

Ирина В. БАРАНОВА

Югорский государственный университет
Ханты-Мансийск, Россия

Людмила И. ХАРЧЕНКОВА

Российский государственный гидрометеорологический университет
Санкт-Петербург, Россия

**ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ
ПУТЕВОДИТЕЛЯ КАК КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА**

Ключевые слова: креолизованный текст, путеводитель, иллюстрации, фотографии, лингвистические стратегии, прецедентные феномены

Для современной лингвистической парадигмы характерно обращение к текстам, представляющим различные знаковые системы, что объясняется тенденцией к всестороннему анализу проблем коммуникации. Это предполагает обращение как к вербальным, так и к невербальным средствам общения, а также анализ их взаимодействия в креолизованных текстах. Креолизованные тексты – это тексты, в которых вербальные и визуальные компоненты составляют единое структурно-смысловое целое (Ворошилова 2006). Вербальная часть представляет собой надпись или текст, а невербальная часть репрезентируется рисунком, фотографией или таблицей.

Одним из вариантов креолизованного текста является путеводитель. «Путеводитель – это тип справочного издания, носящего прикладной, практический характер, имеющий систематическую структуру или построенный по алфавитному принципу заглавий. Чаще всего путеводитель содержит сведения о каком-либо географическом пункте, стране, городе или культурно-просветительском учреждении (мероприятии), расположенные в удобном для следования или осмотра порядке» (Джиго, Калинин 2010: 124). Классический, традиционный путеводитель-гид – это тематически структурированный информационный гипертекст, он содержит обязатель-

ные для данного жанра энциклопедические тексты, фото, довольно часто в качестве иллюстраций используются фрагменты художественных произведений, в которых речь идет о представляемой достопримечательности. Путеводитель – это жанр туристического дискурса, который служит для ознакомления потенциального туриста с информацией о природных, экономических и культурно-бытовых особенностях страны и позволяет быстро адаптироваться к новому лингвокультурному пространству. Путеводитель является связующим звеном в межкультурной коммуникации и выступает в качестве своеобразного «моста» в иную культуру.

Материал в путеводителях может быть расположен как в алфавитном, так и в систематическом порядке. Для путеводителей характерны следующие черты: сжатая адаптированная информация, большое количество иллюстративного материала, популярный стиль изложения. В них нередко встречаются непринужденные формы речи, занимательные сведения, так как путеводители реализуют не только информативную, но и рекламную функцию.

Важное место в путеводителях занимает визуальная информация, в частности, карты, фотографии, рисунки, чертежи, схемы, таблицы, пиктограммы, логотипы стран и городов, которые повышают информативность издания и усиливают воздействие на читателя.

Например, логотип эстонской столицы привлекает внимание реципиентов тем, что текст логотипа и невербальный компонент полностью совпадают, образуя одно структурное, смысловое и функционирующее целое. Вербальный компонент «Tallinn sounds good» («Таллинн звучит хорошо») намекает на любовь эстонцев к песне. Прилагательное с положительной семой good призвано удержать внимание и создать позитивное восприятие рекламного сообщения. Визуальный компонент логотипа интригует, пробуждает любопытство, побуждает адресатов к дальнейшему поиску информации о городе. Выбор цветовой гаммы для логотипа также неслучаен, ведь синий и белый – официальные цвета флага Таллина (Былюк 2014: 51).

Логотип представляет собой силуэт старого Таллина, от которого исходит звуковая волна, повторяющая данный силуэт, что вызывает в памяти образ эстрады Певческого поля и отражает любовь народа к певческим праздникам. Звуковая волна при этом напоминает и море, в котором отражается Таллин.



Иллюстрации и текст в путеводителе обычно органично дополняют друг друга. А так как функция путеводителя – это привлечение внимания туриста и предоставление ему необходимой проверенной информации, то этому служит и живописное оформление данных изданий. Иллюстрации в путеводителях почти всегда имеют научно-познавательный характер, они поясняют текст путеводителя, привязаны к нему расположением или ссылками.

Самый распространенный вид иллюстраций в путеводителе – это фотографии. Им свойственна документальность, т.е. наглядность и достоверность. Фотографии передают неповторимый облик города, помогают ознакомиться с его главными достопримечательностями.

Кроме географических данных и сведений о местных достопримечательностях, в путеводителе размещается информация о том, как и где можно провести свободное время, там же представлена реклама мест проживания, отдыха, питания; номера телефонов и необходимые адреса ресторанов, гостиниц, музеев и т.д. В текстах путеводителя вербальные и иконические средства, взаимодействуя, создают конкретность. С точки зрения О.П. Каребиной, «сочетание иллюстрации с лингвистическими средствами лишает слово нейтральности, т.е. оно приобретает прагматическое значение. Кроме того, иллюстрации компенсируют возможные и недостаточные знания адресата, а также подтверждают правильность понимания» (Каребина 2008: 11).

В англоязычных путеводителях базовая часть в основных чертах совпадает с русскоязычным аналогом. Она включает историческую справку (the History of...), описание достопримечательностей (What to See; Sights to See), карту (General Map; Location Map), информацию о месторасположении (How to Get to...), времени и стоимости посещения (Opening Hours; Admission Charge), экскурсионных программах (Tours and Programs), близлежащих кафе и сувенирных лавках (Cafes and Souvenir Shops), информацию для людей с ограниченными возможностями (Services for Disabled Visitors) и необходимые телефоны справочно-информационной службы (Useful Telephone Numbers).

Вариативный блок может включать предисловие (Introduction), подробное описание всех близлежащих магазинов (Shopping Experience), мест досуга (Entertainments), отелей (Hotels; Accommodation), алфавитно-предметный указатель (Index of Names), библиографию (Bibliography), благодарность коллегам и спонсорам (Acknowledgements), а также сведения об авторе или авторах.

Следует отметить также наличие термина «авторский путеводитель», который рассматривается как современный жанр «литературы путешествий». Современный авторский путеводитель написан на языке страны – цели путешествия, он задуман как заметки очевидца, впечатления и размышления которого интересны обеим сторонам – и принимающей, и со-

вершающей тур. Популярность этих изданий определила концентрированная презентация страны с межкультурной точки зрения. Для этносоциума страны пребывания данный фокус представления является «взглядом со стороны», необходимым для верификации самооценки, а для потенциального гостя – точкой зрения осведомленного соотечественника» (Митягина 2011: 124).

В английских путеводителях обнаруживается почтительное отношение к истории страны, превознесение ее архитектурных достопримечательностей. При этом авторы текстов путеводителей стремятся подавать информацию в соответствии с представлениями и ожиданиями туристов: *The name Big Ben, commonly used for the clock tower of the Houses of Parliament, properly refers only to the 13-ton bell. If you want to climb the 393 steps to see it, and enjoy a fantastic view, you will need to be a UK resident and contact your MP to arrange a tour. Children under the age of 11 are not admitted. Tours last around 1 hour (Insight Guides 2008: 76).*

Исследователи текстов путеводителя отмечают, что он помогает выстраивать социокультурные отношения между туристами и страной посещения, претендуя на роль модератора. Так, они выделяют следующие лингвистические стратегии, влияющие на туристов:

1) употребление специфических/эмотивных слов, нацеленных на обращение к туристическим ожиданиям (*romantic, authentic, undiscovered*);

2) использование слов языка дестинации, отражающих местный колорит, в том числе таких, которые отмечают предметы и явления в их региональной номинации, например, фрагмент из французского путеводителя: *«Saint-Pétersbourg, Petrograd ou Leningrad, ce sera toujours «Piter» pour les habitants et les amoureux de l'ancienne capitale impériale»* (Санкт-Петербург, Петроград или Ленинград, для влюбленных в бывшую столицу империи город всегда будет Питером) (*Croisière sur la Volga 2016: 29*);

3) цитирование авторитетных путешественников, современных авторов, подтверждающих сведения из текстов путеводителя (*«On a calm day, under a clear sky, Baikal's blueness is intense, peculiar, indescribable, heart-stopping... As one plunges into those blessed depths, all the famous statistics seem irrelevant»* (Murphy 2009);

4) сравнений и метафор, позволяющих сократить разрыв между культурой страны пребывания и культурой туристов - носителей языка (*«To not visit Moscow's Red Square at the start or finish of a Trans-Siberian journey is like skipping the view from the Empire State on a first visit to New York - unthinkable»* (Murphy 2009);

5) прецедентные феномены. Использование прецедентных высказываний и прецедентных имён во франкоязычном путеводителе по Санкт-Петербургу связано с реалиями как французской, так и русской культуры:

«L'avenue principale de Saint-Pétersbourg (souvent surnommée les Champs-Élysées pétersbourgeois) a été imaginée par Pierre Le Grand et taillée dans une forêt à partir de 1760. ... La Perspective Nevski est aussi le nom d'une nouvelle de Gogo» (Главная улица Санкт-Петербурга (которую часто называют петербургскими Елисейскими полями) была спроектирована Петром Великим и проложена через лес в 1760 г. ... Невский проспект – это также название повести Гоголя) (Croisière sur la Volga, 2016: 29). Или: Grâce à Saint-Pétersbourg, Pierre le Grand cherche à ouvrir en Russie une «fenêtre sur l'Europe» (Благодаря строительству Санкт-Петербурга Петр Великий стремится открыть России «окно в Европу»). В данном примере происходит апелляция к идиоматическому литературному выражению из поэмы А.С. Пушкина «Медный всадник», которая часто используется для рассказа о рождении Северной столицы (Сатюкова, <http://spetsifika-otrazheniya-lin-gvokultury-v-tekstah-turisticheskikh-putevoditeley>).

Функционирующие в авторских путеводителях прецедентные феномены, предлагаемые правила формальной коммуникации и интерпретируемые базовые лингвокультурные концепты трактуются В.А. Митягиной как «система паролей» для входа в инокультурное пространство (Митягина 2011:123).

К числу наиболее частотных прецедентных имен в авторском путеводителе по Германии (Kaminer 2007) можно отнести имена известных государственных и политических деятелей, что объясняется тем, что многие достопримечательности обозначены их именами, например, Александерплац. Использование имен правителей в рассказе о Германии – это нередко репрезентация традиционного компонента прецедентного феномена с опорой на стереотип или устойчивое сравнение. Например, при описании традиции немцев принимать солнечные ванны на газоне и организовывать пикники в парке актуализируется имя Чингисхана. В этом случае В. Каминер демонстрирует свои аксиологические основания, описывая отдыхающих как представителей Орды на привале, которые чавкают и смеются во время приготовления лошади на ужин: Man hört die Menschenmassen schmatzen, glucksen, lachen und stöhnen, als hätten Dschingis Khans Horden auf ihrem Eroberungszug durch Europa kurz vor unseren Fenstern Halt gemacht, um sich ein paar leckere Pferde zum Abendessen zu braten (Kaminer 2007: 121–122).

Отсылка к привычным, традиционным ассоциациям читателя в авторском путеводителе часто становится семантическим дополнением к прецедентному имени. Так, рассказывая о том, что в Букингемском дворце рождественская елка пришла на смену веткам омелы, благодаря принцу Альберту, М. Горский пользуется удобным случаем, чтобы напомнить об аналогичных новшествах Петра I (Gorski 2002).

В авторских путеводителях нередко наблюдается трактовка того или иного значимого для культуры концепта. В частности, путеводитель по

Германии обращается к истолкованию основополагающего для немецкой культуры концепта «Ordnung». Немцев характеризуют три Р: они «penibel, pingelig, perfektionistisch» (педантичны, болезненно добросовестны и столь же болезненно стремятся к совершенству) (Gorski 2002: 86) Описание стоящего на «красный свет» и ждущего «зеленого» сигнала человека в то время как машин не наблюдается, должно показать внутреннюю готовность немцев следовать правилам. Немцы контролируют себя и окружающих и непременно осуждающе покачают головой, если пешеход решит перейти улицу на «красный свет». М. Горский объясняет такое поведение тем, что пережив периоды хаоса и разрухи, немцы научились ценить порядок и правильность как антиномию всему нарушающему этот порядок (Gorski 2002).

Особенно инокультурная компетенция автора немецкоязычного путеводителя обнаруживается в предложенной им трактовке немецкого понимания комичного. В частности, автор акцентирует проявление у представителей немецкой лингвокультурной общности «способности сохранять хорошее настроение вопреки повседневному трудностям и неприятностям» и подкрепляет свои рассуждения с помощью цитат из Канта (юмор как первобытное чувство: *Affekt aus der plötzlichen Verwandlung einer gespannten Erwartung in nichts*) и Гегеля (смех как результат контраста сущности и ее проявления: *Kontrastes des Wesentlichen mit der Erscheinung, des Zwecks mit dem Mittel*) (Gorski 2002: 166). Отсылка к авторитетному мнению известных немецких философов и поэтов представляется тем средоточием, которое обнаруживает функционирование прецедентного имени в тексте авторского путеводителя как интегративной части коммуникативного пространства, им создаваемого, что выражается в толковании ключевых концептов национальной культуры.

В российских путеводителях нередко присутствует национально-культурный компонент в виде эпитафий-стихов, связанных с памятниками: «Барклай-де-Толли и Кутузов Зимой морозили французов. За то их русский люд прославил: Без шапок на мороз поставил» или в виде мифов и легенд: «самый известный призрак Петербурга, как утверждают, живёт в Михайловском замке. Печальную тень императора, играющего на флажолете (инструменте, напоминающем флейту), видели в XIX в., видят иногда и сегодня. Впрочем, сотрудники музея замечают, что при первых звуках музыки достаточно сказать: «Здравствуйте, Ваше Величество!» – и призрак затихает» (Путеводитель//<http://ispbguide.com>).

В целом, можно констатировать, что анализ путеводителей обнаруживает их этнокультурное своеобразие, страноведческую и лингводидактическую ценность, поскольку прецедентные феномены, культурные концепты, мифы и легенды, фотографии, логотипы, карты, реклама – все эти составляющие путеводителя могут успешно использоваться на занятиях по страноведению, лингвокультурологии и межкультурной коммуникации.

Библиография

- Былюк И.Л., 2014, *Логотипы городов как креолизованные тексты*, „Филологические науки. Вопросы теории и практики”, № 4 (34), часть 2, с. 50–55.
- Ворошилова М.Б., 2006, *Креолизованный текст: аспекты изучения*, „Политическая лингвистика”, вып. 20, с. 180–189.
- Джиго А.А., Калинин С.Ю., 2010, *Стандарты по издательскому делу*, Москва.
- Карбина О.П., 2008, *Семантическая организация лингвистических и паралингвистических феноменов в текстах предметной области «Туризм»*: дис. канд. филол. наук, Краснодар.
- Митягина В.А., 2011, *Текст авторского путеводителя: «система паролей» к инокультурному пространству*, „Вестник Волгоградского гос. ун-та”, сер. 2, Языкознание, № 1 (13), с.123–129.
- Путеводитель по Санкт-Петербургу от Юрия Нежинского*, [online] <http://ispbguide.com>, [25.06.2018].
- Сатюкова В.А., *Специфика отражения лингвокультуры в текстах туристических путеводителей* [в:] «Актуальные вопросы современной филологии и журналистики», 2018, № 2(29), с. 93–98, [online] <http://spetsifika-otrazheniya-lingvokultury-v-tekstah-turisticheskikh-putevoditeley>, [20.10.2019].
- Gorski M., 2002, *Gebrauchsanweisung für Deutschland*, München, Zürich.
- Kaminer W., 2007, *Ich bin kein Berliner. Ein Reiseführer für faule*, München.
- Murphy D., 2009, *Through Siberia by Accident*, United Kingdom.
- Saint-Petersbourg: *Croisière sur la Volga (Country Guide)*, 2016.

LINGUODIDACTIC POTENTIAL OF A GUIDEBOOK AS A CREOLIZED TEXT

Summary

In this article, the specifics of the guidebook as a creolized text is described including its functions, structure, as well as some linguistic, and ethnic and cultural features.

Besides geographic data and information about local attractions, the guidebook contains information concerning how and where you can spend your free time, as well as advertising of accommodation places, recreation zones, catering, telephone numbers and useful addresses of restaurants, hotels, museums, etc.

The authors emphasize that the guidebook serves as a moderator assisting in establishing social and cultural relations between tourists and the country to visit.

Key words: creolized text, guidebook, illustrations, photographs, linguistic strategies, case phenomena.