают ‘выразительность, силу проявления чувств и мыслей’; ‘пристойное поведение, оказывающее на окружающих большое впечатление’. Функция экспрессивной коммуникации – выражение и передача чувств, оценок, взглядов, установок коммуникантов. Экспрессивная коммуникация характеризуется передачей чувств, оценок, взглядов, установок, участвующих в общении. Следует отметить, что экспрессивный дискурс редко выступает в самостоятельном виде. Экспрессивный дискурс формируется высказываниями восхищения, удивления, робости, возмущения, разочарования, страха и т.п. Структура экспрессивного дискурса характеризуется наличием высказываний утверждающего, оценочного, призывного характера.

Текст – завершённое и записанное вербальное сообщение. Одним из важнейших свойств текста является его прагматическая ориентация. Это позволяет признать, что текст всегда должен рассматриваться как итог речемыслительной деятельности его создателя, воплощающего особый замысел в его направленности на определённого слушателя. Текст всегда создается для реализации какого-либо замысла, информация вводится в текст и фиксируется в нем не сама по себе, а для чего-то, для достижения определенной цели, и с точки зрения отправителя она всегда существенна, релевантна, должна изменить поведение воспринимающего и в известном смысле рассчитана на определенный эффект и воздействие на адресата.

Текст – это структурированное образование, характеризующееся такой базовой чертой как связность. Тексты обладают четко выраженными пределами: началом, концом и тем, что помещается между ними. Важными характеристиками текста являются его отдельность, выделенность, формальная и семантическая самодостаточность, тематическая определенность и завершенность. Нет и не может быть таких текстов, которые не фиксировали бы какой-либо фрагмент человеческого опыта и его осмысления. Это делает текст возможным объектом концептуального и когнитивного анализа, т.е. позволяет установить, с каким видением мира мы столкнулись в данном тексте, что и по какой причине привлекло внимание человека, какие именно фрагменты знания и оценок в нем закреплены и т.д. Но нет таких текстов, которые не явились бы также конечным итогом дискурсивной, т.е. социально ориентированной и социально обусловленной коммуникативной деятельности. Каким бы анонимным ни казался текст, у него есть автор или авторы, а значит, текст отражает их речемыслительный акт. Из сказанного следует, между прочим, что, хотя понятия текста и дискурса и следует различать, они отнюдь не противопоставлены друг другу, т.е. не являются взаимоисключающими.

Понятия дискурса и текста связаны причинно-следственной связью: текст создается в дискурсе и является его детищем. Различен, однако, ракурс их рассмотрения, ибо дискурс, являясь деятельностью, погруженной в жизнь, требует

при подходе к нему обязательного учета всех социальных параметров происходящего, всех прагматических факторов его осуществления. Нельзя изучать дискурсивную деятельность вне культурологических и социально-исторических данных. Но текст можно анализировать и изучать как завершенное языковое произведение. Текст изучается именно в своей завершенной форме, т.е. как нечто конечное. Это и отличает его от дискурса, изучение которого как бы естественно следует процессу его возникновения. Текст же в сложившемся окончательно виде создает особую материальную протяженность, последовательность связанных между собой предложений и сверхфразовых единиц. Текст, содержащий информацию, рассчитан на понимание, а значит, на извлечение этой информации. С этой точки зрения текст должен быть рассмотрен как такое произведение, которое по своей организации, по всем использованным в нем языковым средствам (и т.п.) должен обеспечить у адресата формирование его ментальной модели. В этом смысле он должен также обеспечить адресату выход за пределы непосредственно данного в самом тексте и послужить источником дальнейших возможных интерпретаций текста. Текст как правильно организованная форма коммуникации, как сообщение, уже содержит в себе самом некие единицы, средства, сигналы и т.п., достаточные и необходимые для построения на его основе правильной и осмысленной модели. Наша способность строить резюме текста – это доказательство не только того, что в тексте главное – его содержание, информация, структура, но и явное свидетельство того, что процесс извлечения знаний – процесс, требующий особых приемов обработки языкового материала в тексте. В этом процессе оказываются задействованными и знание языка, и знание мира, и, наконец, знание в принятых в языке соотношениях языковых структур. Отсюда следует, что текст – это то, из чего люди, обладающие некими усредненными сведениями о языке и о мире, делают достаточно разумные умозаключения. Текст существует как источник излучения, как источник возбуждения в нашем сознании многочисленных ассоциаций. Текст в силу этого свойства показателен именно в том, что из него можно выве-

сти, заключить, извлечь. Текст побуждает нас к творческому процессу его понимания, его восприятия, его интерпретации, его додумывания.

СВЯЗНОСТЬ И ЦЕЛОСТНОСТЬ ТЕКСТА

Текст – это информационное и структурное единство. Задача составителя текста – выявить виды связей в тексте и определить правила передачи информации. С позиции говорящего целостность конкретизируется в понятии замысла (мотива, интенции), который существует до готового текста и затем воплощается в нем, претерпевая изменения в процессе этого воплощения. В готовом тексте замысел трансформируется в тему и идею текста. Целостность текста заключается в единстве темы – микротем, макротем и глобальной темы текста. Целостность текста реализуется через его интеграцию, модальность и завершенность.

И н т е г р а ц и я – это состояние связанности частей в единое целое и процесс, обеспечивающий эту связанность. Интеграция задается самой системой текста и возникает в нем по мере развертывания информации и является залогом последовательного осмысления информации текста.

Средствами реализации интеграции являются специальные обороты, а также система ключевых слов текста. Ключевые слова, становясь доминантными обозначениями, организуют вокруг себя единый смысловой контекст, вовлекая в него другие слова, ситуативно связанные со словом-понятием, избранным в качестве ключевого.

Целостность текста также проявляется в его завершенности, что обеспечивается корреляцией названия текста и развертыванием информации в тексте: завершенность текста – функция замысла, положенного в основу произведения и развертываемого в ряде сообщений, описаний, размышлений, повествований и других форм коммуникативного процесса. Когда, по мнению автора, желаемый результат достигнут самым поступательным движением темы, ее развертыванием – текст завершен. Понятие завершенности приложимо только к цело-

му тексту. Целостность текста проявляется также и в авторской модальности. Модальность присуща любому тексту, а не только художественному.

Таким образом, текст обладает двумя конструктивными признаками – связностью и целостностью. При этом оба эти признака неразрывны и находятся в отношениях взаимного пересечения и отталкивания. Именно процесс осмысления целостности через связность и обнаружения связности при условии знания целостности текста и обеспечивает единство текстовой конструкции.

Итак, основными признаками текста мы считаем:

- цельность;
- связность;
- членимость;
- тематичность;
- логичность;
- локальность;
- темпоральность;
- оценочность;
- композиция.

Все остальные признаки – концептуальные, т.е. составляющие текст.

Тема, как и авторский замысел – существенные и необходимые признаки всякого текста. Это экстралингвистический фактор, который входит в ядро текста и определяет его структуру.

Т е м а – предмет речи, который выступает субъектом тезиса текста, это сфера действительности, общая проблема, в рамках которой создан текст. Тему можно определить, ответив на вопрос, о чем говорится в тексте. Она с помощью двух-трех назывных предложений и выражается в тематических группах, которые составляют тематическое поле тематического единства.

Основной тезис (главная мысль) – точка зрения автора по данной теме, предмет содержания и его основной признак. Чтобы сформулировать тезис надо ответить на два вопроса: о чём говорится в тексте и что говорится об этом предмете.

Тезис бывает высказан непосредственно в текстах с ярко выраженной воздействующей функцией. Иногда он может быть «растворен» в тексте и реконструируется путем сжатия текста. Часто один текст содержит несколько тезисов, которые располагаются последовательно, логично выстраивая содержание. Ключевые слова – базовые слова и фразы, которые несут главную смысловую нагрузку, отражают логику изложения, повторяются в тексте.

Л о г и ч н о с т ь – общий смысл текста выясняется постоянно на основе наполнения и анализа информации его минимальных смысловых частей микро-текстов, т.е. сам текст – это отражение процесса формирования смысла. Информационная роль фрагмента зависит от самого состава и последовательности расположения. Логичность не имеет специальных языковых средств выражения.

Т о н а л ь н о с т ь т е к с т а , или эмоционально-экспрессивное содержание, – это текстовая категория, в которой отражается психологическая установка автора. Поле тональности содержит в себе психологическое самораскрытие автора, которое обладает эффектом усиленного воздействия на адресата текста.

О ц е н о ч н о с т ь отграничивается от эмоционально-экспрессивного содержания – это связано только с различной (интеллектуальной) оценкой. Оценка отражает авторское представление о положительном или отрицательном содержании явления и отношении к адресату речи на основе логической дихотомии «хорошо – плохо».

Т е м п о р а л ь н о с т ь т е к с т а (текстовое время). Текст как отражение определяет фрагмент действительности:

- объективное время – это относительно адекватное отражение времени реального (исторического, календарного);
- концептуальное время «отражение идеальных сущностей, которые введены на базе» анализа реальности концептов и концепций.

Различие этих времен заключается в точке отсчета – это некое условное «теперь», «сейчас», от которых можно оттолкнуться и выстраивать временную

перспективу текста. Средства языка – это слова и словосочетания, передающие значение времени.

Композиция текста представляет собой единство внутренней структуры содержания, внешнего его деления на части и сами эти части (их совокупность).

Структурная целостность текста выражается в наличии структурно-смысловых частей: вступления (введение, зачин, экспозиция), основной части и концовки.

Заголовок отражает тему или основную мысль. Вступление конкретизирует ее и задает пространственно-временную развертку смысловых блоков основной части. Основная часть, которая состоит из нескольких смысловых частей, содержит развитие темы, определяет подтемы, детали, аргументы. Заключение – свертывание информации целого текста, концовка завершает текст.

СТРУКТУРНЫЕ УРОВНИ.

ПРИНЦИПЫ КОМФОРТНОГО ОБЩЕНИЯ

Следует иметь в виду, что значение слова «*дискурс*» многогранно. В переводе с латинского *discursus* означает «разветвление», «разрастание», «бегание взад-вперед», «круговорот», а также «беседа» или «разговор». Представители разных научных школ стремились дать определение, которое в наиболее общем виде выражало бы сущность этого явления. Однако универсальная формулировка до сих пор не выработана. В одних источниках дискурс рассматривается как «*речь, вписанная в коммуникативную ситуацию*», в других – как «*письменный или устный речевой продукт, принадлежащий какому-либо слою культуры, социальной общности или историческому периоду*», в третьих дискурсом называют «*речевую коммуникацию, ориентированную на обсуждение действий, мнений и высказываний ее участников*». Еще один смысл понятию «дискурс» придают французские структуралисты, в первую очередь **Мишель Фуко**, для которого это слово означает *индивидуальный стиль*.

Различают *устную* и *письменную* форму дискурса. Это разграничение связано с каналом передачи информации: *акустическим* при устном дискурсе и *визуальным* – при письменном. Коммуникация посредством каждого из них имеет специфические особенности. *Во-первых*, в устном дискурсе создание сообщения и его понимание происходят почти синхронно, а в письменном они разделены большим или меньшим промежутком времени. Это означает, что фиксированный текст может иметь высокий уровень сложности, так как его можно читать медленно, многократно возвращаясь к уже прочитанному. Устная речь мимолетна. Для ее понимания необходимы более простые слова и предложения, конкретные примеры, выражение личного отношения к объекту, повышенная экспрессия. *Второе* принципиальное различие связано с наличием или отсутствием непосредственного взаимодействия между коммуникантами. Зрительный контакт в устном дискурсе способствует вовлечению обоих партнеров в коммуникативную ситуацию. При письменном дискурсе, напротив, происходит отстранение адресанта и адресата от описываемой информации.

Кроме того, только в устном дискурсе собеседники используют жесты и другие невербальные средства, помогающие правильно интерпретировать сообщение. Эти различия создают дополнительные трудности в работе экскурсовода. Создавая индивидуальный текст, он организует его в соответствии с правилами построения письменного дискурса, но при проведении экскурсии адаптирует написанное, приспособляя его к акустическому каналу передачи информации.

Различают два основных *структурных уровня* устного и письменного дискурса. *Макроструктура* – это членение сообщения на крупные составляющие: эпизоды в рассказе, группы реплик в устном диалоге и т.д. Их разделяют *границы*. В устном дискурсе они обозначаются более длинными паузами. В письменном – графическим выделением (абзацы, увеличенные межстрочные интервалы, звездочки и др.). Кроме того, могут быть использованы специальные лексические средства (например, такие служебные слова или словосочетания, как «*далее рассмотрим*», «*итак*», «*теперь перейдем к следующей проблеме*»).

ме» и т.п.). Внутри элементов макроструктуры следует соблюдать тематическое, событийное, временное и пространственное *единство*.

Второй уровень дискурса – *микроструктура*, то есть членение крупных фрагментов на минимальные составляющие – *клаузы*. Ими может быть целое предложение или его часть. Клаузы объединяются в *блоки*, с помощью которых участник коммуникации выражает свои мысли. Связи между единицами дискурса (фрагментами, клаузами) получили название «*риторических отношений*». К ним относятся *последовательность, причина, условие, альтернатива, цель*. Риторические отношения можно выразить словами «*сначала*», «*затем*», «*наконец*», «*когда...*», «*поэтому*», «*в результате*»; словосочетаниями «*если..., то*» и др. Установление этих отношений обеспечивает *связность изложения*. Это является *необходимым условием успешной коммуникации*, так как бессвязный текст не может быть правильно понят.

Помимо макро- и микроструктуры дискурс имеет *суперструктуру* – стандартную схему, по которой он строится. Так, *разговорный дискурс* включает в себя ряд *этапов*:

- вступление в речевой контакт;
- выдвижение инициальной темы разговора и ее развитие;
- смена ролей в ходе коммуникативного акта;
- выход из коммуникативного акта.

Передавая партнеру информацию, участники коммуникативного события создают субъективную картину описываемых событий. По словам британского психолога и культуролога Я. Паркера, они «*воспроизводят окружающую реальность в трансформированном виде*». Это замечание справедливо и по отношению к работе экскурсовода. Он всегда представляет *свое* видение памятников природы и архитектуры, *свое* понимание исторических событий и явлений культуры.

Как и любой коммуникативный акт, дискурс предполагает наличие двух основных ролей его участников: автора (говорящего) и адресата (слушателя). В экскурсионном дискурсе эти роли могут периодически *перераспределяться*

(плохое впечатление производит экскурсия, во время которой экскурсовод все время говорит, а туристы его пассивно слушают). Смена ролей происходит в процессе обмена приветствиями, комплиментами и вопросами, а также при высказывании слушателями своего мнения, оценке работы экскурсовода и др. При этом следует соблюдать правила завершения речевого фрагмента. Так, если первой репликой коммуникации был вопрос, то второй должен стать ответ. Приветствие сопровождается приветствием, просьба принятием или отклонением, повествование требует ответа молчанием.

Экскурсионный дискурс характеризуется параметрами *связности, цельности и завершенности*. Он состоит из элементов, складывающихся в определенные образы. К ним относятся: события; их участники; обстоятельства, сопровождающие эти события; оценки главных персонажей и др.

Вступая в коммуникацию, каждый из участников преследует определенные цели. Они становятся более доступными при соблюдении *принципа кооперации*, сформулированного П. Грайсом.

Он включает несколько правил:

- говорить по существу;
- на прямой вопрос давать прямой ответ;
- не сообщать ложные или непроверенные сведения;
- предоставлять структурированную, упорядоченную информацию.

Успеху коммуникации способствует также соблюдение принципа вежливости. В своей книге «*Принципы прагматики*» Дж. Лич выразил его суть в виде следующих максим:

- 1) всегда соблюдай интересы другого;
- 2) заботься о том, чтобы твое участие в коммуникации приносило больше пользы партнеру, чем тебе;
- 3) как можно меньше хвали себя;
- 4) как можно больше выражай симпатию к другим;
- 5) стремясь к согласию, проявляй терпимость к мнению своего собеседника.

В своей практической деятельности экскурсовод должен руководствоваться и принципом сотрудничества, и принципом вежливости. Первый регулирует обмен информацией, второй – оптимизирует общение. Вместе они формируют применимые к любому дискурсу *правила прагматической компетенции*. При нарушении одним из коммуникантов принципа сотрудничества (например, сообщении заведомо ложной информации) другой, вербально или невербально, требует изменения его речевого поведения. Нарушение принципа вежливости вызывает моральное осуждение и провоцирует ответное нарушение.

Таким образом, дискурс – это коммуникативное событие, обмен репликами между говорящим и слушающим, роли которых периодически меняются. Целью дискурса является обеспечение адекватного понимания собеседника. Эффективность коммуникации зависит от степени вовлеченности ее участников.

Дискурс всегда структурирован. Так, клаузы объединяются в блоки. Из них состоят крупные фрагменты, которые komponуются по определенной схеме. Дискурсы трансформируют реальность в соответствии с опытом и установками участников процесса. Они строятся по определенным правилам и характеризуются завершенностью, цельностью и связностью.

СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ЭКСКУРСИОННОГО ДИСКУРСА

Приступая к созданию экскурсионного текста, следует уточнить содержание некоторых терминов, вспомнить принципы и правила проведения экскурсий.

Экскурсия (от лат. *excursio* – поездка) – это целенаправленное посещение и осмотр мест с природными либо социокультурными достопримечательностями под руководством квалифицированного специалиста.

Специфика экскурсии заключается в *органическом сочетании показа и рассказа*. Демонстрацию экскурсионных объектов экскурсовод сопровождает историческим или искусствоведческим анализом, пояснениями, биографическими справками и др. Он помогает правильно понять увиденное, дать оценку

событиям и персонажам, связанным с этими объектами. При этом рассказ может предварять показ или сопровождать его.

Экскурсии присущи следующие признаки:

- цель и конкретная тема;
- продолжительность от одного академического часа до целых суток;
- передвижение по заранее определенному маршруту.

Экскурсии классифицируются по составу участников, содержанию, тематике, способу передвижения, месту и форме проведения.

Так, экскурсионная группа может быть сформирована на основании определенных критериев и случайным образом. Она может включать детей-дошкольников, школьников, студентов и взрослых. Кроме того, часто встречаются смешанные группы.

В процессе подготовки контрольной работы необходимо выбрать конкретную аудиторию, смоделировать ее характеристики и написать экскурсионный текст, ориентированный на восприятие именно этой группы.

По содержанию экскурсии делятся на **обзорные** (показ разных объектов в пределах одного города) и **тематические** (отбор объектов определяется единой темой).

Для успешного выполнения полученного задания целесообразно выбрать какую-либо тематическую экскурсию, чтобы за ограниченное время максимально глубоко освоить фактический материал.

В зависимости от места проведения туристам предлагают **городские, загородные, производственные, музейные** и другие экскурсии.

По своему усмотрению можно остановиться на любом из этих вариантов. Для городской или загородной экскурсии надо выбрать один сложный и популярный объект, а музейную – ограничить осмотром не более трех залов.

По способу передвижения экскурсии подразделяются на **пешеходные, автобусные, вертолетные и комбинированные**, предполагающие сочетание использования транспортных средств с пешеходной экскурсией.

Проведению экскурсии предшествуют следующие этапы:

- выбор темы;
- определение цели;
- отбор и изучение источников;
- написание текста;
- подготовка к проведению экскурсии с конкретной группой.

В процессе подготовки экскурсовод разрабатывает новую тему. Для этого он подбирает соответствующую справочную, научную, краеведческую и художественную литературу, статьи из газет и журналов, архивные, музейные и интернет-материалы. Из них он делает необходимые выписки.

В процессе подготовительной работы выделяют 10-15 объектов, которые будут показаны туристам. Это могут быть исторические здания, природные, археологические и архитектурные памятники, оригинальные инженерные сооружения, экспозиции музеев и др.

Следующим этапом является составление маршрута экскурсии, обусловленного логической или хронологической последовательностью показа и рассказа.

Далее начинается разработка собственно экскурсионного текста. При этом необходимо соблюдать следующие правила:

- сокращение несущественной информации;
- объединение двух или более однотипных утверждений в одно;
- чередование убеждающей и экспрессивной моделей;
- тщательный отбор аргументов;
- многократное упоминание основных персонажей.

Экскурсионный дискурс должен быть **структурирован**. Обязательными элементами являются **вступление, основная часть и заключение**.

Вступление делится на организационную и информационную части. В первой – экскурсовод сообщает:

- ♦ свое имя и организацию, которую он представляет;
- ♦ тему экскурсии;
- ♦ время ее начала и окончания;

- ♦ правила поведения экскурсантов.

В информационной части экскурсовод:

- ♦ говорит о цели экскурсии;
- ♦ кратко излагает ее содержание;
- ♦ называет наиболее интересные объекты.

Во время вступления уместно сделать группе *комплимент* (комплимент – это похвала, содержащая небольшое преувеличение положительных качеств). Как правило, он вызывает положительную реакцию и создает приятную атмосферу. Конкретность комплимента позволяет почувствовать его правдивость.

Удачное начало создает атмосферу заинтересованного ожидания, поэтому дальше экскурсовод не должен разочаровывать свою аудиторию, иначе она сразу утратит интерес.

В *основной части* раскрывается тема экскурсии. Ее успех во многом зависит от логичности, правильности, точности, выразительности и уместности письменной и устной речи экскурсовода.

Логичность – коммуникативное качество, предполагающее умение последовательно, непротиворечиво, аргументировано и убедительно представлять содержание.

Правильность речи предполагает соблюдение установленных норм. Так, чтобы выразить мысли в заданной стилистической тональности, экскурсовод должен соблюдать правила лексической сочетаемости: нейтрально окрашенные слова соединять с другими нейтрально окрашенными, позитивные с позитивными, а негативные с негативными. Соединение стилистически контрастных слов уместно лишь в ироническом контексте.

Точность зависит от правильного употребления слов строго в соответствии с теми значениями, которые закреплены за ними в системе литературного языка. Экскурсанты всегда замечают ошибки и оговорки. Это отвлекает внимание, вызывает раздражение и ухудшает общее впечатление.

Так, после экскурсии по маршруту «Будслав – Глубокое – Мосар» туристы написали возмущенное письмо в редакцию газеты «Туризм и отдых». Они

отметили не только многочисленные исторические неточности, допущенные экскурсоводом, но и плохую речь. По их словам, апогеем стала фраза: *«И вот в это время, когда солнце поворачивается, люди отмечают Купалье»*. Неудачная работа одного экскурсовода может стать причиной отказа от участия всей группы в любых экскурсиях в течение длительного срока.

Сделать речь более яркой и запоминающейся помогают **синонимы**. Они позволяют избегать ненужных повторений, придавать высказыванию необходимую стилистическую окраску. Кроме того, синонимы способствуют более полной и разносторонней характеристике объекта.

Выразительность устного сообщения повышается благодаря использованию **тропов** (употреблению языковых единиц в переносном смысле). Наиболее распространенными видами тропов являются метафора, гипербола и литота. Сила и выразительность тропов заключается в их оригинальности. Выбирая тропы для экскурсионного дискурса, можно использовать произведения художественной литературы, особенно поэзию.

Особым механизмом успешной коммуникации является создание полезной избыточности. Для этого используют **повторы** разных типов.

Экскурсовод может полностью воспроизвести небольшой фрагмент своего текста; использовать парафраз на ту же тему; повторить имя, дату, название события с новым комментарием или дать отсылку к ранее прозвучавшей информации.

Основная часть экскурсионного текста всегда включает несколько подтем (это элементы макроструктуры дискурса). Между ними надо делать **логические переходы** (устанавливать риторические отношения). Они объединяют экскурсионные объекты в единое целое, придают экскурсии законченность и смягчают фрагментарность освещаемых событий. По мере развития темы интерес слушателей должен увеличиваться. Каждую последующую часть надо сделать сильнее предыдущей. Все подтемы следует завершать выводами. Статистические данные и цитаты должны сопровождаться ссылками на источники, чтобы не вызывать сомнений в их истинности.

С помощью *дополнительного иллюстративного материала* (фотографий; копий документов; репродукций картин; предметов, имеющих историческую ценность) экскурсанты получают более полное, образное и конкретное представление о людях, событиях и явлениях, описываемых экскурсоводом. Воздействуя на их зрительную память, он способствует лучшему запоминанию содержания всей экскурсии.

Для успеха экскурсии, как и любой другой коммуникации, большое значение имеет *завершающая часть*. Это объясняется тем, что слушатели лучше всего запоминают заключительные фразы.

Существуют следующие варианты завершения экскурсии:

- краткое резюме;
- комплимент слушателям (должен отличаться от комплимента, произнесенного вначале);
- шутка, поднимающая настроение;
- остроумная цитата, желательно в стихах.

Кроме того, в завершающей части экскурсовод отвечает на возникшие вопросы и дает рекомендации.

Таким образом, создавая экскурсионный текст, следует четко сформулировать тему, определить цель, изучить необходимый материал из разных источников, отобрать разумное количество экскурсионных объектов, выработать маршрут. Экскурсионный дискурс структурируется по определенной схеме. Все его части должны быть связаны логическими переходами. Достоверность информации надо проверять. Интерес слушателей повышается, когда экскурсовод приспособливает сообщение к особенностям восприятия своих слушателей и выражает личное отношение к описываемым персонажам и событиям.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ЛЯ ВОСПРИЯТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТЕКСТА

При изучении дисциплины обучающиеся приобретают навыки публичного выступления, управления вниманием и эмоциями аудитории, создания аттракции, преодоления коммуникативных барьеров.

Чтобы учебная экскурсия оказалась успешной, каждый должен:

- хорошо знать ее предмет;
- владеть логикой и искусством аргументации;
- держаться уверенно;
- эмоционально воздействовать на слушателей;
- адаптировать информацию в соответствии с образовательным, культурным и – профессиональным уровнем слушателей.

Знания, извлеченные из разных источников в процессе подготовки индивидуального текста, должны быть освоены и переработаны. Это делает речь экскурсовода более убедительной и помогает ему преодолеть неуверенность. Внутренняя убежденность усиливает эмоциональную окраску передаваемой информации. При этом она должна соответствовать специфике устной речи, уровню подготовки, установкам, настроению и физическим возможностям большей части экскурсантов. Все это будет способствовать адекватному пониманию сообщений экскурсовода, появлению интереса и желания получить как можно больше информации.

Восприятие любого сообщения зависит от опыта, знаний и личностных особенностей коммуникантов. Поэтому опытные экскурсоводы в процессе общения меняют темп речи, выбирают упрощенные или усложненные грамматические структуры, приспособляют свою лексику к речевой модели слушателей. Однако это целесообразно лишь в определенных пределах. Например, использование молодежного сленга будет неуместным в рассказе о классической музыке или литературе даже для подростковой аудитории.

Употребление многочисленных профессиональных терминов, значение которых понятно только специалисту, недопустимо в обзорных и тематических экскурсиях. Непонятные слова не выполняют информативную функцию, мешают восприятию речи и лишают ее доступности. Некоторые специальные

термины можно включать в рассказ только с популярным объяснением. Такая необходимость появляется при проведении производственных экскурсий, осмотре архитектурных памятников, посещении музеев.

Чем богаче словарный запас экскурсовода, тем свободнее, полнее и точнее он может выразить свои мысли.

В устной речи не должно быть много *цифр*. Чтобы они запомнились, их следует округлять и сравнивать. Желательно подбирать такие данные, которые удивят слушателей своей неожиданностью и необычностью.

Важнейшее правило успешной коммуникации заключается в том, что *все абстрактное следует представлять наглядно с помощью сравнений и примеров*. Они помогают пониманию, хотя и не обладают доказательной силой.

Популярности изложения сложного материала способствует включение в экскурсионный текст *аллюзий* (намеков, сделанных посредством сходнозвучащих слов, или общеизвестных фактов) и *цитат*. При этом надо учитывать интересы, предпочтения и фоновые знания туристов. Например, работая с англичанами, целесообразно цитировать афоризмы У. Шекспира, О. Уайльда и Б. Шоу; а в экскурсию на ту же тему для французов включать высказывания Наполеона Бонапарта, А. Дюма, А. Моруа и др. Выбор цитаты зависит не только от этнической принадлежности слушателей, но и от коммуникативных задач, так как цитата специалиста (полководца, инженера, архитектора) воздействует на сознание, а фрагмент из художественного произведения – на эмоции.

Речь экскурсовода должна быть *непринужденной* и *естественной*. Употреблять в ней причастия и деепричастия не рекомендуется. Как средство активизации внимания можно использовать повелительное наклонение глагола («*Представьте...*», «*Вспомните...*»). К числу экспрессивных конструкций относятся риторические вопросы.

Укреплению контакта с аудиторией способствуют создание *иллюзии экспромта*, только что родившегося у экскурсовода; включение элементов театрализации; использование приема соучастия, при котором экскурсант становится действующим лицом. Вовлеченности туристов способствуют выражения «*Вни-*

мательно рассмотрите и оцените...», «Измерьте шагами расстояние...», «Потрогайте и скажите...» и т.п.

Чтобы произвести приятное впечатление, экскурсовод должен заботиться о *благозвучии* и *гармонии* своей речи. Дополнительный эффект производит использование **аллитерации** (повторении одинаковых или сходных согласных звуков). Таким образом можно вызвать ощущение тревоги, радости, покоя.

Готовясь к выступлению, необходимо обдумать, где следует использовать более продолжительные и более короткие **паузы**. Они нужны, чтобы:

- вызвать реплику или вопрос слушателей;
- придать большую силу словам, следующим за паузой;
- подождать, пока аудитория восстановит внимание;
- отреагировать на невербальные сигналы, свидетельствующие о желании экскурсанта что-то сказать.

Несколько секунд молчания помогают собраться с мыслями, дают возможность овладеть собой, привлечь внимание.

Для неопытного экскурсовода особенно важно следить за тем, чтобы не нарушалось **правило фокуса**. В соответствии с ним надо постоянно придерживаться основной темы, не отвлекаясь на побочные. Однако часто возникают случаи, когда экскурсовод отклоняется от предмета рассказа из-за собственных случайных ассоциаций или неуместных вопросов экскурсантов. Поэтому он должен тщательно контролировать свою речь и в случае необходимости напоминать слушателям, что самые разные вопросы они смогут задать в конце экскурсии.

В процессе общения со слушателями у экскурсовода есть возможность использовать следующие **речевые тактики**:

- «**обобщение**»;
- «**приведение примера**»;
- «**апелляция к авторитету**»;
- «**контраст**» (характеристики персонажей и их действий);
- «**включение неожиданной информации**»;

- «юмор» (забавные случаи из собственной практики, смешные примеры, шутки и каламбуры).

Одним из действенных риторических приемов, которым может воспользоваться экскурсовод, является **квантовый выброс информации**. Этот эффект основан на заранее продуманном распределении по всему речевому полю **новых** мыслей и аргументов, а также периодической интерпретации сказанного ранее. Таким образом через определенные временные интервалы в рассказ включаются некоторые порции неизвестной информации.

Правила организации речевого взаимодействия требуют использования **механизма смены коммуникативных ролей**. Хороший экскурсовод позволяет слушателям задавать вопросы, высказывать мнения, суждения и наблюдения.

С речевым поведением экскурсовода должно согласовываться и его **невербальное поведение** (жесты, экспрессия лица, взгляд, позы, интонационно-ритмические характеристики голоса). Оно всегда связано с изменениями психического состояния, отношением к слушателям и ситуацией взаимодействия. Неречевая коммуникация дополняет текст, усиливает его эмоциональную насыщенность и выразительность.

В процессе показа экскурсовод использует указательные, иллюстративные, подчеркивающие и другие жесты. Большое значение имеет направление взгляда. *Нельзя смотреть в одну точку*. Слушатели должны видеть глаза говорящего. На некоторое время полезно остановить взгляд на одном из них.

Громкость голоса является акустическим средством кодирования невербальной информации. Слово, произнесенное тихим голосом на фоне громкой речи, привлекает к себе максимальное внимание. Обязательным условием эффективной коммуникации является периодическое изменение силы звука.

Темп речи зависит от темперамента и психического состояния человека. Сохраняя свои индивидуальные особенности, экскурсовод должен добиваться ее ритмичности, чередуя фразы, имеющие разную длину. Наиболее удачным ритмом считается сочетание предложений по схеме: «*длинное – короткое – очень короткое – немного длиннее – длинное*».

Ритмичная речь не вызывает ощущения монотонности и создает дополнительные положительные эмоции. В представлении слушателей она ассоциируется с уравновешенностью, хорошим настроением и богатством чувств.

Одной из наиболее сложных задач экскурсовода является обеспечение запоминания слушателями содержания его рассказа. Положительный эффект зависит от организации сообщаемого материала, его структуры и доступности. Большое значение имеют позитивные эмоции и чувства.

Наиболее важные моменты экскурсии слушатели смогут запомнить с помощью **ассоциаций** (лат. *associo* – связываю). Если ключевые образы, воссозданные экскурсоводом, вызовут у слушателей комплекс личных воспоминаний, формируя своеобразное «*ассоциативное поле*», установленная связь обеспечит ввод новой информации в их долговременную память.

Внимание является основной предпосылкой восприятия и обработки информации. Его можно направлять преднамеренно, но оно может действовать и непроизвольно. Активно слушать человек может не более 15 минут. Затем необходимо сделать небольшое отступление: привести спорное утверждение и спросить мнение аудитории; рассказать смешную историю, хорошо известную самому рассказчику и понятную всем присутствующим, вспомнить парадоксальный случай. Систематизация материала и периодическое подведение итогов также являются эффективным способом организации внимания.

Существует 90-минутный ритм активности мозговой деятельности. Поэтому в ходе продолжительных экскурсий через каждые полтора часа опытные экскурсоводы применяют **эффект релаксации**. В это время лучше прекратить передачу вербальной информации и заполнить паузу какими-нибудь энергичными движениями. Это помогает снять эмоциональное напряжение.

Если внимание аудитории потеряно, для его восстановления можно:

- 1) понизить голос;
- 2) внимательно посмотреть на тех, кто мешает работе экскурсовода;
- 3) сделать длинную паузу;
- 4) задать аудитории вопрос;

- 5) изменить темп речи;
- 6) показать иллюстрацию, таблицу или схему.

Важную коммуникативную функцию выполняют *эмоции* и *чувства*. На самом простом уровне их можно разделить на положительные и отрицательные. Человек всегда стремится к положительным эмоциям и избегает отрицательных. То, насколько слушателям нравится рассказ экскурсовода, определяет степень их внимания и формирует реакцию на сказанное и показанное.

Созданию благожелательной атмосферы помогают:

- юмор;
- рассказ, персонажи которого вызывают сочувствие слушателей;
- вербальный ритм;
- интонации, тембр голоса и улыбка экскурсовода.

Настроение, созданное экскурсоводом, также, как и качество его информации, влияют на общую оценку. О своих впечатлениях турист рассказывает родным и знакомым. Это стимулирует спрос на экскурсионные услуги.

Таким образом, ***чтобы добиться поставленных целей, экскурсовод должен соблюдать следующие правила:***

- органично сочетать рассказ и показ;
- делить весь текст на отдельные блоки;
- излагать материал точно и логично;
- не употреблять словесных штампов;
- обращаться к эмоциональной памяти слушателей;
- периодически предоставлять им слово;
- не задавать слишком много однотипных вопросов;
- не допускать безапелляционных высказываний;
- делать смысловые паузы;
- наиболее важные места подчеркивать интонацией;
- квалифицированно управлять вниманием экскурсантов;
- выбирать темп движения в зависимости от состава группы;
- соблюдать принцип вежливости.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Практикум (примеры экскурсий)

ЭКСКУРСИЯ 1

Тип экскурсии: тематическая (производственная)

Вид экскурсии: пешеходная

Продолжительность: 1 час 15 минут (академический), или 1 час (астрономический)

Состав группы: для массовой аудитории

Протяженность маршрута: 5 км

Автор-составитель:

Содержание экскурсии:

Производственная экскурсия «Moët & Chandon: от «дьявольского» до «королевского» напитка» включает историю создания и производства шампанского; знакомит с культурой питья; раскрывает историю предприятия от его возникновения до наших дней; дает представление о некоторых этапах создания шампанского; знакомит с определенными процессами производства; показывает достижения бренда Moët & Chandon.

Цель экскурсии:

- Изучить историю и особенностей процесса создания шампанского бренда Moët & Chandon.

Задачи экскурсии:

- воспитать любовь и бережное отношение к истории и культуре питья;
- познакомить с достопримечательными местами Дома Moët & Chandon;

- на примере объектов дать представление о некоторых этапах создания шампанского;
- содействовать расширению кругозора;
- способствовать пробуждению интереса к культурно-историческому наследию;
- популяризовать историко-культурное наследие, формирование умения давать оценку прошлого во взаимосвязи с настоящим и будущим рассматриваемых исторических событий и явлений, определение роли личности в истории и воспитание бережного отношения к прошлому.

Маршрут экскурсии: место встречи с группой – ворота дома Moët & Chandon – памятник Дом Переньону – холл дома – генеалогическое древо – коридор, ведущий к погребам – вход в погреба – углубление в тоннеле с самой старой бутылкой – бочки, в которых выдерживается шампанское – ряды с бутылками в горизонтальном положении – ряды с перевернутыми бутылками – склад с готовыми к продаже бутылками – зал, с презентацией продукции – дегустационный зал – место окончания экскурсии.

Общие методические указания:

- экскурсовод обязан быть в курсе сегодняшнего положения, следить за печатью и литературой по теме экскурсии;
- объем материала давать с учетом состава группы, ее подготовленности и уровня знаний, умело подбирать соответствующие приемы показа и рассказа;
- не следует злоупотреблять большим количеством дат, цифр и незначительных фактов;
- следить за чередованием остановок и выходов, больших и малых переездов (переходов), длинных и коротких рассказов;
- иметь при себе портфель экскурсовода с необходимыми репродукциями и цитатами;
- четко указывать время и место сбора группы (если дается свободное время);

· при проведении экскурсии со школьниками не соглашаться на просьбы учителя (воспитателя) на посещение объектов без его присутствия.

Всем добрый день! Меня зовут Виктория, и сегодня я буду вашим проводником по одному из крупнейших в мире Домов по производству шампанских. Мы находимся рядом с четырехэтажным Moët et Chandon Maison, который похож на дворец, построенный в центре Авеню Де-Шампань. Авеню Де-Шампань – это любимое место паломничества любителей шампанского и красивой гламурной жизни, эмблемой которой и является шампанское. Сегодня мы ознакомимся с историей и процессом создания известнейшего на весь мир шампанского Моэт и Шандо.

Перед началом нашей экскурсии хотелось бы озвучить несколько правил, соблюдение которых поможет нам полностью насладиться экскурсией.

1. Движение осуществляется организованной компактной колонной, при движении запрещается мешать другим участникам движения (пешеходам).

2. При передвижении по погребам следовать по пешеходным дорожкам следом за экскурсоводом.

3. Внимательно смотреть под ноги, опасаясь выбоин.

4. Быть особо внимательными в погребах рядом с бутылками.

5. Не разрешается бегать, перегибаться через перила и иные ограждения, трогать руками экспонаты, играть в подвижные игры, открывать двери служебных помещений.

6. Видеосъемка на территории запрещена.

7. Рекомендуется не оставлять свои вещи без присмотра.

А сейчас мы перейдем к нашему первому памятнику – памятнику Дому Периньону.

Хотелось бы начать нашу экскурсию с цитаты из книги «Виноваты звезды» американского автора Джона Грина: «Знаете, что сказал Дом Периньон, когда изобрел шампанское? Он крикнул своим братьям-монахам: "Скорее идите сюда! Я пробую вкус звезд!"».

Сейчас мы находимся у памятника монаху-бenedиктинцу Пьеру Периньону, чья жизнь напрямую связана с историей создания шампанского.

Ничто не предвещало ему всемирной известности. По преданию, в аббатство Пьер поступил в ранней юности и, пройдя положенный послушнический искуc, был пострижен в монахи. Периньон оказался трудолюбивым, благочестивым, честным и умным человеком. Послушный уставу ордена, он совмещал посты и молитвы с заведованием винными подвалами монастыря.

Сколько хлопот доставляло бедному монаху капризное вино Шампани? Особый микроклимат и меловая почва Шампани весьма благоприятны для развития виноградарства. Однако провинция находится на северо-востоке Франции, и, конечно же, здесь не так тепло и солнечно, как на юге страны. Вскоре после сбора урожая наступали холода и виноградное сусло не успевало добродить – дрожжевые бактерии «замерзали». А весной с наступлением тепла они «отогревались», вино начинало пениться, «играть», словом, бродить во второй раз. Так из года в год пропадало изрядное количество вина. Разве мог смириться с такими потерями хозяйственный монах? Он решил исправить положение и попытаться осадить пузырьки. Для этого смешал разные сорта вина в разных пропорциях. Вино не утратило «шипучести», зато приобрело новый интересный вкус. Он досконально изучил виноградники Шампани. Кроме того, обладал уникальной вкусовой и обонятельной памятью. Попробовав виноградку, он мог определить не только сорт или виноградник, а даже указать конкретную лозу, с которого она была сорвана. Монах выяснил, что смесь различных вин (купаж) может обладать лучшим вкусом и ароматом, чем ее составляющие.

Вскоре Дом Периньон (от латинского domus – господин) смирился со злополучными пузырьками. Интуиция подсказывала ему, что пена, образуемая углекислым газом, становится тем тоньше и богаче, чем медленнее происходит процесс брожения. Дом Периньон смог превратить недостаток местного вина в его достоинство. И даже разработал особую технологию, которую теперь называют шампанизацией.

Большой проблемой оказалось укупоривание бутылок. Решая ее, Дом Периньон заметил, что пробки, изготовленные из дерева или промасленной пакли, не годятся. Они либо создавали сильное напряжение в горлышке бутылки, и ее разрывало, либо пробка высыхала и начинала пропускать углекислый газ, что резко снижало игристость вина. Перепробовав множество пробок, винодел выяснил, что лучшая укупорка для шампанского получается из коры пробкового дерева.

Следует сказать, что из-за вина Дому Периньону пришлось пережить немало огорчений. В частности, именно он произвел первый выстрел пробкой из горлышка. К сожалению, пробка полетела не в потолок, как теперь принято, а прямехонько в лоб старому аббату. Аббат отделался огромной шишкой, сиявшей всеми цветами радуги, а пробку на бутылке шампанского с тех пор стали закреплять специальной проволочной «уздечкой» – мюзле. Кстати, в необходимости разливать шампанское только по самым прочным бутылкам из толстого стекла Дом Периньон тоже убедился на горьком опыте: несколько бутылок, которые он послал в подарок жившим неподалеку знатым особам, взорвались прямо у них на столе. Но все проблемы были разрешимы.

Далее мы проследуем в холл дома, где ближе сможем ознакомиться со столь прекрасным напитком, который пользуется немалой популярностью сейчас. Ведь какой Новый год без бутылочки игристого?

Маркиза де Помпадур как-то сказала: «Шампанское – единственное вино, выпив которого, женщина остается прекрасной».

Употребление шампанского являет собой целый ритуал. Считается, что Периньон сам лично придумал для своего вина особенные бокалы: высокие, стройные и прозрачные. В них пузырьки газа, растворенного в вине, напоминают «маленькие бриллианты», как назвал их Вольтер в одном из своих стихов.

Быстро завоевав популярность во Франции, шампанское начало распространяться по всему миру. Оно стало воплощением роскоши и веселья. Особой популярностью оно пользовалось у представителей искусства и аристократии. Появился обычай крестить корабли именно шампанским, разбивая бу-

тылку о форштевень нового судна. Чествование победителей, премьеры, юбилеи... Конечно же, появилось много историй, связанных с этим вином, – подлинных и очень похожих на легенды.

Далее мы проследуем к следующему объекту, где уже познакомимся с историей бренда Моэт и Шандо и ее отцом-основателем.

Свою историю бренд Моэт и Шандон начал с того, что древний представитель рода Клод Моэт – он находится во главе генеалогического древа – просто ума не мог приложить, как с выгодой можно использовать доставшиеся ему известняковые погреба. Последние были вырыты еще в начале 18-го столетия, и бесконечные лабиринты явно нуждались в практическом применении. Ну а что кроме вина еще можно поместить в такие подземелья? Вот и было принято решение заняться шампанскими винами, первые бутылки которого заняли свои полки в 1743 году. Внук Клода Жан-Реми Моэт, любивший путешествовать по Европе, не только осматривал тамошние достопримечательности, но и активно налаживал деловые связи и «прорывал» новые каналы сбыта продукции своего Дома шампанских вин. Внук основателя сделал марку всемирно известной, поставляя вина таким клиентам, как Томас Джефферсон и Наполеон Бонапарт.

Вторую часть своего названия компания получила, когда Жан-Реми Моэт передал в 1832-м половину своей компании зятю Пьеру-Габриэлю Шадо де Бриаллье, а вторую половину – сыну Виктору Моэту.

Вслед за введением в 1840-м понятия марочного шампанского, Моэт в 1842-м представил свой первый образец такого вина. Самый широко продаваемый бренд Брют Империял (Brut Imperial) был представлен в 1860-х. Самая известная марка, Дом Периньон, в честь «Отца Шампани». Moët & Chandon слилась с Хеннесси в 1971-м, а в 1987-м – с Louis Vuitton и стала LVMH (Louis Vuitton-Moët-Hennessy), крупнейшей в мире группой компаний в индустрии luxury с объемом продаж более 16 миллиардов евро год. Также Moët & Chandon имеет Королевское разрешение как поставщик шампанского для Королевы Великобритании Елизаветы II.

А теперь направимся в погреба и увидим, как выглядит всем известное шипучее вино до того, как оно попадает на полки магазинов.

Шампанское по своей сути является тем же вином, только игристым. Напиток насыщают углекислым газом, который и придает ему шипучесть. На сегодняшний день во всем мире изготавливается довольно большое количество сортов игристых вин, однако далеко не каждый напиток может называться шампанским. Так чем отличается шампанское от игристого вина?

В первую очередь французские производители упорно настаивают на том, что это гордое название имеют право носить только те игристые вина, которые произведены на территории французской провинции Шампань. Кроме того, Межпрофессиональный комитет шампанских вин разработал специальный перечень правил производства этого напитка – в них обозначены характеристики, которым должны отвечать игристые вина.

Одно из главных условий – это сорт винограда. На сегодняшний день для производства шампанского разрешено использовать только 6 сортов, но чаще всего производители отбирают только три – «пино нуар», «шардоне» и «пино минье».

Плоды винограда собирают исключительно ручным методом и аккуратно давят их, при этом не удаляя плодоножку. Плодоножками называют хвостики, которые удерживают виноградины. Свод положений и правил устанавливает рекомендации по срезанию лозы, нормы отжима и сроки сбора урожая, а также четко прописывает органолептические характеристики ягод.

Также шампанское должно быть выдержано не менее 18 месяцев. Кроме того, имеет место вторичное брожение, которое происходит в бутылках. Если напиток соответствует всем требованиям, указанным в своде правил, то он уже может называться не просто игристым вином, а настоящим шампанским.

Мы подошли к хранилищу шампанского и над входом вы можете заметить гравировку с именем Дома и дату его основания. Само хранилище находится на глубине от 10 до 30 метров и является самым протяженным в Шам-

пани (длина тоннелей около 28 км). Погреба можно сравнить с минским метрополитеном, общая протяженность которого составляет 37 км, а самая большая глубина составляет 15 метров на станции «Октябрьская». Такое сравнение наглядно показывает нам масштаб тоннелей. Здесь в строгом порядке по годам/урожаю очень компактно размещены бутылки с драгоценным напитком. Шампанское здесь долгое время выдерживается и созревает в идеальных условиях влажности и температуры. Здесь лучшее вино в мире приобретает свою изысканность, богатство вкусов и неповторимый аромат.

Отличительной особенностью вин дома Moët & Chandon является хорошо развитый, сбалансированный, гармоничный и мягкий вкус. Успех компании – результат талантов его виноделов и безупречного производства, контролируемого на каждом этапе – от выращивания винограда до процесса старения вина.

Прежде, чем мы продолжим наш путь дальше, хотелось бы продемонстрировать видеопрезентацию, подготовленную домом Моэт.

Начиная рассказ о шампанском, стоит начать с винограда и виноградников. На виноградниках дома Moët & Chandon выращивают три сорта винограда. Базу напитка несет Пино Нуар, преподнося ему нужную структуру, степень насыщенности и ягодные дополнения. Добавляются ароматы фруктов и некая вариативность Пино Менье, а венчает вкус оригинальной кислинкой и цветочно-цитрусовыми нюансами Шардоне.

Сами виноградные лозы в Шампани чуть меньше стандартных сортов, так как климат региона не особенно жаркий. Поэтому местные виноделы добиваются непревзойденного вкуса своего продукта с помощью смешивания разных сортов винограда. Однако климат региона имеет и свои преимущества: виноград медленно вызревает, постепенно набирая ароматические вещества и остается весьма кислым. Эти факторы положительно влияют на производство игристых вин. Лучшие урожаи Шампани за последние полвека: 1945, 1955, 1959, 1964, 1975, 1985, 1989 (отдельные источники оценивают этот год как один из самых выдающихся за последние пятнадцать лет), 1990,

1996. Вина этих лет котируются выше, стоят дороже и живут дольше. А, например, урожай 1993 оценивается как не очень хороший, и подавляющее большинство шампанских домов не производили шампанского урожая этого года. И Дом Moët & Chandon одним из первых начал создавать миллезимное шампанское, отличающееся более долгим периодом старения.

Миллезимное вино полностью или в основном изготовлено из винограда урожая указанного года, и этот год указывается на этикетке. Впервые шампанское Grand Vintage было выпущено в 1842 году. Такое новшество было призвано удовлетворить запросы английских и американских потребителей, предпочитающих более зрелое шампанское.

Каждая бутылка Moët & Chandon Grand Vintage внесена в коллекцию Grand Vintage Collection Дома Moët & Chandon. Самая старая бутылка, которая до сих пор хранится в погребах, датируется 1869 годом. Она представлена вам за решеткой. Каждая серия Moët & Chandon Grand Vintage – это проявление свободы. Это шампанское производится только из винограда исключительного урожая. Мастер погреба принимает решение об объявлении миллезима и создании особого вина, наделенного характером, который должен оставаться уникальным.

Сбор урожая является первым этапом в производстве шампанских. Шампанское бывает только белого и розового цвета, но его делают из двух красных и одного белого сорта винограда. Красящие вещества находятся в кожице ягод, если выдавить сок, не повредив кожицу, можно получить абсолютно светлое игристое вино.

Для шампанского, как уже упоминалось ранее, разрешено использовать три сорта винограда: Шардоне, Пино Минье и Пино Нуар. Первый относится к белым сортам, два других – к красным. Самым часто используемым виноградом для шампанского является Пино Минье.

Урожай собирают только ручным способом, что позволяет сразу удалить испорченные ягоды, дающие красный цвет. Виноград срывают с гроздьев

немного раньше срока его полного созревания, когда кислотность выше нормы, а содержание сахара ниже.

Собирают плоды в сентябре, начиная с середины месяца. Первым вызревает сорт «Шардоне», после идет «Пино Нуаре», последним – «Пино Менье». Проверяют степень готовности плодов путем тестирования специалистами образцов, которые берут пробы по всему региону (450 образцов из всех возможных мест). Это делается 2 раза в неделю (со времени начала изменения окраски винограда). К сбору приступают, когда параметры достигают 10-11 объемных процентов алкоголя (в сахарном выражении), при этом вкус ягод остается кислым. Эти параметры являются оптимальными, при которых игристое шампанское приобретает наиболее совершенный вкус.

Сбор проводится не в большие корзины, как обычно при уборке урожая. Здесь, чтобы избежать лишнего давления ягод, используют маленькие корзинки. А для сокращения времени транспортировки – места отжима могут располагаться непосредственно в центре самого виноградника.

От первого этапа производства зависит очень многое: начиная от цвета шампанского и заканчивая его будущей ценой на рынке.

Следующий этап – этап выжимки. Этот процесс проходит на специальных традиционных (шампанских) прессах. Виноград засыпается небольшой толщиной слоя на обширные поверхности. Таким образом обеспечивается свободное движение сока. Прессование выполняется быстро, с возможностью (последовательно и по отдельности) собирать получаемый сок.

Выжимка выполняется из неповрежденных ягод. Разные виды, урожай различных виноградников отжимается отдельно. Готовый к прессовке продукт сортируется порциями по 4000 кг, каждая из которых маркируется с указанием:

- сорта;
- происхождения;
- особенностей урожая;
- какому «шампанскому дому» предназначается.

Выжимка производится в соответствии с принятым законодательством, учитывая все регламентированные нормы. Объем сока из одной порции (4000 кг), равен – 25,5 л, из которых высокого качества – 20,5 л.

Выделяют три вида сока для шампанского:

- сивее (кюве) – сок первой выжимки, считается самым качественным, так как почти не контактирует с кожицей винограда;
- первичное сусло – сок более низкого качества, получаемый после второй выжимки;
- вторичное сусло – результат третьей выжимки винограда, иногда качество вторичного сусла настолько низкое, что в дальнейшем для производства шампанского оно не используется.

Процесс брожения происходит в специальных дубовых бочках, в которых проще контролировать температуру брожения. Получается кислое сухое вино – основной материал для производства игристых вин.

Следующий этап и немаловажный этап – это купажирование.

В ходе данного этапа мастера смешивают вина разных сортов и лет выдержки, полученных из кюве, первичного и вторичного сусла. В результате напиток приобретает уникальный вкус, по которому конкретную марку шампанского отличают от конкурентов. Иногда виноделы добавляют в один купаж до пятидесяти разных сортов вина.

Элитные сорта шампанского не купажируют, их делают из качественного виноградного сока одного года. Соответственно, стоимость такой бутылки шампанского будет намного выше.

После купажирования вино разливают в специальные бутылки повышенной прочности. Далее добавляют сахар и дрожжи, вызывающие вторичное брожение. Бутылки плотно закрывают пробкой и перемещают в винный погреб, где они обязательно должны храниться в горизонтальном положении. Согласно действующим стандартам в одну бутылку 0,75 шампанского добавляется 18 грамм сахара и 0,3 грамма дрожжей.

Существуют различные размеры бутылок шампанского и на этом этапе определяется в бутылке какого объема шампанское покинет пределы погреба.

Маленькие бутылки шампанского довольно редко можно встретить в магазинах. Впрочем, в Шампани бутылочки по 375 мл в магазинах есть почти везде. Маленькие бутылочки по 200 мл продаются чаще всего в наборах по три:

- **Четверть:** 200 мл
- **Полбутылки**, или **“fillette”**: 375 мл

Самый популярный размер бутылки шампанского:

- **Стандартная бутылка**, или **“Champenoise”**: 750 мл
- **Magnum**: 1.5 л (2 бутылки шампанского)
- **Jeroboam**: 3 л (4 бутылки шампанского)

Бутылки больших размеров довольно редки. Самые большие из них делаются специально для особых случаев. Их можно заказать только у изготовителя. Большие бутылки названы в честь известных библейских правителей: самый большой объем бутылки **30 л (40 бутылок шампанского)** и называется она **Melchizedek**.

После окончания брожения в горизонтальном положении дрожжи выпадают в осадок, от которого нужно избавиться. Для этого бутылку постепенно опускают вниз горлышком, вращая ее вокруг своей оси. После нескольких дней манипуляций весь осадок перемещается к горлышку бутылки. Сейчас перед вами сотни бутылок, которые будут выдерживаться в таком положении вместе с осадком от 2 до 6 лет. Специалисты считают, что качественный напиток должен созреть не меньше 4 лет.

На элитных винокурнях бутылки переворачивают вручную, в массовом производстве используют специальный аппарат, управляемый компьютером.

Вот пришло время избавиться от дрожжевого осадка возле пробки – и это предпоследний этап в создании шампанского. Для этого горлышко бутылки замораживают в солевом растворе при температуре -18°C . Далее бутылку открывают, под напором газа ледяная пробка, содержащая осадок, вылетает.

При этом часть шампанского теряется. Для компенсации потерь в бутылку заливают смесь из коньяка, вина и сахарного сиропа. Далее бутылку опять закрывают новой пробкой, которую закрепляют проволокой, называемой мюзле.

Дегоржаж, так называется этот прием, делается вручную и требует от виноделов немалого мастерства.

Впервые дегоржаж применили в 1800 году производители винодельческого дома «Madame Clicquot». До этого дрожжевой осадок из бутылок вообще не удалялся, вследствие чего шампанское было мутным.

Как это ни странно, но многие полагают, что пробка для игристого вина изначально имеет форму «грибка». Это неверно - изначально пробка имеет строго цилиндрическую форму, а «грибком» она становится от сдавливания горлышка бутылки. Давление на пробку, которое прилагается при укупорке, может достигать 1 тонны.

Следует знать, что настоящее шампанское закупоривают исключительно пробкой из коры пробкового дерева. Пластиковые пробки используют только для производства самых дешевых сортов игристых вин.

Мюзле – проволочная уздечка, которая удерживает пробку игристых и шипучих вин. Как правило, изготавливается из низкоуглеродистой стальной проволоки и надевается на бутылку с помощью специального станка. Первые бутылки с игристыми винами закупоривали с помощью кусочка дерева и воска, однако никаких результатов этот способ не принес. Чуть позже возникла идея обматывать пробку прочной веревкой, чаще конструкция дополнялась стальной проволокой, что не вызывало интерес у покупателей: открыть бутылку без кусачек или ножниц было крайне трудно. Некоторые французские шампанские дома до сих пор хранят верность пеньковым веревкам при укупорке элитных вин. В этом случае к бутылке обычно прилагаются маленькие ножницы.

В истории изобретения мюзле бытует легенда, к которой причастная Жозефина Клико – женщина из высшего света и наследница династии виноде-

лов. На очередной подготовке к дегустации своего элитного шампанского она заметила, что пробка вот-вот выскочит из бутылки и испортит торжественность церемонии. Ей ничего не оставалось, как выдернуть проволоку из своего корсета и прикрутить ею пробку к горлышку бутылки. Как выяснилось позже, длина проволоки составила 52 см, что в последующем и оказалось эталонной длиной мюзле для шампанского и игристых вин. Сейчас же длина составляет 50 см, а вот длина мюзле в Моэт чаще всего составляет 53 см.

Мы подошли к финальному этапу производства – подготовке к продаже. Чтобы привести бутылку в товарный вид, ее протирают, затем наклеивают этикетку с информацией о напитке. На этом производство шампанского заканчивается.

Современная бутылка шампанского была разработана в начале 19 века никому не известным аптекарем по имени Франсуа, который создал устойчивую к давлению форму бутылки, ее цвет и толщину стекла, что до сих пор применяют при производстве шампанского.

Среди всех бутылок с шампанским продукцию Моэт можно заметить не только по достаточно высокой цене, но и по отличительному знаку, придуманному художниками компании в 1886 году. Он представляет собой франтоватый черный бант, опоясывающий горлышко бутылки и скрепленный посередине ярко-красной печатью. Moët & Chandon является одним из крупнейших мировых производителей шампанского и в настоящее время владеет более чем 1000 га виноградников и производит примерно 26 миллионов бутылок шампанского в год.

Бренд **Moët & Chandon** является всемирно узнаваемым, и каждый ценитель шампанского должен хотя бы раз в жизни попробовать этот великолепный напиток. И самыми узнаваемыми являются Moët & Chandon Brut Imperial, Moët & Chandon Rose Imperial, Moët & Chandon Nectar Imperial и Dom Perignon. И я расскажу немного о каждом из них.

Moët & Chandon Brut Imperial: уникальное и благородное. Moët Imperial – кюве, ставшее символом Дома. С 1869 года, названное в честь

императора Наполеона Бонапарта, оно воплощает эксклюзивный стиль Moët & Chandon, характеризующийся насыщенным фруктовым вкусом, сочностью и изысканной зрелостью. Это шампанское создано на основе более 100 различных вин, среди которых 20-30% – выдержанные вина, подчеркивающие его зрелый, сложный и стойкий вкус. Ассамбляж отражает разнообразие трех сортов винограда: Пино Нуар, Менье, Шардоне. Соломенно-желтая одежда шампанского с легкими зелеными отблесками подчеркивает его изысканность.

В аромате сочетаются кисловатая насыщенность яблока и цитрусовых, свежесть минеральных акцентов и белых цветов, элегантность светлых ноток зрелости (бриошь, злаковые, грецкий орех). Вкус раскрывает сочетание сочности фруктов со светлой мякотью (груша, персик, яблоко) и свежих оттенков цитрусовых и смородины. Moët Imperial – изысканное шампанское, вкус которого можно оценить на протяжении всего торжества, от аперитива до десерта.

Moët & Chandon Rose Imperial: эмоциональное и праздничное. Шампанское Rose Imperial отражает стиль Moët & Chandon: насыщенный фруктовый вкус, сочность и изысканную зрелость. Ассамбляж отражает разнообразие и взаимодополняемость трех сортов винограда, использующихся для его создания: насыщенность Пино Нуар, полноту вкуса Менье и изысканность Шардоне.

Сверкающая розовая одежда с янтарными отблесками, чарующий аромат, передающий яркий и насыщенный букет, в котором сочетаются лесные ягоды, цветочные оттенки розы и легкий пряный акцент, составляют уникальный характер этого шампанского. Кроме этого, Rose Imperial отличается экспрессивным вкусом, сочетающим в себе насыщенность и мягкость лесных ягод и персика со свежестью ментоловых ноток.

Rose Imperial – эмоциональное и праздничное шампанское, идеально подходящее к цветным блюдам с насыщенным вкусом.

Это напиток за три тысячи триста шестьдесят три доллара, который был выбран для свадьбы принца Чарльза с Дианой. После торжества несколько

памятных бутылок были произведены специально для поклонников, сейчас их покупают коллекционеры.

Moët & Chandon Nectar Imperial: яркое, роскошное и экзотичное.

Шампанское Nectar Imperial – восхитительное воплощение стиля Moët & Chandon. Ассамбляж, основанный на текстуре Пино Нуар, мякоти Манье и свежести Шардоне, отражает разнообразие виноградников региона и трех сортов винограда Шампани.

Ярко-желтая одежда с золотистыми отблесками. Moët & Chandon Nectar Imperial отличается богатым ароматом, в котором сочетается роскошь ананаса и манго, чувственный вкус напоминает о плодах с косточками, таких как алыча и абрикос, а финальная свежая нотка грейпфрута одновременно удивляет и восхищает.

Nectar Imperial – экзотическое шампанское с ярким характером особенно хорошо сочетается с роскошными пряными блюдами.

Moët & Chandon Dom Perignon.

Появилось данное шампанское в начале прошлого столетия (в 1921 году). К созданию данного напитка подтолкнула идея увековечить имя первого изготовителя шампанского, родоначальника дома. В связи с этим был осуществлен отбор лучшего винограда, для производства самого изысканного напитка, о котором впоследствии были высказаны только положительные отзывы. Если обратиться к цифрам, то за весь период существования напитка было собрано 86 урожаев, из которых только 38 соответствовали требованиям для создания этого шампанского. Каждый урожай проверяется на соответствие химическим и вкусовым требованиям, и только в случае успеха становится достойным знаменитого напитка. Уже только этот факт свидетельствует о том, что Дом Периньон является элитным продуктом, не терпящим спешки и неточностей в приготовлении.

Компания «Моем и Шандон» позаботилась не только об уникальных качествах напитка, но и об уникальной этикетке, которая стала самой извест-

ной в мире. Уникальный дизайн этикетки, выполненный в виде рыцарского щита, стал таким же легендарным, как и само вино.

В рождественские праздники 2007 года был представлен невероятный по своей цене и оригинальности комплект лучшего шампанского коллекции. Украшением служил розовый гитарный футляр, покрытый внутри кожей ягненка, а снаружи кожей окуня вручную дизайнером Лагерфельдом. Помимо того, что сам футляр был переделан под стойку для 6 бутылок розового шампанского Дом Периньон (две – урожая 1986 г., три – 1996 г., одна – 1966 г.). Кроме изысканного напитка набор содержал в себе 3 бокала из чистого хрусталя. Цена данного набора составила свыше 100 тысяч евро.

А далее вас ждет дегустация шампанского и магазинчик с продукцией Дома, которую вы можете приобрести по приятной цене. Перед прощанием хотелось бы дать пару советов, как правильно выбрать качественное шампанское.

Выбирать такой продукт можно опираясь на следующие критерии.

1. Цена настоящего игристого шампанского начинается с 40 евро и выше за стандартный объем – 0,75 л.
2. Бутылка обязана быть только из темного стекла.
3. Лучшие если пробка из корки.
4. На этикетки необходимы: обозначение «негоциант-винодел» (NM); надпись «champagne».
5. Покупать лучшие марки известных производителей.
6. Если присутствует осадок, значит, неправильно использовались технологии производства.

На заметку. Качество определяется после открытия бутылки. Вино отличается легкой пеной, равномерно оседающей по стенкам фужера. Приятного цвета и вкуса. Содержит маленькие пузырьки одинакового размера, сохраняющиеся не менее суток.

И на этой ноте я вынуждена попрощаться, если у вас еще остались какие-то вопросы – задавайте, а я желаю вам насладиться вкусом звезд! Всего наилучшего, до свидания!

ЭКСКУРСИЯ 2

Тип экскурсии: тематическая (природоведческая)

Вид экскурсии: пешеходная

Продолжительность: 5 часов 5 минут (академические), или 4 часа (астрономические)

Состав группы: для массовой аудитории

Протяженность маршрута: 2 км

Автор-составитель:

Содержание экскурсии:

Природоведческая экскурсия «Arima Onsen – один из старейших термальных источников Японии»:

- раскрывает историю горячего источника от его возникновения до наших дней;
- дает представление о горячих источниках;
- знакомит с процессом принятия горячих ванн;
- знакомит с разнообразием минеральных веществ в горячих источниках.

Цель экскурсии – углубление в познание культуры японских горячих источников.

Задачи экскурсии:

- воспитать любовь и бережное отношение к истории и культуре;
- познакомить с достопримечательными местами Аримы Онсэна;
- содействовать расширению кругозора;
- способствовать пробуждению интереса к культурно-историческому наследию;

- популяризировать историко-культурное наследие региона, дать оценку прошлого во взаимосвязи с настоящим и будущим рассматриваемых исторических событий и явлений, определить роль личности в истории и воспитание бережного отношения к прошлому.

Маршрут экскурсии: место встречи с группой – Taikobashi – купальня Kin no Yu – ванны для ног – вход в Tosen Goshobo – холл – вход в горячий источник – место окончания экскурсии.

Общие методические указания:

- экскурсовод обязан следить за печатными изданиями и литературой по теме экскурсии;
- объем материала давать с учетом состава группы, ее подготовленности и уровня знаний, умело подбирать соответствующие приемы показа и рассказа;
- не следует злоупотреблять большим количеством дат, цифр и незначительных фактов;
- следить за чередованием остановок и выходов из автобуса, больших и малых переездов (переходов), длинных и коротких рассказов;
- иметь при себе портфель экскурсовода с необходимыми репродукциями и цитатами;
- четко указывать время и место сбора группы.

Всем добрый день! Меня зовут Екатерина, и сегодня я буду вашим проводником по одному из старейших горячих источников Японии – Арима Онсэн. Сейчас мы находимся на Арима Онсэн, который расположен за горой Рокко на востоке от центра города Кобе. Арима известен еще с давних времен, потому как его посещали знаменитые императоры, дворяне, самураи и другие великие личности. Нет ничего более романтического, чем путешествие на горячие источники с близким человеком. Отдых в Ариме – это идеальный способ побаловать себя.

Онсэн (от японского 温泉 – горячий источник) – название горячих источников в Японии, а также название сопутствующей им инфраструктуры туризма, таких как отели, постоялые дома, рестораны, расположенные вблизи

источника. На картах, а также на указателях и подписях, источники изображаются специальным знаком – ♪. Этот знак, если его перевернуть, напоминает медузу, поэтому японцы его часто называют его курагэ, что переводится как медуза.

В стране, изобилующей проявлениями вулканизма, существует более трех тысяч горячих источников, использующихся уже более тысячи лет для купания. Еще с древних времен посещение онсэна считалось важнейшей частью японской культуры. А со второй половины XX века, стало одним из главных развлечений для туристов.

Почти везде в Японии можно найти синтоистский храм, где объектом обожествления и поклонения является онсэн. А упоминания о горячих источниках встречаются уже 1300 лет назад в самых первых письменных памятниках Нихон-секи (Японская летопись), где говорится о трех источниках: Арима-онсэн, Дого-онсэн (в г. Мацуэ на острове Сикоку) и Тамацукури-онсэн (в префектуре Симанэ, неподалеку от древнейшего синтоистского храма Идзумотайся).

Необъяснимая живительная сила подземной горячей воды, исцеляющая раны и болезни, была известна японцам с самых древних времен и породила множество преданий и легенд. В эпоху, когда не было никакого представления о гигиене, а медицина находилась на стадии своего зарождения, онсэны почитались японцами как драгоценный подарок божеств, имеющий сверхъестественную целебную силу. Практически у каждого японского онсэна есть легенда-история его происхождения, а в качестве первооткрывателей этих волшебных источников выступают дикие животные и птицы, исцелившие в них свои раны, или странствующие монахи.

Сегодня мы познакомимся с увлекательной культурой японских горячих источников. Перед началом нашей экскурсии хотелось бы озвучить несколько правил, соблюдение которых поможет нам полностью насладиться экскурсией.

1. Движение осуществляется организованной компактной группой, при движении запрещается мешать другим участникам движения.

2. Не разрешается бегать, перепрыгивать через перила и иные ограждения, трогать руками экспонаты, играть в подвижные игры, открывать двери.

3. Видеосъемка на территории запрещена.

И ознакомимся с общими правилами поведения на горячих источниках, во избежание неловких ситуаций.

1. Горячие источники предназначены только для принятия целебных ванн. Перед погружением в емкости с минеральной водой следует помыться в специально отведенном месте.

2. Принимать душ необходимо исключительно сидя на стуле, иначе вода может попасть на человека, который сидит рядом, что является знаком неуважения.

3. С собой можно взять мыло, шампунь и маленькое полотенце – в ряде заведений они включены во входную плату. В большинстве онсэнов предусмотрены отдельные мужские и женские половины для купания и переодевания. Женские раздевалки обозначены красной тканью, а мужские – синей.

4. Из санитарно-гигиенических соображений опускать полотенца в онсэны запрещено: минеральная вода должна быть чистой. Японцы используют белые полотенца в качестве мочалки, а также прикрываются ими вне ванн, остужают разгоряченные лицо и тело. Находясь непосредственно в воде, они часто кладут аккуратно сложенное полотенце себе на голову, предварительно смочив его холодной водой.

5. Онсэн – место для отдыха, а не плавания. Японцы приходят сюда наслаждаться тишиной и покоем, поэтому шумное поведение здесь совсем не приветствуют. Равно как и алкоголь, выпиваемый прямо в онсэне, – дело давно минувших дней. Традиционное саке подается вам в номер при желании.

6. Перед погружением ознакомьтесь с температурой воды. Некоторые ванны могут оказаться очень горячими. В случае сердечных заболеваний и повышенного кровяного давления не рекомендуют долго купаться.

7. Перед выходом из ванны в раздевалку следует насухо вытереть тело.

Так, первый пункт от которого мы начнем это сэнто Kip no Yu, откуда начинается история Аримы Онсэна. Согласно легенде, онсэн Арима был обнаружен неподалеку от сэнто Kip no Yu божеством Камисама. Он увидел трех раненых ворон, которые купались в источнике, а через некоторое время выздоровели.

Сэнто (от японского 銭湯 – общественная баня) отличаются они от онсэна тем, что в сэнто вода не минеральная, а обычная, и подогревается бойлером. Однако, баня Kip no Yu не совсем типичная, возле здания вы можете увидеть бесплатные небольшие ванны для ног, где используется минеральная вода [Приложение 4]. Также, вы можете утолить жажду из раковин с все той же полезной минеральной водой. Она обладает различными целебными свойствами, богата кальцием, магнием, железом и сероводородом, сопровождается специфическим цветом и запахом, в зависимости от состава воды.

А сейчас мы направляемся непосредственно к Арима Онсэну расположенному в традиционной японской гостинице под названием Tosen Goshobo. Онсэн был основан в XII веке и имеет самую длинную историю в городе Кобе. Ранее назывался Inn, однако после посещения знаменитого сегуна (от китайского – генерал) Асикаги Есимицу (защитника единого императорского двора, известного своим сильным правлением и объединением северной и южной династии) был переименован в Goshu, что означало с японского великолепный. Позже основатель храма Хонгвандзи Rennyu Shonin добавили суффикс bo, что означало дом при храме. Однако они являлись не единственными известными постоянными посетителями онсэна Аримы, его посещали многие известные личности.

Каждый онсэн в Японии неповторим и непохож на другой – составом минералов и газов, открывающимся живописным пейзажем, размерами и количеством ванн с минеральной водой.

Традиционный онсэн предполагает купание на открытом воздухе. Многие онсэны в последнее время также дополнены и крытыми помещениями для

купания, существуют онсэн и чисто закрытого типа, куда обычно горячая вода подается из скважины.

Традиционный онсэн в старо-японском стиле, наиболее почитаемый населением, имеет всего одну смешанную купальню для мужчин и женщин, часто она дополняется еще отделенной зоной купания только для женщин, или же устанавливаются определенные часы для тех или иных. Маленькие дети допускаются в любую часть без ограничений.

На протяжении своей долгой истории Арима столкнулся не с одним стихийным бедствием и претерпевал некоторые изменения. А в 1097 году онсэн и вовсе был разрушен наводнением и восстановлен только спустя 95 лет монахом Нинсай.

Однако сам Кобе и исторически важные достопримечательности (храмы, святыни и дома) не пострадали и сохранили свой первоначальный вид. После открытия порта в Кобе (150 лет назад), на горячих источниках появились первые иностранные туристы. Люди, которых впечатлил город, оставались, привнося в Кобе частичку своей культуры. Они застраивали город зданиями в западном стиле, что принесло Кобе и Ариму уникальную и экзотическую атмосферу смешения стилей, которая привлекает посетителей со всего мира к историческому прошлому источнику.

В наше время на горячие воды едут с одной-единственной ночевкой, но в прошлом ради лечебного эффекта люди нередко проводили здесь многие дни. Такое пребывание на водах называется Тодзи («Бальнеотерапия»). Режимы тодзи измеряли единицами времени: терапевтическое купание в течение одной недели называлось Хито-мавари («один цикл»), в течение двух недель – фута-мавари, а более длительное трехнедельное пребывание называлось ми-мавари. Приезд на более короткое время стал обычен в Японии примерно в XVIII веке. Когда путешественники стали приезжать всего лишь на сутки, не столько ради лечения, сколько просто ради удовольствия, для обозначения такого пребывания появилось новое слово – ити-я тодзи (ити-я значит «одна ночь», а слово тодзи в данном случае не подразумевает лечения). Широко распростра-

ненная в наше время практика приезжать на два дня с одной ночевкой – продолжение того обычая.

Чаще всего на онсэн едут семьями или дружескими компаниями, или для проведения медового месяца. Это прекрасное место, чтобы насладиться отдыхом в спокойной обстановке, не беспокоясь о проблемах. Действительно ли так, давайте пройдемте и узнаем. Уже со входа мы наблюдаем всю красоту традиционного японского стиля. Обратите, пожалуйста, внимание, справа находятся котацу. Это традиционный японский предмет мебели, низкий деревянный каркас стола, накрытый японским матрацем футоном или тяжелым одеялом, на который сверху положена столешница. Под одеялом располагается источник тепла, часто встроенный в стол. Котацу помогает японцам в холодные вечера не замерзать, так как центрального отопления в Японии не существует. Прямо по коридору находятся непосредственно горячие источники. Перед завершением нашей информационной части экскурсии и началом оздоровительной хотелось бы еще немного рассказать про полезность минеральных веществ.

Популяризации минеральных источников среди японцев способствовали многочисленные справочники и путеводители, подробнейшим образом информирующие о медицинских показаниях каждого онсэна, так что сейчас многие японцы, и не только, специально приезжают издалека для того, чтобы насладиться именно этим онсэнном именно в это время года.

Считается, что купание в онсэне подходящего вам типа – лучший способ излечения от многих болезней. По составу минеральные горячие воды в Японии бывают следующих типов: 1) сероводородные; 2) соляные; 3) газированные (углекислым газом); 4) железистые.

В зависимости от состава воды онсэн лечит кожные и женские заболевания, заболевания сосудов, помогает при диабете. Однако купание в горячей воде может оказаться вредным для некоторых людей, например, с тяжелыми заболеваниями сердца.

Так же, как и по минеральным веществам, горячие источники различают по устройству подачи воды. Существует циркулирующая система, когда вода, переливающаяся через края наполненных ванн, фильтруется, нагревается и опять заливается в ванны. И проточная система – это когда термальная вода используется только один раз.

Лечебные свойства воды в источниках Аримы уникальны. Вода поднимается из глубоких недр земли, вбирая в себя ценные минералы и полезные микроэлементы; не вулканического происхождения.

В Арима есть два типа источников: «Кинсэн» и «Гинсэн».

«Кинсен» (яп. золото) – это золотисто-коричневый источник, с самой высокой концентрацией минералов солей и железа в Японии. Обладает отличным увлажняющим и согревающим эффектом, предотвращает озноб после ванны и считается эффективным в лечении суставов и кожных заболеваний.

«Гинсен» (яп. серебро) – серебряный горячий источник, делится на два типа. Первый содержит кальций, который помогает улучшению кровообращения в организме и предотвращает анемию. Второй содержит редкий металл радон, который ускоряет регенерацию клеток кожи.

Удивителен факт, что обычные японцы получили возможность пользоваться всеми благами живительных горячих источников относительно недавно, начиная с эпохи Эдо (1603–1868 гг.). Именно тогда посещение ближайших онсэнов в лечебных целях стало чрезвычайно популярным времяпрепровождением среди деревенского населения в периоды, свободные от сельскохозяйственных работ. Постепенно рядом с источниками стала развиваться инфраструктура для приезжих, сначала в виде отдельных постоянных дворов, которые затем превратились в целые курортные городки. Эффективные бальнеологические процедуры, рассчитанные на особенности минерального состава данного источника, зародились тоже в эпоху Эдо. Самой характерной и отличающей от европейского аналога чертой японских курортов-онсэнов является уникальное сочетание и неразрывная связь «лечения на водах» с насыщенной и чрезвычайно интересной туристической программой.

На этой приятной ноте мы заканчиваем информативную часть нашей экскурсии. Я желаю вам приятного купания и спасибо за внимание. Если у вас появятся какие-то вопросы, то я нахожусь в комнате 105 на втором этаже. До свидания.

РЕПОЗИТОРИЙ ИСЗ

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы, которая способствует развитию ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, поскольку студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм аудиторной и внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного участия педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- 1) работа с теоретическим материалом (конспекты лекций, материалы учебника, конспектирование научных статей или составление развернутого плана);
- 2) выполнение заданий к практическим занятиям (составление плана вопросов и подбор дидактического материала);

- 3) составление глоссария;
- 4) характеристика каждой единицы с точки зрения структурно-семантического направления, квалифицированный лексико-грамматический анализ любого текста;
- 5) чтение и анализ основной и дополнительной литературы.

Рекомендации студентам в ходе выполнения самостоятельной работы:

- 1) внимательно ознакомьтесь с учебной программой по дисциплине и лекционными материалами по заданной теме;
- 2) обозначьте перечень основной и дополнительной литературы по заданной теме и изучите его;
- 3) при необходимости законспектируйте по обозначенным источникам дополнительный теоретический материал по заданной теме;
- 4) при необходимости обозначьте круг вопросов, которые вызвали затруднения по заданной теме (для обсуждения с преподавателем);
- 5) выполните практические задания по заданной теме, проверьте правильность их выполнения.

Таким образом, самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Это составление экскурсии, презентации и подготовленные ответы на вопросы.

Цели и задачи. *Целью* самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Данный учебно-методический материал ориентирован на достижение главной цели: повышение результативности самостоятельной работы студентов, развитие способности к самостоятельному получению знаний, освоению коммуникативных компетенций по учебной дисциплине.

В ходе выполнения самостоятельной работы студент научится активно, целенаправленно приобретать новые знания и развивать коммуникативные умения без прямого участия в этом процессе преподавателей; самостоятельно

анализировать современные учебно-методические материалы; закреплять пройденный материал посредством анализа, сравнения, обсуждения.

Указанная цель требует реализации ряда *задач*, таких как:

- приобретение конкретных знаний в соответствии с темами, заявленными в учебной программе дисциплины;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- реализация универсальных учебных действий с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Информация, полученная в результате самостоятельного изучения обозначенного материала, будет необходима для подготовки презентации, более продуктивной работы на семинарских занятиях, а также успешного прохождения всех этапов контроля знаний. Помимо анализа библиографического списка литературы, поощряется самостоятельное нахождение и изучение дополнительной литературы и электронных источников.

При этом целями и задачами самостоятельной аудиторной работы по дисциплине «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» являются:

- методическая помощь студентам при изучении дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» по вопросам, выносимым на самостоятельное изучение;
- развитие творческих способностей студентов, активизация мыслительной деятельности, повышение положительной мотивации к изучению дисциплины.

Цели и задачи внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

- закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время занятий;
- самостоятельность овладения новым учебным материалом;
- формирование навыков самостоятельного умственного труда;
- овладение различными формами самоконтроля;
- развитие самостоятельности мышления;
- развитие коммуникативных умений в сфере профессионального общения;
- воспитание способности к самоорганизации, творчеству.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, степени развития умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине. Используется устная и смешанная формы контроля.

По дисциплине «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» практикуются следующие виды и формы самостоятельной работы студентов:

- подготовка к семинарским занятиям;
- подготовка к дифференцированному зачету;
- отработка изучаемого материала по печатным и электронным источникам;
- индивидуальные исследовательские задания (подготовка кратких сообщений, докладов, рефератов и др.).

Изучение теоретического материала.

Изучение литературы и интернет-ресурсов с целью расширения знаний по той или иной теме необходимо осуществлять с учетом следующих пунктов:

- 1) прежде чем приступить к работе, требуется четко определить цели задания, что поможет осуществить самоконтроль в конце работы;

2) ход работы проводить «пошагово» и не приступать к следующему пункту, не пройдя предыдущий;

3) при работе с литературными источниками выделять главное;

4) в конце работы проверить достигнута ли цель и сколько времени потребовалось для ее достижения.

В зависимости от цели просмотрового чтения и степени полноты извлечения информации выделяют четыре подвида просмотрового чтения.

1. Конспективное – для выделения основных мыслей. Оно заключается в восприятии только наиболее значимых смысловых единиц текста, составляющих логико-фактологическую цепочку.

2. Реферативное – для выделения основных мыслей. При этом читающего интересует только самое основное в содержании материала, все подробности опускаются как несущественные для понимания главного.

3. Обзорное – для определения существа сообщаемого. Оно направлено на выделение главной мысли текста, причем задачи сводятся в основном к ее обнаружению на основе структурно-смысловой организации текста. Понимание главной мысли, выраженной имплицитно, в данном случае практически невозможно. Интерпретация прочитанного ограничивается вынесением самой общей оценки содержанию и определением соответствия текста интересам студентов.

4. Ориентировочное – для установления наличия в тексте информации, представляющей для читающего интерес или относящееся к определенной проблеме. Основная задача читающего – установить, относится ли данный материал к интересующей его теме.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Учебная программа дисциплины

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННЫХ ЗНАНИЙ ИМЕНИ А.М.ШИРОКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Института современных знаний
имени А.М.Широкова
А.Л.Капилов

25.06.2025

Регистрационный № УД-02- 11/уч.

ДИСКУРСНЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТЕКСТА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:
6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной
коммуникации (английский язык и второй иностранный язык)

2025 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 6-05-0231-03-2022 по специальности

6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (английский язык и второй иностранный язык) и учебного плана по специальности

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.Н.Ширяева, старший преподаватель кафедры менеджмента и коммуникаций Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

И.Е.Иноземцева, доцент кафедры менеджмента и коммуникаций Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», кандидат культурологии, доцент;

Л.А.Бода, старший преподаватель кафедры немецкого и романских языков факультета международных бизнес-коммуникаций Белорусского государственного экономического университета

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой менеджмента и коммуникаций Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова»
(протокол № 12 от 29.05.2025);

Научно-методическим советом Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова»
(протокол № 5 от 25.06.2025)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» входит в модуль «Организация туризма».

Актуальность учебной дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» определяется необходимостью формирования у специалиста по межкультурной коммуникации теоретических знаний и практических навыков отбора экскурсионного материала, составления и структурирования связного текста, выбору языковых средств и фигур речи в зависимости от характеристик слушателей и использования психологических механизмов взаимодействия всех участников коммуникативного процесса.

Целью изучения учебной дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» является формирование у студентов представлений об основах теории дискурса, условиях эффективной коммуникации, специфике экскурсионной деятельности, а также овладение речевыми тактиками убеждения и побуждения, навыками актуализации фоновых знаний экскурсантов.

Основные задачи изучения:

- дать определения понятия «дискурс»;
- обеспечить понимание различий между письменным и устным дискурсом;
- охарактеризовать уровни структуры дискурса;
- проанализировать принципы комфортного общения;
- объяснить значение внеречевых компонентов коммуникации;
- показать возможности применения интерактивных методов при проведении обзорных и тематических экскурсий;
- развивать навыки адекватного выбора лексических средств в зависимости от состава целевой аудитории, ведения диалога, удовлетворения потребности слушателей в эмоциональном сопереживании;
- выработать первичные навыки публичного представления экскурсионного текста.

Изучение учебной дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста» направлено на формирование следующей компетенции:

- разрабатывать экскурсии различной тематики.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- сущность экскурсии и ее функции;
- признаки экскурсии, ее классификационные типы;
- последовательность этапов проектирования экскурсии;

уметь:

- работать с различными источниками экскурсионной информации;
- составлять маршруты, тексты и методические разработки экскурсий;
- применять разнообразные методические приемы ведения экскурсий;

иметь навыки:

- установления контакта с экскурсантами как партнерами по общению;
- преодоления кризиса внимания и стимулирования интереса.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины «Дискурсные методы создания экскурсионного текста», составляет 90 академических часов, из них аудиторных – 32 часа. Распределение аудиторного времени по видам занятий: лекции – 10 часов, практические занятия – 22 часа. Самостоятельная работа – 58 часов.

Текущая аттестация проводится 1 раз в семестр в следующих формах по выбору: презентация, доклад по темам, определяемым преподавателем.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Сущность и структура дискурса

Лингвистическая и социокультурная трактовка понятия «дискурс». Особенности формирования дискурса и текста. Типология дискурса. Различия между устным и письменным дискурсом.

Структура дискурса. Макроструктура и микроструктура дискурса. Распределение информации по клаузам. Понятие «суперструктуры». Создание экскурсионных текстов по стандартным схемам.

Тема 2. Принципы комфортного общения

Экскурсия как коммуникативный процесс. Ведущая роль субъекта высказывания. Необходимость смены ролей. Влияние фоновых знаний слушателей на интерпретацию текста экскурсии. Актуализация фоновых знаний. Фреймы и скрипты. Аргументация с опорой на эмоциональную память.

Принципы сотрудничества Г. П. Грайса. Принцип вежливости Р. Лакофф. Принцип вежливости Дж. Лича. Последствия нарушения правил прагматической компетентности. Внеречевые средства общения с экскурсантами.

Тема 3. Правила создания экскурсионного текста и проведения экскурсий

Понятия «экскурсия» и «экскурсant». Специфика экскурсионной деятельности. Структура экскурсионного дискурса. Необходимость дополнения вербальной составляющей визуальными образами. Правила использования цифровой информации, аллюзий и цитат. Представление абстрактных понятий. Методы привлечения и восстановления внимания экскурсантов. Значение пауз. Метод «квантового выброса информации». Особенности подачи материала в зависимости от вида мышления и способа обработки информации членами экскурсионной группы.

Тема 4. Стилистика экскурсионного текста

Взаимодействие эмоциональных и рациональных компонентов. Последовательность изложения событий, фактов, наблюдений. Логические переходы.

Выбор лексических средств в зависимости от состава предполагаемой аудитории. Амплификации. Выбор тропов. Проблема употребления узкоспециальных терминов при проведении тематических и производственных экскурсий. Использование эффекта релаксации для снижения эмоциональной напряженности.

Риторические стратегии. Речевые тактики «апелляция к авторитету», «контраст», «приведение примера», «юмор», «внесение элемента неформальности».

Средства показа экскурсионных объектов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Форма контроля
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Количество часов СРС	
	2	3	4	5	6	7	8
1.	Сущность и структура дискурса. Предмет и содержание дисциплины. Понятие «дискурс» и его характеристики. Типология дискурса. Макро- и микроструктура дискурса. Трактовка термина суперструктура	2				-	
2.	Принципы комфортного общения. Экскурсия как коммуникативный процесс. Максимум полноты, качества и релевантности информации. Внеречевые средства общения экскурсовода и экскурсантов	2		2		8	Подготовка тематических докладов, проведение подготовленной экскурсии в аудитории
3.	Правила создания экскурсионного текста и проведения экскурсий. Понятия «экскурсия» и «экскурсант». Специфика экскурсионной деятельности. Структура экскурсионного дискурса	4					
4.	Стилистика экскурсионного текста. Тематическая структура экскурсионного текста. Коммуникативные качества речи. Выбор лексических средств в зависимости от состава аудитории. Риторические стратегии и речевые тактики	2				16	Составление путеводителя
5.	Разбор первого варианта экс-			2		22	Групповой проект.

	курсионного текста						Презентация
6.	Презентация и обсуждение экскурсионных текстов, подготовленных каждым студентом			18			
	Промежуточная аттестация					12	Дифференцированный зачет
ВСЕГО: 90 часов		10		22		58	

ИНФОРМАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, А. Н. Путеводитель по дискурсивным словам русского языка / А. Н. Баранов, В. А. Плунягин, Е. В. Рахлина – М. : 1993. – 207 с.
2. Богданов, В. В. Текст и текстовое общение : / В. В. Богданов. – Спб. : СпбУ, 1993. – 267 с.
3. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : / О. Я. Гойхман. – М. : 2006. – 271 с.
4. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение: учебник / Б. В. Емельянов. – М. : 2007. – 187 с.
5. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса : учебник / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис» 2003. – 280 с.
6. Савина, Н. В. Экскурсоведение: учеб.пособие / Н. В. Савина – Мн. : 2009. – 335 с.

ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горелов, И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. М. : 2006. – 64 с.
2. Васильев, А. Д. Интертекстуальность. Прецедентные феномены : учеб. пособие / А. Д. Васильев. – М. : Флинта, 2017. – 342 с.
3. Голуб, И. Б. Книга о хорошей речи / И. Б. Голуб, Д. Э. Розенталь. – М. : Культура и спорт : Юнити, 1997. – 268 с.

Требования к выполнению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название раздела, темы	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения	Цель и задача СРС
1	Экскурсия как коммуникативный процесс. Внеречевые средства общения экскурсовода и экскурсантов	8	Изучение дополнительной литературы. Методика подготовки экскурсионного текста	Подготовка тематических докладов, проведение подготовленной экскурсии в аудитории	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой теме
2	Тематическая структура экскурсионного текста. Выбор лексических средств в зависимости от состава аудитории	16	Изучение сборников документов и учебной литературы по организации экскурсионной деятельности	Составление путеводителя	Развитие познавательных способностей и освоение приемов процесса познания
3	Разбор первого варианта экскурсионного текста	22	Аналитическая обработка текста (рецензирование)	Подготовка тематических докладов	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине

Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по учебной дисциплине

«Дискурсные методы создания экскурсионного текста»

1. Лингвистическая и социокультурная трактовка понятия «дискурс».
2. Особенности формирования дискурса и текста. Типология дискурса.
3. Структура дискурса. Макроструктура и микроструктура дискурса.
4. Распределение информации по клаузам. Понятие «суперструктуры».
5. Экскурсия как коммуникативный процесс. Ведущая роль субъекта высказывания. Необходимость смены ролей.
6. Влияние фоновых знаний слушателей на интерпретацию текста экскурсии. Актуализация фоновых знаний.

7. Принципы сотрудничества Г. П. Грайса. Принцип вежливости Р. Лакофф. Принцип вежливости Дж. Лича.
8. Внеречевые средства общения с экскурсантами.
9. Понятия «экскурсия» и «экскурсant». Специфика экскурсионной деятельности.
10. Структура экскурсионного дискурса.
11. Правила использования цифровой информации, аллюзий и цитат.
12. Методы привлечения и восстановления внимания экскурсantов. Значение пауз.
13. Метод «квантового выброса информации».
14. Особенности подачи материала в зависимости от вида мышления и способа обработки информации членами экскурсионной группы.
15. Взаимодействие эмоциональных и рациональных компонентов.
16. Выбор лексических средств в зависимости от состава предполагаемой аудитории.
17. Амплификации. Выбор тропов.
18. Проблема употребления узкоспециальных терминов при проведении тематических и производственных экскурсий.
19. Речевые тактики «апелляция к авторитету», «контраст», «приведение примера», «юмор», «внесение элемента неформальности».

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В качестве средств диагностики компетенций студентов используются: типовые задания в различных формах (устные, групповые, парные, индивидуальные и т. п.), фронтальный и индивидуальный опрос, презентацией и сообщениями и др.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменении в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ на 20 __/20__ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и коммуникаций (протокол №__ от 20__)

Заведующий кафедрой

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О.Фамилия)

4.2. Методические указания по изучению дисциплины

Цель настоящего учебно-методического комплекса – оптимизировать работу студента по усвоению материала по дисциплине «Модуль 6. Туризм и экскурсоведение: Дискурсные методы создания экскурсионного текста, предоставив в его распоряжение ряд материалов, способных выполнять самостоятельную работу с учебной и научной литературой, подготовку к практическим занятиям, рефератов, презентаций.

Составитель ЭУМК рекомендует студенту, прежде всего, ознакомиться с программой курса, составить представление о его целях и задачах, о характере, объеме и тематическом спектре материала, подлежащего усвоению, об объеме теоретических знаний и уровне сформированности практических навыков и умений, которые ожидаются в качестве результата работы над курсом.

Планы практических (семинарских) занятий следует изучить заблаговременно. При этом имеет смысл сначала познакомиться с их тематикой с тем, чтобы четко представлять себе место каждого практического занятия в контексте курса в целом.

При подготовке к определенному практическому занятию Вам следует, прежде всего, изучить теоретический материал, рекомендуемую литературу, и затем приступить к подготовке презентаций по выбранной теме. При этом следует специально отмечать места, вызвавшие вопросы или затруднения, чтобы обсудить их на занятии.

4.3. Перечень основной литературы

1. Баранов, А. Н. Путеводитель по дискурсивным словам русского языка / А. Н. Баранов, В. А. Плунгян, Е. В. Рахилина. – М. : Помовский и партнеры, 1993. – 205 с.
2. Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк; пер. с англ. / сост. В. В. Петров; под ред. В. И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
3. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – Изд. 2-е. – М. : URSS, 2006. – 120 с.
4. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение : учебник / Б. В. Емельянов. – Изд. 6-е. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с.
5. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ТДГК Гнозис, 2003. – 280 с.
6. Савина, Н. В. Экскурсоведение : учеб. пособие / Н. В. Савина. – Мн. : БГЭУ, 2009. – 129 с.
7. Тураева, З. Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика) : учеб. пособие / З. Я. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с.
8. Горелов, И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. – М. : URSS, 2006. – 112 с.
9. Долженко, Г. П. Экскурсионное дело / Г. П. Долженко. – М. : ИКЦ МарТ, 2005. – 304 с.

4.4. Перечень дополнительной литературы

1. Горелов, И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. – М. : 2006. – 64 с.
2. Васильев, А. Д. Интертекстуальность. Прецедентные феномены : учеб. пособие / А. Д. Васильев. – М. : Флинта, 2017. – 342 с.
3. Голуб, И. Б. Книга о хорошей речи / И. Б. Голуб, Д. Э. Розенталь. – М. : Культура и спорт : Юнити, 1997. – 268 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	5
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	35
2.1. Практикум (примеры экскурсий).....	35
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	61
3.1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов.....	61
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	66
4.1 Учебная программа дисциплины.....	66
4.2. Методические указания по изучению дисциплины.....	78
4.3. Перечень основной литературы.....	79
4.4. Перечень дополнительной литературы	79

Учебное электронное издание

Составитель
Ширяева Наталья Николаевна

ДИСКУРСНЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТЕКСТА

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности*

*6-05-0231-03 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации
(английский язык и второй иностранный язык)*

[Электронный ресурс]

Редактор А. Н. Голотвина
Технический редактор Ю. В. Хадьков

Подписано в печать 30.07.2026.
Гарнитура Times Roman. Объем 0,7 Мб

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-544-7



9 789855 475447