

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА НІМЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему **ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ МУЗЕЙНИХ
ОНЛАЙН-ЕКСКУРСІЙ**

Виконав: студент 2 курсу,
групи 8.0351-н-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.04 Германські мови
та літератури (переклад включно)
освітньо-професійної програми
Мова і література (німецька)
Малиночка Дмитро Іванович

Керівник д.ф.н., доц. Шапочка Н.В.
Рецензент к.ф.н., доц. Вапіров С.Ю.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра німецької філології і перекладу

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.04 Германські мови та літератури (переклад включно)

Освітньо-професійна програма Мова і література (німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

доц. Вапіров С.Ю.

«___» _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

МАЛИНОЧЦІ ДМИТРУ ІВАНОВИЧУ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра «Жанрові особливості текстів музейних онлайн-екскурсій».

Керівник кваліфікаційної роботи Шапочка Наталя В'ячеславівна, к.ф.н., доцент

затверджені наказом ЗНУ від «___» _____ 20__ року №___

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) 06 грудня 2022 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту)

Об'єктом дослідження є тексти німецькомовних оглядових онлайн-екскурсій.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) з'ясувати тлумачення поняття «екскурсійна мова» у сучасній лінгвістиці; 2) виявити і описати основні лінгвопрагматичні особливості

екскурсійної онлайн-мови; 3) дослідити комунікаційне навантаження екскурсійних онлайн-текстів у сучасній німецькій мові; 4) дослідити лексичні та граматичні особливості текстів онлайн-екскурсій німецькою мовою; 5) проілюструвати мовні особливості текстів німецькомовних онлайн-екскурсій.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Шапочка Н.В., к.ф.н., доц.	02.05.2022	02.05.2022
Розділ 1	Шапочка Н.В., к.ф.н., доц.	10.07.2022	10.07.2022
Розділ 2	Шапочка Н.В., к.ф.н., доц.	15.09.2022	15.09.2022
Висновки	Шапочка Н.В., к.ф.н., доц.	28.10.2022	28.10.2022

6. Дата видачі завдання «02» травня 2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	Травень 2022 р.	Виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	Червень 2022 р.	Виконано
3.	Написання вступу	Серпень 2022 р.	Виконано
4.	Написання теоретичного розділу	Серпень 2022 р.	Виконано
5.	Написання практичного розділу	Вересень 2022 р.	Виконано
6.	Формулювання висновків	Жовтень 2022 р.	Виконано
7.	Проходження нормоконтролю	Грудень 2022 р.	Виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	Грудень 2022 р.	Виконано
9.	Захист	Грудень 2022 р.	Виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ Д.І. Малиночка

Керівник роботи _____ Н.В. Шапочка

Нормконтроль пройдено

Нормконтролер _____ С.Ю. Вапіров

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 72 стор., рис. 1, 55 джерел.

Об'єкт дослідження: тексти музейних німецькомовних онлайн-екскурсій, створені екскурсоводом, які служать основою для його усної публічної промови або функціонують автономно в путівнику, а також екскурсійні повідомлення в усній формі.

Мета роботи: виявити і описати основні лінгвопрагматичні особливості екскурсійної мови на прикладі аналізу конкретних текстів, створених екскурсоводом, охарактеризувати мовні способи і мовні засоби продукування екскурсійної мови як інтегрованого жанрового тексту.

Актуальність дослідження обумовлена важливістю вивчення одного з популярних в сучасній комунікативній практиці жанрів, перш за все, в науково-просвітницькій сфері спілкування - жанру екскурсійної онлайн-мови.

Одержані висновки та їх новизна: було досліджено екскурсійну онлайн-мову як лінгвістичний і жанрово-стильовий феномен.

Результати дослідження можуть бути застосовані у подальших дослідженнях лінгвопрагматичних особливостей німецькомовної екскурсійної онлайн-мови, під час викладання німецької мови, та в інших суміжних дисциплінах.

Перелік ключових слів: ЕКСКУРСІЙНА МОВА, ТЕКСТ, ДИСКУРС, СПІЛКУВАННЯ, ЛІНГВІСТИКА.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРЕДМЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ.....	10
1.1 Лінгвопрагматичні параметри екскурсійної мови як різновиду туристичного дискурсу та напрямки її дослідження.....	10
1.2 Жанрові особливості екскурсійної мови.....	20
1.3 Історія розвитку жанру.....	27
Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2. ЖАНРОУТВОРЮЮЧІ ПАРАМЕТРИ ТЕКСТІВ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ НІМЕЧЧИНОЮ ТА АВСТРІЄЮ.....	39
2.1. Функціональне та тематичне навантаження віртуальних музейних екскурсій.....	39
2.2. Граматичні та структурні особливості текстів німецькомовних оглядових екскурсій.....	44
2.3. Лексико-стилістичні особливості текстів німецькомовних музейних екскурсій.....	49
Висновки до розділу 2.....	63
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ZUSAMMENFASSUNG.....	71

ВСТУП

Дослідження жанрів представляє собою самостійний розділ сучасної науки, який є дотичним до багатьох сфер сучасного мовознавства. В значній мірі це обумовлено універсальною природою жанрів мовлення, в комунікативному просторі яких з'єднуються форми соціальної взаємодії та мовні засоби спілкування.

У своїх дослідженнях сучасних жанрів мовлення багато вітчизняних і зарубіжних лінгвістів спираються на спадщину М. М. Бахтіна, для якого принциповим є думка, що жанр як дослідницький об'єкт не має суворих обрисів, що він не обмежений висловом (текстом) як таким, але входить до області власне комунікації, соціальної і мовної взаємодії мовців. Ось чому теорія жанрів мовлення розробляється в надрах цілого ряду напрямків сучасної комунікативної лінгвістики і лінгвопрагматики: в лінгвістичній антропології, соціолінгвістиці, психолінгвістиці, когнітології, в лінгвістиці тексту, стилістиці, риторичі, поетиці, в лінгвокультурології та інших суміжних дисциплінах. Різноманіття підходів до проблеми опису жанрових ознак мови знайшло відображення в теоретичній і частково в практичній частині нашої роботи.

Актуальність дослідження обумовлена важливістю вивчення одного з популярних в сучасній комунікативній практиці жанрів, перш за все, в науково-просвітницькій сфері спілкування - **жанру екскурсійної онлайн-мови**. Під терміном «екскурсійна мова» ми розуміємо комплексний комунікативний феномен, що дозволяє вивчати його в «реальному» і «потенційному» вимірах. У «реальному» вимірі екскурсійна мова може розглядатися як особлива система комунікації, як поточна мовна діяльність екскурсовода в певному соціальному просторі, що пов'язана з реальним життям і реальним часом, а також виникають в результаті цієї діяльності мовні твори (тексти), взяті у взаємодії лінгвістичних, паралінгвістичних і екстралінгвістичних чинників. Екскурсійна мова може бути вивчена як

тезаурус текстів і набір жанрів, орієнтованих на обслуговування екскурсійної сфери спілкування («контрольні» тексти екскурсій, підготовлені екскурсоводами в письмовій формі, які відтворюються потім у процесі безпосереднього екскурсійного спілкування, тексти путівників, представлені на різних інформаційних носіях: на друкованій основі, на DVD-дисках, на спеціалізованих Інтернет-сайтах).

Об'єктом нашого дослідження є текстові онлайн екскурсії, створені екскурсоводом, які служать основою для його усної публічної промови або функціонують автономно в путівнику, а також екскурсійні повідомлення в усній формі, які здійснюються в певному часовому режимі перед групою екскурсантів (в особливій ситуації спілкування).

Предмет дослідження - жанрові особливості екскурсійної онлайн-мови, при опорі на опис і характеристику мовних і мовних засобів взаємодії адресанта і адресата. Жанр екскурсійної мови розглядається нами як стійка форма реалізації мовного наміру адресанта, орієнтована на конкретного адресата; як єдність властивостей форми і змісту (композиції і стилю), яка визначається метою і умовами соціально значимого спілкування; як набір специфічних жанроутворюючих і жанровизначних ознак.

Мета цієї роботи - виявити і описати основні лінгвопрагматичні особливості екскурсійної мови на прикладі аналізу конкретних текстів, створених екскурсоводом, охарактеризувати мовні способи і мовні засоби продукування екскурсійної мови як інтегрованого жанрового тексту.

Поставлені завдання визначили застосовані **методи дослідження**: метод спостереження; метод опису (при аналізі спеціальної літератури та екскурсійних текстів); метод порівняльного аналізу; метод мовностилістичного аналізу; метод структурного аналізу; статистичний метод (визначення частотності функціонування фігур мови); метод моделювання.

Новизна дослідження визначається тим, що в роботі описані закономірності функціонування екскурсійної мови в соціально значущій (культурно-просвітницької) сфері спілкування, з опорою на аналіз композиції, стилю, мовних засобів вираження, особливостей мовної поведінки «мовця». У дослідженні зроблено комплексний опис екскурсійної мови як поліфункціонального інтегрованого жанрового феномену, розглянуті сучасні тенденції функціонування жанру екскурсійної мови в рамках соціально значимого спілкування; доведено, що модель жанрового феномену екскурсійної мови може трансформуватися з урахуванням поставлених завдань і доповнюватися прийомами адресації в рамках сучасного екскурсійного спілкування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРЕДМЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

У цьому розділі ми розглянемо основні лінгвістичні параметри екскурсійної мови як тексту, визначимо складові жанрового паспорта екскурсійної мови: опишемо її жанроутворюючі і жанровизначні ознаки.

1.1 Лінгвопрагматичні параметри екскурсійної мови як різновиду туристичного дискурсу та напрямки її дослідження

Відповідно до завдань даного дослідження розглянемо поняття екскурсійної мови в аспекті текстових категорій; виділимо основні лінгвістичні параметри екскурсійної мови як тексту; уточнимо співвідношення понять «текст» - «дискурс», що продиктовано специфікою екскурсійної мови як об'єкта даного дипломного дослідження.

Під терміном «екскурсійна мова» ми розуміємо комплексний комунікативний феномен, представлений для вивчення в «реальному» і «потенційних» вимірах [38; с. 12]. У «реальному» вимірі екскурсійна мова може розглядатися як особлива система комунікації, як поточна мовна діяльність екскурсовода в певному соціальному просторі, пов'язана з реальним життям і реальним часом, а також виникають в результаті цієї діяльності мовні твори (тексти), зумовлені взаємодією лінгвістичних, паралінгвістичних і екстралінгвістичних чинників. У «потенційному» вимірі екскурсійна мова може бути розглянута як тезаурус текстів в певній жанровій організації, орієнтованих на обслуговування адресата екскурсійної сфери спілкування («контрольні» тексти екскурсій, підготовлені екскурсоводами в письмовій формі, які відтворюються потім в процесі безпосереднього екскурсійного спілкування, тексти путівників, представлені на різних інформаційних носіях: на друкованій основі, на спеціалізованих Інтернет-сайтах).

У сучасній лінгвістиці проблемами вивчення тексту, включеного в соціальний контекст, що розглядається у взаємодії лінгвістичних, екстралінгвістичних і паралінгвістичних факторів, займається теорія дискурсу. Однозначного трактування визначення «дискурс» в сучасній науці не існує. Виділяють кілька підходів до розуміння сутності дискурсу:

1) комунікативний підхід: дискурс як вербальне спілкування (мова, вживання, функціонування мови) або діалог, або як бесіда, тобто тип діалогічного висловлювання, або як мова з позицій говорить на протипагу оповіданню, яке не враховує такої позиції, або як єдність регулярно-колективного та творчо-індивідуального початку мовлення (рекурсії і дискурсії) [2; с. 25];

2) структурно-синтаксичний підхід: дискурс як фрагмент тексту (складне синтаксичне ціле, абзац, нагромадження реплік удіалозі) або як розгорнутий зміст тексту в свідомості одержувача мови [21; с. 10];

3) структурно-стилістичний підхід: дискурс як нетекстова організація розмовної мови, що характеризується нечітким розподілом на частини, частотним використанням асоціативних зв'язків, спонтанністю, високою контекстністю [31; с. 3];

4) соціально-прагматичний підхід: дискурс як текст, занурений у ситуацію спілкування, в життя [3; с. 136], або як соціально й ідеологічно обмежений тип висловлювань, наприклад, феміністський підхід [19; с. 3].

В рамках даного дослідження найбільш прийнятним нам представляється соціально-прагматичний підхід, який би розглядав екскурсійну мову як соціально обумовлений комунікативний феномен, самостійний тип дискурсу з властивими йому жанровими особливостями [12; с. 92–96].

Необхідно відзначити, що в сучасній лінгвістиці терміни «текст» і «дискурс» трактуються найчастіше як близькі, але не тотожні поняття. У ряді

досліджень пропонується розмежовувати текст і дискурс за різними підставами. Є.І. Шейгал виділяє наступні варіанти співвідношення даних категорій в лінгвістичних дослідженнях: 1. текст як явище суто лінгвістичне, дискурс - лінгвосоціальне; 2. текст як вербальне уявлення («словесний запис») комунікативної події; дискурс - як «текст в подієвому аспекті», «мова, занурена в життя» [1; с. 31]; 3. текст як продукт мововиявлення, що має закінчену і зафіксовану форму, дискурс розгортається в часі, пов'язаний з процесом мовоутворення; 4. текст і дискурс можна розглядати в опозиції «актуальність – віртуальність»: дискурс знаходить своє вираження в тексті, дискурс трактується як мовна подія, в ході якої твориться текст як ментального конструкту; 5. дискурс асоціюється тільки з усним мовленням, а текст з її письмовою формою. [39; с.7-10].

У сучасній лінгвістиці дискурс часто трактується з позицій діяльнісного підходу. При цьому дискурс розглядається як єдність тексту і контексту, лінгвістичних і соціокультурних компонентів. Типовою в цьому плані є трактування дискурсу, за В.В. Червоних: Дискурс є невербалізована речова та мовна діяльність, що розуміється як сукупність процесу та результату і володіє як власне лінгвістичними, так і екстралінгвістичними планами [22; с. 199]. Саме таке розуміння співвідношення понять «текст» - «дискурс» є кращим в рамках нашого дослідження. Відповідно до поставлених в ньому завдань ми, перш за все, повинні будемо зосередити увагу на описі екскурсійної мови як особливої текстової та жанрової форми висловлювання, з огляду на можливість співвіднесення наступних понять: «екскурсійний текст», «екскурсійний дискурс», «жанр екскурсійної мови».

Сучасний етап вивчення тексту в лінгвістиці носить поліпарадигматичний характер. З одного боку, представники різних наук: філософії, логіки, психології - розглядають лінгвістичні питання і вирішують цілий ряд теоретичних і практичних завдань. З іншого боку, фахівці в області мови звертаються до досліджень психології, соціології, теорії засобів масової

комунікації та інших галузей знань для розв'язання лінгвістичних проблем. Це свідчить про міждисциплінарний статус тексту, що природно обумовлює існування безлічі підходів до його вивчення. Відповідно до основних наукових парадигм сучасного мовознавства, виділяють «лінгвокультурологічний, структурний і комунікативний підходи до дослідження тексту, його характеристик і категорій [18; с. 226].

Найбільш широке коло питань, які зачіпають сутність тексту як феномену людської культури, розглядається при лінгвокультурологічному дослідженні тексту (О.М. Верещагін, Н.Д. Бурвікова, В. Г. Костомаров, В.С. Воркачев, В.В. Воробйов, І.В. Захаренко, В.В. Колесов, С.Г. Тер-Минасова, В. А. Маслова). Такий підхід спрямований на висвітлення особливостей менталітету народу, обумовлених його історією і відображених у мові, прецедентних текстах, культурних концептах. Предметом вивчення лінгвокультурології стають інтертекстуальні співвідношення цілого тексту або його автономних фрагментів [18; с. 227].

В рамках структурного підходу до вивчення тексту коло досліджуваних проблем локалізується. Узагальнену характеристику основних теоретичних положень даного підходу до дослідження тексту пропонує В.І. Карасик в своїй монографії «Мовне коло: особистість, концепти, дискурс»: «1) текст є результатом, а не процес мовлення і зазвичай зафіксований в письмовій формі; 2) текст - це інтенціональний твір автора, звернений до адресата; 3) існують різні типи і жанри текстів; 4) існують фундаментальні характеристики, властиві всім текстам, - текстові категорії» [18; с. 226]. Відмінна риса структурного підходу - орієнтація на письмову форму мови, упорядковану форму комунікації, позбавлену спонтанності. Серед теорій, що розробляють структурну модель опису тексту як самодостатнього замкненого утворення, виділяється, безумовно, концепція І.Р. Гальперіна, викладена в ряді статей та монографії «Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження». Свій погляд на природу тексту вчений відображає в наступному, який став на довгі роки

класичним, визначенні: «Текст - произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической связи, имеющее определенную направленность и прагматическую установку» [8; с. 18]. Як вважає лінгвіст, текст розрахований на слухове сприйняття. Цю точку зору підтримує і З.Я. Тураєва. На її думку, якщо усне мовлення відрізняє лінійність, то текст - багатовимірність, тому що можливо багаторазове повернення до будь-якої його ділянки [35; с. 27]. Крім того, на противагу усному мовленню «для тексту характерне графічне втілення» [35; с. 12].

Такий підхід до розуміння сутності тексту співпадає з позицією Т. ван Дейка. Однак вчений оцінює текст з точки зору теорії комунікації і в своєму визначенні розширює поняття: «Текст позбавлений жорсткої прикріпленості до реального часу, він являє собою абстрактний ментальний конструкт, що реалізується в дискурсі» [11; с. 132]. Наведена точка зору вказує на необхідність вивчення тексту не тільки як результату, але і як процесу мови з урахуванням обставин спілкування і характеристик комунікантів. Таким чином, може бути здійснений перехід до комунікативної моделі представлення тексту.

Екскурсійна мова як специфічна модель тексту включає різні види інформації (вербальні і невербальні її компоненти).

Звернемося до аналізу вербального компонента екскурсійної мови як тексту.

Слід підкреслити, що сучасна екскурсійна мова може являти собою як письмовий (наприклад, в путівниках або в професійних зразкових текстах),

так і усний текст (наприклад, текст, що звучить під час реальної екскурсії або онлайн на спеціалізованих інтернет-сайтах).

Для всебічного розкриття поняття текст стосовно екскурсійної мови звернемося до виділення його категоріальних ознак.

Принципове значення для характеристики екскурсійної мови як тексту має категорія інформативності.

Інформація є змістом будь-якого завершеного тексту. Вона є, на думку І.Р. Гальперіна, соотношение смыслов и сообщений, дающее новый аспект явлениям, фактам, событиям. Это соотношение подвержено изменению по мере продвижения текста [8; с. 38]. І.Р. Гальперін виділяє наступні типи інформації, що міститься в тексті: змістовно-фактична (містить повідомлення про факти, події, процеси), змістовно концептуальна (розкриває авторське розуміння відносин між цими явищами, фактами, подіями, це задум автора і його інтерпретація), змістовно підтекстна (виявляє прихований сенс, який дістається з опису фактів, подій).

І письмовому, і усному тексту екскурсійної мови притаманна інформативність. Це пов'язано з головною інтенцією - повідомити певні відомості про об'єкт показу, викликати у екскурсантів їх емоційну інтерпретацію і сформувані оцінне ставлення. Т.А. Налімова [26; с. 18] доводить, що в екскурсійній мові можуть бути присутні всі три типи інформації, тобто і змістовно-фактична (про предмет мовлення; про факти, події і т.п.), і змістовно-концептуальна (інтерпретаційна складова; відомості про авторську оцінку описуваного), і змістовно-підтекстна (прихована інформація, яку видобувають із тексту).

Розглянемо стосовно екскурсійної мови дві не менш значущі текстові категорії - цілісність і зв'язність.

Цілісність - категорія, яка характеризує текст як смислову єдність. На думку вчених, суть феномену цілісності - психолінгвістична, вона корениться

в єдності комунікативної інтенції мовця (мовців) і в ієрархії планів (програм) мовного висловлювання. «Цілісний текст характеризується ієрархією смислових предикатів ... У цьому плані можна визначити цілісний текст, який при переході від однієї послідовної ступені компресії до іншої, глибшої, кожен раз зберігає смислову тотожність, втрачаючи маргінальні елементи» [36; с. 47].

В екскурсійній мові зовнішні ознаки цілісності виступають для адресата як сигнали, що дають йому змогу, не чекаючи повного сприйняття тексту, прогнозувати його можливі межі, обсяг, і що найголовніше, його змістовну структуру і використовувати всі ці дані для полегшення адекватного сприйняття.

Одна з найважливіших складових цілісності екскурсійної мови - її ідейно тематичне наповнення. «Тема екскурсійної мови - це основний предмет мовлення, вона відноситься до її мети, є стрижнем, на якому будуються слово і показ, міркування і роз'яснення» [36; с. 18].

Дійсно, кожна екскурсія має свою тему. Чітке визначення та формулювання теми екскурсійної мови мають вирішальний вплив на її зміст, підвищують силу впливу на аудиторію, готують її до сприйняття майбутньої промови. Не можна не погодитися з фахівцями-екскурсоводами: «тема повинна бути актуальною, цікавою, конкретною, чітко сформульованою, доступною» [15; с. 15]. Необхідно також розмежовувати поняття «тема» екскурсійної мови і її «назва». Під назвою (заголовком), як правило, розуміється «словесне позначення теми екскурсійної мови» [36; с. 19]. Відомо, що екскурсійна мова на одну і ту ж тему може мати кілька назв, і це залежить від багатьох факторів: складу учасників і вихідного рівня їх комунікативної культури, завдань екскурсійної мови, вікових особливостей екскурсантів і т.д. Мовне оформлення теми дуже важливо для забезпечення цілісності екскурсійної мови. Яскрава, виразна назва виконує функцію своєрідного "рекламного сигналу".

При цьому практики стверджують, «формулювання теми екскурсійної мови повинно відображати найважливішу інформацію, яка в ній міститься, і бути доступною сприйняттю екскурсантів» [16; с. 13].

Зв'язність тексту визначається в наукових дослідженнях як категорія, що характеризує особливості з'єднання всередині мовного тексту його елементів: речень, надфразових елементів, фрагментів і т.д.

Це особливі види зв'язку, які забезпечують логічну послідовність окремих повідомлень, фактів, дій. Зв'язність організовує лінійний зв'язок частин тексту за допомогою мовних одиниць різного рівня. Це займенники та займенникові слова, однакові форми дієслів, синтаксичний паралелізм, еліпсис, порядок слів, регулярна повторюваність ключових слів, що співвідносяться з категорією послідовності. Названі засоби є часто вживаними в екскурсійній мові [26; с. 22].

Зв'язність, на думку дослідників текстів, - це зовнішня, видима сторона висловлювання, обумовлена ситуацією спілкування. Це своєрідна нитка, яка скріплює частини тексту, вибудовуючи їх відповідно до логіки розгортання теми і основної думки висловлювання. «Для того щоб адресат якомога більш точно і повно сприймав передану інформацію як цілісну і зв'язну, автор продумує структурно композиційне оформлення тексту». Як правило, текст має структуру, яка складається з трьох частин: з зачину, основної частини і закінчення. У зачині виражається ключова думка висловлювання, заявляється тема, визначається розвиток тексту. Основна частина - це виклад основної інформації, в якій розкривається тема, представляється сума декількох підтем, з'єднаних логічними переходами. Закінчення являє собою висновок, підводить підсумок того, що було сказано раніше, узагальнює і завершує інформацію. Тексти екскурсійної мови також мають традиційну структуру, яка складається з трьох частин. Виділяють три композиційних блоки екскурсійної мови: «захоплюючий вступ, основна частина і яскравий, експресивний висновок» [27; с. 86].

У спеціальній літературі, адресованій екскурсоводам, композицію екскурсійної мови розглядають як вже традиційно складений. Вступ - це комунікативний зачин. Його завдання - залучити, завоювати увагу аудиторії. Хронологічний вступ починається, коли перед слухачами з'являється екскурсовод. Вступ підрозділяється на дві частини - організаційну та інформаційну. В організаційній частині повідомляється, як правило, ПІБ екскурсовода, тема, маршрут, тривалість екскурсії. В інформаційній частині коротко викладається зміст майбутньої екскурсії. Основна частина екскурсійної мови - розвиток теми в вигляді висловлювання. В основну частину входять кілька підтем, з'єднаних логічними переходами. Ці логічні переходи - дуже важливі, хоча і не мають самостійного значення частини екскурсійної мови, вони надають висловлюванню необхідну чітку будову і послідовність. Зміст кожної мікротеми розкривається на одному або декількох предметах мови. В екскурсійній мові включається їх показ, викладаються події, пов'язані з об'єктами екскурсії. Висновок екскурсійної мови - це комунікативний підсумок екскурсії. У ньому екскурсовод підсумовує враження екскурсантів, узагальнює і актуалізує основну інформацію» [27; с. 89].

Екскурсійна мова може бути підкріплена образною системою. Образна система може бути представлена музичним і невербальними фонаційними кодами. Важливо відзначити, що в залежності від форми реалізації екскурсійного повідомлення (усній - в процесі безпосереднього екскурсійного спілкування; письмовій - в путівнику) набір і поєднання невербальних сигналів, які доповнюють мовний код, буде різним. Так, в текст екскурсійного повідомлення, трансльованого в процесі реальної екскурсії, облігаторно включаються реалії навколишнього світу (або їх відображення на фото; малюнки, схеми, що входять в «арсенал екскурсовода»), що становлять предмет спілкування, а також специфічні

тільки для усного спілкування інтонаційні і темпо-ритмічні оформлення мови екскурсовода, міміка і деякі види жестів.

«Одним зі способів передачі інформації в екскурсійному спілкуванні є музика, яка часто використовується в ролі емоційного естетичного фону» [13; с. 82]. Музичний код може завершувати формування інформації тексту, сприяти створенню «музичного образу» предмета екскурсійного спілкування. Музичний супровід виступає в тексті екскурсії як один із засобів чуттєвої сугестії, це - емоційний фон, який створює певні настрої. Як справедливо зауважує В. Л. Музикант, «адресуючи до почуття, музика збуджує естетичні алюзії і прямі смислові паралелі, створює ілюзорне розширення простору, служить додатковим засобом структурно-композиційної організації» [25; с. 190]. В якості додаткового емоціогенного фактора в текст реальної екскурсії можуть включатися елементи невербального фонаційного коду: записи звуків, що видаються тваринами (під час екскурсії природою), інструментальні звукові знаки, одержувані за допомогою людського впливу на предмети або музичні інструменти (дзвін, барабанна дріб і т. д.). Знаки даного коду несуть додаткове смислове навантаження (ілюструють слово), створюють фон повідомлення, його звукову реальність, сприяючи кращому декодуванню інформації. Даний код не є обов'язковим в тексті екскурсійного повідомлення, оскільки виявляє себе не в кожній екскурсії. Також факультативно в екскурсію можуть включатися специфічні невербальні засоби впливу на адресата: запах, дотикове знайомство з предметами, про які розповідає екскурсовод (наприклад, під час екскурсії по лондонському «Замку жахів» екскурсанти відчують запах диму під час розповіді про пожежу в Лондоні в 1666 році; багато музеїв пропонують екскурсантам зі слабким зором екскурсії, під час яких вони можуть торкнутися руками спеціально відведені експонати, а також копії історичних пам'ятників; під час інтерактивних дитячих екскурсій їх учасники можуть «сісти за прядку» і спробувати прясти нитку).

Спірним є питання про типологію текстів екскурсійної мови. Більшість вчених, фахівців в області екскурсійної справи, зазначають, що розподіл екскурсій на чітко визначені групи на практиці носить умовний характер, проте має велике значення для підготовки професійного екскурсовода [14; с. 50]. Дослідники пропонують класифікувати екскурсії за різними критеріями: 1) за змістом; 2) за складом і кількістю учасників, 3) за місцем проведення; 4) за тривалістю; 5) за способом пересування; 6) за формою проведення. На наш погляд, дані класифікуючі ознаки можуть бути розглянуті як екстралінгвістичні наджанрові параметри, що формують модель екскурсійної комунікації.

1.2. Жанрові особливості екскурсійної мови

На даному етапі дослідження ми з'ясували, що екскурсійна мова є креалізованим типом тексту, що функціонує в усній або письмовій формі; організований у вигляді діалогічного монологу; володіє універсальними текстовими ознаками. Екскурсійна мова має також специфічні жанроутворюючі ознаки і низку мовних особливостей. Однак цей перелік лінгвістичних і жанрових параметрів екскурсійної мови не є вичерпним, оскільки не включає в жанрову «палітру» екскурсійної мови її специфічних якісних властивостей, що дозволяють безпомилково визначити жанр як пріоритетний і здійснити перенесення цих жанроутворюючих ознак в практику створення жанрового зразка. В першу чергу, в числі особливих жанрових ознак екскурсійної мови слід назвати діалогічність.

Екскурсійна мова не просто інформує екскурсанта: вона спрямовує і регулює його увагу, розставляє ціннісні пріоритети при сприйнятті об'єктів показу. До специфічних засобів напрямку та регулювання уваги і сприйняття реципієнта в екскурсійній мові можна віднести: 1) жорсткий відбір об'єктів для огляду (маршрут екскурсії); 2) використання оцінної лексики при їх характеристиці; 3) посилення на авторитетні думки (наприклад, відвідування даного курорту популярними людьми); 4) наявність спеціальних

навігаційних знаків, направляючих увагу аудиторії; 5) в усних і письмових текстах екскурсійної мови - використання лінгвістичних засобів передачі інформації (в усних - темпо-ритмічне і інтонаційне варіювання усної мови; в письмових - розмір і колір шрифту, стрілки-показки, що зв'язують текст з ілюстрацією; як специфічний засіб діалогізації можна розглядати включення до нього чистих «листів для нотаток», куди читач має змогу вписати потрібну інформацію, свої враження і доповнення).

При цьому важливо відзначити, що екскурсійна мова - жанр бінарний: адресат екскурсійного тексту виступає його співавтором. На передтекстовому етапі і в письмових екскурсійних текстах - як гіпотетичний ідеальний узагальнений адресат, який добровільно дозволяє вторгтися в свою свідомість і моделювати сприйняту реальність; в процесі реального екскурсійного спілкування - як активний учасник екскурсійного діалогу, який регулює своєю комунікативною поведінкою процес продукування екскурсійного тексту [26; с. 62].

Адресант екскурсійної мови вже на передтекстовому етапі її створення керується інформаційними і комунікативними запитамі гіпотетичної аудиторії: планується комплекс засобів адресації інформації. Визначальним у даному комплексі (безпосередньо впливає на вибір засобів адресації) можна вважати, що фактор усності це унікальний комунікативний тип екскурсійного спілкування (даний фактор актуальний для переважної більшості екскурсійних текстів, що функціонують в режимі безпосереднього контакту екскурсовода і екскурсантів). Ми маємо в даному випадку на увазі не стільки форму існування екскурсійної мови і пов'язані з нею особливості організації каналу спілкування в екскурсії, скільки сукупність ситуативно і функціонально обумовлених факторів безпосередньої комунікації, що визначають специфіку лінгвістичних параметрів екскурсійної мови як тексту, що твориться адресантом та адресатом «тут і зараз» (в режимі безпосереднього спілкування) [15; с. 44]. На підставі вище сказаного

доцільним видається звернення на даному етапі роботи до виділення найбільш важливих лінгвістичних параметрів усного тексту в цілому, які несуть в собі істотні відмінності від лінгвістичних параметрів письмового тексту. Отримані дані про основні особливості «лінгвістичного паспорта» усного тексту, що твориться в умовах публічного спілкування, стануть основою для виділення цих особливостей стосовно до основних лінгвістичних параметрів усного екскурсійного тексту. Зробимо відразу кілька суттєвих зауважень загальнотеоретичного характеру, які стануть для нас опорними в ході дослідження.

Як сегмент усно-розмовного різновиду мови усний текст, створований в публічній сфері спілкування, відрізняється рядом особливостей, пов'язаних з впливом на нього функціонально і комунікативно зумовлених чинників спілкування. Аналіз наукової літератури показав, що на сьогоднішній день серед вчених не існує єдиної думки щодо складу та ієрархії цих факторів.

Поява ж у тексті усного публічного виступу елементів, наприклад, розмовної мови розглядається як її недолік, порушення канону, не пов'язаний з усною формою, але з рядом інших екстралінгвістичних ознак.

В. Барнет пов'язує особливості основних лінгвістичних параметрів тексту усного публічного виступу з його приналежністю до особливої комунікативно-функціональної різновиду літературної мови. Серед чинників, що формують специфічні особливості усного публіцистичного тексту, найважливішими дослідник вважає такі:

- 1) публічність і офіційність обстановки функціонування;
- 2) інтелектуалізований змістовно-тематичний план;
- 3) характер адресата [7; с. 156].

Отже, охарактеризувавши загальні особливості параметрів усного тексту (на рівні теми, ситуації, комунікативної інтенції, адресованості),

розглянемо особливості зв'язності (як однієї з основних передумов комунікації, найважливішого параметра, який формується ситуативно тематичним і комунікативно-інтенціональними факторами) в рамках усного тексту, створеного в жанрі екскурсійної мови. Можливості підключення усного тексту екскурсійного повідомлення співвідносяться, очевидно, з послідовністю тематичного розгортання в ньому. Останнє має забезпечуватися «плавністю» реферативної лінії викладу інформації. Ця «плавність» проявляється яскраво в письмових варіантах екскурсійних текстів: формується регулярним використанням мовних одиниць різного рівня. В усному ж екскурсійному тексті «об'єктивна» референція, за нашими спостереженнями, найчастіше буває порушена. Це може бути пов'язано з явною завищеною адресатністю в усній екскурсійній мові. Елементи, які переривають реферативну лінію усного екскурсійного тексту, можуть бути наступними:

1) **елементи автокоментування**, наприклад: *«Я знаю, що для багатьох з вас ця фігура є предметом пильного інтересу, тому пропоную здійснити спочатку маленький екскурс в історію».*

Автокоментарі при цьому можуть виступати як незв'язні, що відображають один або кілька моментів мінливого потоку думок мовця. Однак частіше вони вказують на специфічну паралельну зв'язність потоку думок останнього.

Важливим видається й той факт, що поряд з прийомами автокоментування, що виражають суб'єктивні характеристики плану мовця (його оцінку, ставлення до предмета промови, комунікативну поведінку, пов'язану з ситуацією спілкування і інтенцією) в екскурсійній мові можна спостерігати і присутність прийомів «розширення», «прикраси» основного тематичного плану мови, які також руйнують традиційну логічну зв'язність подачі матеріалу (вкраплення фігур орнаментального, необов'язкового, з змістовної точки зору характеру, покликаних «розважати» слухача,

активізувати його увагу). Такі фрагменти усного екскурсійного тексту можуть вводитися адресантом обдумано (автор вносить їх вже в письмовий опорний текст свідомо, розраховуючи посилити, таким чином, конструктивне ядро свого повідомлення).

2) також переривати реферативну лінію усного екскурсійного тексту можуть також так звані **елементи контактування** (пов'язані з урахуванням присутності адресата, прагненням увійти з ним в контакт, викликати його інтерес до того, що повідомляється екскурсоводом). «Контактори» (або інакше «засоби адресації інформації») можуть бути представлені в усному мовленні екскурсовода широким спектром засобів і прийомів: використанням звернень («Друзі», «Шановні відвідувачі»), контактних займенників і займенників конкретизаторів (*я, ми, ви, ми з вами, всі разом ми, я вам* і так далі), спонукальних конструкцій і імперативів (*подивіться, зверніть увагу, уявіть, погодьтеся, запам'ятайте, відомо що, зрозуміло що*), вступних конструкцій, що містять звернення до слухачів (*як ви розумієте, як ви здогадуєтеся, як ви бачите, як ви знаєте*).

О. А. Лаптева, звертаючись до аналізу особливостей лінгвістичних параметрів усного тексту публічного виступу, виділяє цілий ряд специфічних мовних засобів, які його складають, властивості яких визначаються багато в чому, як вважає дослідниця, вище перерахованими принципами організації мовного потоку. До числа подібних мовних засобів дослідниця відносить:

1. Особливі фонетичні засоби;
2. Спеціальні словотвірні засоби;
3. Особливі морфологічні засоби;
4. Особливі лексичні засоби;
5. Особливі синтаксичні засоби.

Зокрема, до особливих явищ фонетичного рівня мови, що виникають в усному тексті публічного виступу, О.А. Лаптева відносить [23; с. 281 - 282]: «виникнення звукової омонімії різних синтактико-морфологічних форм;

змішання родових і відмінкових закінчень, особливо у прикметників, займенників і дієприкметників; відсутність озвучених зв'язок; не завжди «повний» стиль вимови, частими випадками є невиразність артикуляції і сильної редуції». На рівні словотвору дослідниця зазначає «вибірковість загальнолітературних словотворчих моделей; наявність деяких усно-розмовних форм». До морфологічних особливостей усного тексту публічного виступу вона відносить: соотношение и функции разрядов и классов слов. Лексичні особливості усного тексту публічного виступу, як вказує О.А. Лаптева, сравнительно с письменно-литературной книжной речью касаются степени лексического разнообразия (использование тропов и сравнений, слов эмоционально-оценочного и субъективно-модального характера), соотношения терминологической и нетерминологической лексики, лексики абстрактного и конкретного значения, а также именной и глагольной лексики; спостерігаються процеси десемантизації слова, звуження або розширення його семантичних кордонів, втрати ряду загальнолітературних значень і виникнення нових, специфічних; з необхідністю уникати тривалого пошуку слова постійно зустрічаються лексичні повтори, особливо частотні в разі вживання слів узагальненого значення. Нарешті, особливості синтаксису в усному тексті публічного виступу характеризуються дослідницею так:

«Сегментація мовного потоку в усному тексті публічного виступу обумовлює наявність в ньому синтаксичних побудов трьох типів: 1) загальнолітературних; 2) загальнолітературних, які змінюють свою структурну схему в ході лінійного додатку учасників або коли вони порушують її; 3) специфічно усно розмовного типу. Зсув загальнолітературної синтаксичної перспективи висловлювання може стосуватися і будови всього відрізка мови, і порядку слів, воно може виражатися у відмові від продовження розпочатої конструкції. Усно-розмовні синтаксичні моделі виявляються характерною приналежністю усного тексту публічного виступу. Ці моделі представлені в ньому в меншій

пропорції щодо загальнолітературних моделей». Крім того, до специфічних синтаксичних особливостей усного тексту публічного виступу О.А. Лаптева також відносить «асоціативні вставки і уточнення, вживання пропозицій нескладної структури, простоту суб'єктно-предикатних відносин». Отже, аналіз наукової літератури, присвячений дослідженню екскурсійної мови, публічно виділяє текст як особливий лінгвістичний феномен, дозволяє вважати фактор «усності» найважливішим чинником, що визначає основні параметри тексту усного публічного виступу. Безумовно, ми повинні визнати цей ознака істотним та жанровизначним для екскурсійної мови [23; с. 283 - 284].

1.3. Історія розвитку жанру

На сьогодні онлайн-екскурсія як різновид екскурсійної діяльності вже стала буденністю для туристів, особливо – після пандемії коронавірусу 2019–2021 рр., коли закриті на карантин музеї, виставкові центри та інші заклади були вимушені масово звертатися до онлайн-формату, щоб зберігати свою активність. Однак такий вид екскурсії, як онлайн-екскурсія все ще вважається інноваційним та новітнім різновидом, адже набув популярності порівняно недавно.

Загалом, цифровізація та віртуалізація туристичної сфери відбувається досить активно у ХХІ ст., дозволяючи здійснювати подорож з ефектом присутності в будь-яку точку світу за допомогою комп'ютера або гаджета, тобто дистанційно. Однак, якщо заглибитися в історію жанру онлайн-екскурсії, то можна виявити, що насправді такий формат організації туристичних турів, екскурсій виник більше 20 років тому. Перший віртуальний тур з'явився у 1994 р. у Великій Британії. Саме тоді в музеї замку Дадлі створили 3D-реконструкцію будівлі з можливістю «проходити» приміщеннями, оформленими в стилі 1550 р. Перший віртуальний тур розробив інженер Колін Джонсон, а сама новаторська презентація складалася із системи управління (на комп'ютері) та панорам (на диску) [17].

Одним із перших користувачів віртуального туру була королева Єлизавета II, саме вона офіційно відкрила центр для відвідувачів у червні 1994 р. Коли представники королеви запросили назву, опис та вказівки всіх видів активності нової презентації, система була названа та описана так: «Віртуальний тур, суміш віртуальної реальності та королівського туру». На сьогодні з деталями цього оригінального проекту можна ознайомитись на його офіційному сайті. Пізніше в листопаді 1994 р. система була представлена на конференції Британського музею та описана в технічному документі [17].

З того часу музеї, художні галереї та інші об'єкти культурної спадщини все частіше звертаються до ІТ-технологій з метою розробки онлайн-екскурсій, віртуальних та 3D турів. Відповідно й у лінгвістиці поступово формується уявлення про жанр онлайн-екскурсії як різновиду екскурсійного дискурсу в цілому. Однак, не одразу онлайн-екскурсія стала повноцінним комунікативним жанром, який має свої специфічні особливості.

Спершу, у процесі свого становлення як окремого напрямку екскурсійної діяльності, онлайн-екскурсії та віртуальні тури були мінімально наповнені вербальними компонентами та значною мірою спиралися саме на технічну складову. Варто відмітити, що важливу роль у розвитку жанру онлайн-екскурсії зіграв арт-проект «Google», на базі якого створили віртуальні тури в сотнях музейних залів [6].

Спочатку інтерактивні прогулянки були некомерційним продуктом. Проте сучасні інтерфейси дають дедалі більше можливостей, у тому числі й рекламних, що й обумовило їх зростаючу популярність. На початку 2000-х рр. кількість 3D-турів вже вагомо зросла і поступово продукт вийшов за межі окремих будівель. Стали популярними й екскурсійні тури різними природними пам'ятками [20].

Мабуть, найзнаменитіший віртуальний тур на пересіченій місцевості – це екскурсія Чорнобилем. Ентузіасти зняли зону відчуження, і всі охочі отримали можливість без небезпеки для здоров'я відвідати цей куточок України з трагічною історією. На сьогоднішній день технологія онлайн-екскурсій стала настільки доступна, що 3D-тури є у більшості великих туристичних міст світу, особливо у найбільш значущих та привабливих для туристів місцях. Кожна пам'ятка, якщо вона має свій сайт, як правило, пропонує ще й віртуальну прогулянку. Пізніше до використання цієї технології приєдналися готелі, розважальні заклади, університети, стадіони, курорти та ін. [17].

Найперший віртуальний тур – екскурсія замком Дадлі – був дуже якісним і продуманим для свого часу. Але на його створення пішли сотні

годин, оскільки проводилося моделювання будівель, створення 3D-моделей для всіх об'єктів. Спеціально для цієї новаторської презентації було розроблено унікальну програму навігації. Наступні тури створювалися з урахуванням перших програмних напрацювань. При цьому панорами здебільшого створювалися із звичайних фото. Сьогодні ж, скориставшись безкоштовним онлайн-сервісом для створення віртуальних турів, а також зробивши кілька фото на телефон, кожен може зробити просту інтерактивну прогулянку.

При цьому, кожен новий онлайн-тур від професійних компаній-розробників – це справжня 3D-гра, яка надає величезну кількість опцій. Часто у таких розробках є карта або план будівлі із вказівником розташування відвідувача. Деякі об'єкти не просто сфотографовані, а змодельовані. Також на сьогодні вже вагомо розширено можливості навігації та інтерактивних посилань в онлайн-екскурсіях та віртуальних турах.

Істотною відмінністю більш сучасних онлайн-турів та екскурсій є підвищення роздільної здатності фотографій. Тому навіть цілком вдалі тури десятирічної давності оновлюються, щоб відповідати вимогам сучасних користувачів, що постійно підвищуються. Розробники онлайн-екскурсій і турів стверджують, що майбутнє за віртуальними очками, адже вони дадуть набагато сильніший ефект присутності, ніж екран, і дозволять здійснювати навігацію очима: повернув голову – картинка змінилася.

Наразі великою популярністю користуються віртуальні екскурсії та інтерактивні подорожі, створені завдяки сервісам «Google». Це можуть бути книжкові виставки-подорожі: подорож населеними пунктами; екскурсії по визначних пам'ятках і пам'ятними місцями; маршрути, пов'язані з іменами відомих людей, земляків; подорожі разом з літературними героями; подорожі-розповіді про історичні події. «Google» пропонує безкоштовні онлайн сервіси для самостійного створення віртуальних екскурсій і цифрових подорожей. Наприклад, онлайн сервіс «Tour Builder», створений на основі «Google» мапи та інструменту «Google Earth» дозволяє швидко і просто

створити унікальний 2D або 3D-тур: потрібно лише вибрати маршрут, додати опис, фотографії, відео [30].

У 2018 році компанія «Google» випустила інструмент для викладачів і учнів «Tour Creator», який дозволяє створювати віртуальні тури, використовуючи зображення з «Google Street View» або власні 360-градусні фотографії. «Google StreetView» – функція панорамного перегляду вулиць по всьому світу, що надається через розширення Мапи «Google» та «Google Earth».

Досить популярний на сьогодні й сервіс «360Cities» – це галерея 3D-панорам з усього світу. На «360Cities» можна знайти панорами-чемпіони гігантських розмірів – зараз рекордсменом є вид Лондона на 320 гігапікселів. Збільшення зображення можливо навіть до окремих пішоходів, які йдуть по вулиці або стоять на зупинці в очікуванні автобуса. На «360Cities» представлені різноманітні повітряні, наземні та підводні пейзажі, будинки і будівлі, вулиці та парки, внутрішній інтер'єр популярних публічних місць і закладів [20].

Відповідно, сучасні технічні можливості створення онлайн-екскурсій не тільки музеями чи виставками, але цілими містами, значно зросла порівняно з початком 2000-х рр., коли ця технологія тільки почала набувати розповсюдження. Сьогодні використання віртуальних технологій, як порівняно простих у виготовленні віртуальних екскурсій, так і віртуальних турів, що дають людині ефект занурення, присутності в музеї – є дуже ефективним способом залучення уваги користувачів Інтернету до реально існуючого музею. Безсумнівно, що лише музей, який має хороший сайт, з представленою на ньому віртуальною екскурсією або віртуальним туром по музею може зацікавити сучасного мандрівника [24, с. 510].

З часом розробники онлайн-екскурсій все більш вдало поєднували візуальний та вербальний елементи екскурсії. Тож на сьогоднішній день лінгвісти виокремлюють онлайн-екскурсії в окремий різновид екскурсійного дискурсу та виділяють екскурсійний жанр як особливий різновид

туристичних текстів. При цьому важливо зауважити, що на сьогодні у лінгвістиці все ще не вироблено єдиного підходу до трактування та опису лінгвістичних та жанрових особливостей текстів як звичайних, так і онлайн-екскурсій.

В цілому, екскурсійна комунікація зазвичай описується у межах туристичного дискурсу і виділяється як різновид окремого дискурсу. Наприклад, Ю. В. Сльозко (2013) [24] розглядає екскурсію, бесіду офіціанта з відвідувачами та ін. як різні жанри туристичного дискурсу. Деякі вчені розділяють туристичний та екскурсійний дискурси та визначають останній як сукупність усіх модифікацій ядерного тексту екскурсії, що враховують екстралінгвістичні, соціокультурні та інші фактори, такі як адресат, вид екскурсії, довжина в часі та ін. не визначаючи тип відносин між туристичним та екскурсійним дискурсами.

На нашу думку, екскурсійний дискурс є різновидом туристичного дискурсу, оскільки, незважаючи на те, що дискурси існують у рамках однієї сфери – туристичної, комунікативна ситуація екскурсійного дискурсу має свої специфічні особливості та вимагає відокремлення від інших ситуацій взаємодії адресата та адресанта у туристичній сфері.

Особливий інтерес у контексті вивчення історії жанру онлайн-екскурсії становить жанрова організація екскурсійного дискурсу, до якого належать онлайн-екскурсії. В рамках дискурсу вчені виокремлюють ядерний мовленнєвий жанр – це жанр контактної екскурсії, який є центральною та первинною одиницею для екскурсійного дискурсу, що є основою для появи варіантів жанру, таких як аудіоекскурсія, відеоекскурсія, онлайн-екскурсія [30].

Основні відмінності жанрів екскурсії лежать у різній меті та ситуації спілкування, які обумовлені різницею каналів зв'язку: наприклад, комунікативна мета екскурсії – інформативно-оцінна, де вона спрямована на формування цінностей, просвітництво, створення нових та впорядкування старих знань у адресата, тоді як інформативно-оцінна мета жанру

відеоекскурсії модифікується та зміщує акценти у бік рекламної складової, де відеоекскурсія, крім трансляції інформації та наділення її оцінкою, виступає як рекламний інструмент, анонсує експонати музею і, таким чином, запрошує адресата відвідати реальний музей [24, с. 156]. Схожу специфіку має й онлайн-екскурсія, яка, окрім всього іншого, розширює можливості роботи музею та демонструє його сучасність і прогресивність для відвідувачів.

Більшість дослідників екскурсійного дискурсу сходяться на думці про те, що жанр екскурсії є складним мовленнєвим жанром. В рамках жанру екскурсії виділяються прості піджанри, що діють у комплексі та змінюються відповідно до цілей та інших факторів складного жанру екскурсії: «Привітання», «Екскурсійна інструкція», «Інформаційне повідомлення», «Екскурсійна мітка» та «Прощання», які є обов'язковими. У якості варіативних виступають жанри «Питання» та «Відповідь» [30].

Для онлайн-екскурсій притаманним є використання жанру екскурсійної мітки, оскільки відвідувач такої екскурсії, здебільшого, взаємодіє саме з таким форматом подачі вербальної інформації. Жанру екскурсійної мітки має передувати жанр інформаційного повідомлення, у рамках якого автор екскурсії транслює деяку інформацію, пов'язану з об'єктом, щоб потім вказати на нього за допомогою жанру екскурсійної мітки.

Загалом, жанр онлайн-екскурсії на сьогодні залишається недостатньо вивченим як на матеріалі української, так і на матеріалі іноземних мов. У цьому дослідженні ми звертаємо увагу на німецькомовні музейні онлайн-екскурсії, тож варто звернути увагу й на розвиток цього жанру туристичного дискурсу в німецькомовних країнах.

Музеї Німеччини, як і інші культурні установи країни, сьогодні пропонують вивчати найбагатші музейні колекції онлайн. Для цього вони активно використовують такі новітні форми організації екскурсійної діяльності, як віртуальні прогулянки, освітні матеріали та екскурсії, записані на смартфон тощо.

Наприклад, одним із перших музеїв Німеччини, який ввів у свою діяльність онлайн технології, є музей Штедель у Франкфурті-на-Майні. Цей музей почав розвивати власну цифрову платформу задовго до пандемії коронавірусу 2019–2021 рр., тому на сьогодні більшу частину колекції музею Штеделя можна переглянути онлайн. На офіційному сайті музею всі шедеври згруповані за альбомами, при цьому використовується не лише хронологічний, а й тематичний принцип класифікації. У списку, наприклад, є альбом, присвячений зміні клімату: процес можна простежити за краєвидами європейських майстрів [33].

Крім того, музей Штедель розробив безкоштовний освітній курс «Kunstgeschichte online – der Städel Kurs zu Moderne», у якому німецький актор Себастьян Бломберг на прикладі 250 відібраних робіт розповідає, як розвивалася історія мистецтва з середини XVIII ст. до наших днів. Одним із останніх елементів онлайн-програми музею стала серія подкастів, записаних за підсумками виставки «Створюючи Ван Гога» у 2020 р. Куратори Штеделя назвали її «найбільшою і найпродуманішою експозицією за всю історію музею», при цьому представлена вона саме у онлайн форматі [9].

Слід згадати й про Пергамський музей у Берліні, перлиною віртуальної колекції якого є 3D-модель пергамського вівтаря. Розглянути зображену на ньому битву богів з гігантами можна у всіх деталях у онлайн форматі. Модель була створена коли музей готувався до масштабної реконструкції та тимчасового закриття свого головного шедевра. При цьому, наживо Пергамський вівтар можна буде побачити не раніше 2023 р., тож протягом кількох років його відвідини можливі виключно у онлайн форматі. До 3D-зображення додається онлайн-виставка під назвою «Що сталося у Пергамоні?», присвячена історії виявлення та розкопок вівтаря. Ця виставка, як і інші віртуальні експозиції на сайті Пергамського музею, були створені як частина міжнародного проекту «Google Arts and Culture», який включає зібрання високоякісних зображень творів мистецтва з кращих музеїв світу [32].

Потужну онлайн-експозицію має також Німецький історичний музей у Берліні. Експозицію музею можна частково оглянути на платформі проекту «Google Arts and Culture», однак, окрім цього, музей має також власний онлайн-портал, присвячений німецькій історії з Віденського конгресу 1815 р. до наших днів. Принцип викладення матеріалу хронологічний, як у шкільному підручнику, але паралельно з читанням тексту німецькою відвідувач музею може вивчати карти, розглядати експонати різних епох і дивитися тематичні відеоролики (наприклад, завантажена промова Джона Кеннеді 1963 р. зі знаменитою фразою «Ich bin ein Berliner» – «Я – Берлінець»).

Наприкінці березня 2020 р. в музеї також мала відкритися масштабна виставка «Ханна Арендт і ХХ століття», присвячена найбільшій жінці-філософу та головним темам її роздумів: тоталітаризму, антисемітизму, міграції. Щоб публіка не втрачала інтересу до цього проекту, на сайті музею викладено фотографії вже готової експозиції, а також аудіофрагменти з цитатами з листів та книг філософині та пояснювальними матеріалами від кураторів [9].

Німецький музей у Мюнхені також має свою віртуальну екскурсію. На офіційному сайті Німецького музею досягнень природничих наук та техніки відкрито великий розділ, присвячений віртуальному візиту, де розміщений онлайн тур музеєм. У кожному доступному залі можна включити аудіогід та прослухати інформацію про експонати. Якщо ж витратити багато часу на віртуальну прогулянку залами музею у відвідувача немає можливості, він може розглянути окремі артефакти в розділі з оцифрованою колекцією. Також у музею є власний додаток та онлайн-бібліотека з освітніми матеріалами, фільмами та підкастами, які також розширюють дистанційні можливості музею та роблять його більш доступним для людей, не зважаючи на їх географічне розташування [10].

Не тільки музеї Німеччини мають широкий спектр онлайн-екскурсій, але й Австрія так само пропонує туристам безліч онлайн опцій у відвідуванні

місцевих музеїв. Наприклад, музей історії мистецтв («Kunsthistorisches Museum») має власну онлайн-колекцію, у якій присутні якісно сфотографовані, завантажені на сайт та детально описані понад 25 тисяч артефактів. Крім того, музей пропонує власний віртуальний 3D-тур по залі з полотнами пензля Тиціана, з докладним екскурсом в історію створення та детальним вивченням кожного твору.

Музей Зигмунда Фрейда («Sigmund Freud Museum») у Відні розташований там, де колись мешкав знаменитий психоаналітик зі своєю родиною. На сайті музею була розроблена віртуальна екскурсія англійською мовою, яку проводить директор музею Моніка Песслер. Онлайн-екскурсію пропонують не тільки музеї, до цієї практики долучаються й інші культурні пам'ятки. Наприклад, Собор Святого Стефана («Stephansdom») у Відні має свій сайт, на який під час пандемії коронавірусу було додано віртуальний тур «Stephansdom360», за допомогою якого онлайн-відвідувач може обійти площу навколо храму, зайти всередину і забратися на дах, не виходячи з дому. Екскурсія супроводжується оригінальними звуками, що записані біля собору – це покликано забезпечити повне занурення у атмосферу історичної та культурної пам'ятки [9].

Музей природничої історії – «Naturhistorisches Museum» – має власний проект «3D Museum», який пропонує 100 експонатів на вибір для детального вивчення. Крім того, музей має свій «YouTube»-канал, де можна подивитися, як готуються виставки, як і з чого створюються нові артефакти, а також прослухати лекцію або поблукати по будівлі з віртуальною екскурсією.

Загалом, переважна більшість відомих та популярних музеїв Німеччини та Австрії на сьогодні мають свої онлайн-екскурсії, віртуальні тури та інші способи дистанційної комунікації з відвідувачами та безконтактної презентації своїх експонатів. Ці опції значно розширилися після пандемії коронавірусу, оскільки це безпрецедентне для сучасного світу явище спонукало музейний світ задуматися над залученням до своєї діяльності онлайн-технологій.

Все це вказує на те, що саме 2020-ті рр. стали найбільш бурхливим періодом розвитку жанру онлайн-екскурсії. У тому числі активно такий різновид екскурсій розвивається у німецькомовних країнах, що обумовлює інтерес до вивчення їх з лінгвістичної та перекладацької точки зору. З огляду на все вищесказане, можна зробити висновок про те, що віртуальні екскурсії мають великий потенціал, який вже оцінили та активно використовують у своїй роботі безліч сучасних європейських музеїв. Онлайн-екскурсії, як екскурсійний жанр, мають свої переваги, можуть бути особливо затребуваними у певних категорій населення, є хорошим засобом реклами для музею та сприяють розвитку туристичного попиту, а віртуальний туризм став інноваційним засобом реклами національного туристичного продукту та презентації туристичного потенціалу країни.

При цьому жанр онлайн-екскурсії досить специфічний через поєднання візуального та вербального компонентів, які об'єднані дистанційною платформою співпраці з відвідувачами. При цьому такий формат функціонування мови все ще недостатньо вивчений, як і власне жанрові особливості онлайн-екскурсії залишаються недостатньо висвітленими у лінгвістичних дослідженнях. Все це спонукає нас звернутися до більш детального аналізу жанрових особливостей німецькомовних текстів сучасних музейних онлайн-екскурсії.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі ми звернулися до характеристики лінгво-прагматичних і жанрових параметрів екскурсійної мови як комплексного поліфункціонального комунікативного феномена. Ми встановили, що екскурсійна мова є креолізованим типом тексту: 1) функціонує в усній або письмовій формі; 2) організована у вигляді діалогізованного монологу; 3) володіє універсальними текстовими ознаками: інформативністю, цілісністю, зв'язністю, інтеграцією і завершеністю. Огляд літератури з теми дослідження дозволив з'ясувати, що екскурсійна мова має специфічні жанроутворюючі ознаки: функціонує в офіційній обстановці спілкування, адресантом є екскурсовод (комунікативний лідер; розбирається в предметі мови, підготовлений до спілкування), адресатом - соціально неоднорідна група людей (різні за віком, професією, утворення та ін.), в процесі екскурсійного спілкування адресант реалізує інформацію, яка виконує просвітницьке завдання; композиція екскурсійної мови досить вільна, включає вступ, основну частину і висновок; екскурсійна мова відноситься до комплексних жанрів (може включати фрагменти різних самостійних жанрів); зорієнтована на гранично ефективну організацію інформації (відноситься до науково-популярного підстилю наукового стилю). Додатковим жанроутворюючим і текстоутворюючим фактором для екскурсійної мови виступає набір специфічних для сфери екскурсійного спілкування екстралінгвістичних параметрів, тісно пов'язаних з провідними жанровими ознаками екскурсійної мови: 1) специфічним предметом екскурсійного спілкування (оглядова / тематична екскурсія; історична, виробнича, природнича, мистецтвознавча, літературна, архітектурно- / містобудівна); 2) просторово-часова організація екскурсійного спілкування (пішохідна або транспортна екскурсія); 3) особливості передбачуваного адресата екскурсійного спілкування (індивідуальна / групова екскурсія; дитяча / доросла екскурсія; екскурсія для місцевого населення / екскурсія для приїжджаючих туристів, екскурсія для

фахівців / для неспеціалістів); 4) передбачуваний комунікативний ефект екскурсії (навчальна, рекламна, інформаційно-розважальна екскурсія).

Крім того, ми дійшли висновку про те, що екскурсійна мова як комунікативний феномен з комплексною функціональною природою має низку жанровизначних ознак, генетично закладених в природі жанрових характеристик: 1) провідна спрямовуюча функція, реалізуючи яку адресант-екскурсовод визначає прагматику і комунікативну стратегію екскурсійної мови, чітко моделює сприйняття описуваних об'єктів (формує сприйняття реальності); 2) унікальні жанровизначні маркери як засобу такого моделювання екскурсійної мови: а) жорсткий відбір і вибудовування ціннісної ієрархії об'єктів показу; б) використання системи спеціальних навігаційних знаків, що регулюють процес сприйняття об'єктів показу (інструктують «подивіться наліво, підійдіть трохи ближче, а тепер перейдемо до наступного залу»); ціннісно орієнтують (зверніть увагу, порівняйте), використання оцінної лексики, посилення на авторитетні думки при характеристиці об'єктів показу); в письмових текстах - використання лінгвістичних засобів передачі інформації (шрифтові та кольорові виділення; знаки-показчики); в) установка на діалог (підвищена адресність).

РОЗДІЛ 2. ЖАНРОУТВОРЮЮЧІ ПАРАМЕТРИ ТЕКСТІВ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ НІМЕЧЧИНОЮ ТА АВСТРІЄЮ

2.1. Функціональне та тематичне навантаження віртуальних музейних екскурсій

Розглядаючи жанроутворюючі параметри текстів віртуальних екскурсій, слід звернутися до їх тематичного навантаження та функцій. У нашому дослідженні аналізуємо віртуальні екскурсії, які пропонують виставковий будинок «Kunsthalle München», австрійський архів звукових записів та відео з культурної та новітньої історії «Österreichische Mediathek» та музей у Мюнхені «Deutsches Museum».

Тексти, що становлять фактичний матеріал дослідження, є автентичними німецькомовними текстами. Особливістю досліджуваних текстів є їх письмовий та усний характер. Частина текстів – це усні аудіо-екскурсії, частина текстів, натомість, це письмові тексти, що супроводжують віртуальну онлайн екскурсію. Обидва типи текстів призначені для того, щоб відвідувачі онлайн-екскурсії самостійно ознайомилися з ними, читаючи чи прослуховуючи їх. Аудіо-матеріали є записами екскурсійних лекцій екскурсоводів, які доступні для відвідувачів у вільному доступі.

Розглянемо більш детально особливості досліджуваних нами віртуальних екскурсій. Віртуальна екскурсія музеєм «Deutsches Museum», яка має вигляд серії сферичних панорам, з'єднаних між собою інтерактивними посиланнями-переходами (хотспотами), тематично розподілена на підтеми, відповідно до секцій музею, а також до поверхів – яких всього 8, враховуючи й підвальні приміщення. Кожен поверх музею супроводжується навігаційною картою, починаючи з першого поверху віртуальна екскурсія також виділяє окремі секції поверху, наприклад: «Umwelt», «Tagebau», «Watt'sche Dampfmaschine», «Werkzeugmaschinen» та ін. Обираючи тематичну секцію, відвідувач може також почитати опис до неї, до якого можуть додаватися

аудіо- або відеоматеріали, текстовий опис, гіперпосилання, за якими можна знайти більше інформації за темою екскурсії.

Наприклад, у віртуальній екскурсії «Deutsches Museum» відвідувач переглядає тематичний блок «*DNA Besucherlabor*», вказується місцезнаходження цієї секції музею «*Gebäude: DM ZNT*», а також додається опис цього блоку та відео, яке показує роботу вчених за розміщенням у музейній кімнаті обладнання. Деякі секції музею супроводжуються аудіозаписом елемента розповіді музейного гіда.

За тематичним аспектом віртуальний тур від «Deutsches Museum» охоплює галузі природознавства й техніки, тобто – відповідає тематиці самого музею. Загалом, ця віртуальна екскурсія охоплює такі підтеми області природознавства та техніки, як «*Agrar- und Lebensmitteltechnik*», «*Amateurfunk*», «*Astronomie*», «*Brückenbau*», «*Chemie*», «*Versuchsaufbau*», «*Deutscher Zukunftspreis*», «*DNA-Labor*», «*Drucktechnik: Handwerkliche, mechanische und High-Tech-Drucktechnik*», «*Energietechnik*», «*Erdöl und Erdgas*», «*Foto & Film*» (Deutsches Museum Digital, 2021) та ін.

Віртуальна екскурсія виставкового будинку «Kunsthalle München» також має формат сферичної панорами, окрім того тут доступна інтерактивна взаємодія відвідувача з інформаційними стендами, на яких можна у онлайн форматі прочитати текст. Також екскурсія супроводжується аудіогідом, доступним для кожної тематичної частини екскурсії. Особливості віртуальних екскурсій на базі цього виставкового центру проаналізували на основі екскурсії «Thierry Mugler: Couturissime». Тематично ця екскурсія розділена за періодами творчості кутюр'є та його колекціями, окрім того, окремий інформаційний блок відводиться кожному експонату в колекції, який супроводжується відео, текстовою інформацією та повноцінним аудіосупроводом від гіда.

Звертаючись до досвіду віртуальної діяльності архіву «Österreichische Mediathek», слід зауважити, що їхні екскурсії побудовані не навколо сферичної панорами, а представлені у текстовому форматі, який

супроводжується візуальними та аудіоматеріалами. Відтак, присвячена Бетховену віртуальна екскурсія «Beethovens Orte: Die Innere Stadt» включає у себе кілька тематичних блоків: «*Beethovens Orte: Wohnorte*», «*Beethovens Orte: Theater und Aufführungsorte*», «*Beethoven: Zur Etablierung eines Wiener Erinnerungsorts*» (Beethoven.vor.Ort, 2021).

Звертаючись до тематичного аспекту сучасних віртуальних екскурсій Австрії та Німеччини, зауважимо, що музеї або архіви, які мають постійні виставки та постійну експозицію, створюють віртуальні екскурсії відповідно до їхньої тематики, тоді як змінні експозиції (як у випадку виставкового центру «Kunsthalle München») можуть мати тематику, актуальну саме у цей проміжок часу, їхня тематика може змінюватися, хоча вона завжди коливається у межах тематичних орієнтирів самого закладу. Відтак, за тематичним критерієм віртуальні екскурсії можуть охоплювати різні сфери – науку, техніку, мистецтво тощо.

Функціональний аспект жанрових характеристик німецькомовних віртуальних екскурсій полягає у тому, що така екскурсія, передусім, виконує інформативну функцію. Наприклад, текст екскурсії від «Deutsches Museum» супроводжує кожен відділ музею, коротко пояснюючи його призначення та основну тематику. Експонат риболовного човна *Fischewer* «*Maria*» супроводжується в екскурсії таким текстом:

Vom Stapel lief die „Maria“ in den frühen 1880er Jahren in Hamburg. Erstaunlich ist, dass sie bis in die 1950er Jahre im Einsatz blieb. Vom Deutschen Museum wurde sie als Symbol einer Jahrhunderte alten Schifffahrtstradition erworben (Deutsches Museum Digital, 2021).

Інформативний потенціал такого тексту реалізований через наведення конкретних дат та власних назв, фактів. Окрім того, у тексті використовується вираз *erstaunlich ist*, який реалізує емотивну та експресивну функцію такого тексту. Тексти екскурсій не належать до виключно науково-популярного чи публіцистичного стилю, вони містять у

собі також ознаки туристичних текстів, для яких притаманні, у тому числі, й експресивна та емотивна функції.

Окрім того, віртуальна екскурсія виконує естетичну функцію, оскільки її задача не лише подати інформацію, але й у привабливому вигляді презентувати експозицію, розкрити тему. Особливо ця функція притаманна мистецьким екскурсіям, оскільки через супровідний текст автори виставки чи екскурсії прагнуть передати мистецький дух того стилю чи художнього витвору, про який йде мова. Наприклад, у тексті екскурсії виставкою робіт «Thierry Mugler: Couturissime» у «Kunsthalle München» використовується такий естетично та експресивно навантажений текст:

Operngleich präsentiert sie das Universum eines visionären Couturiers, Regisseurs, Fotografen, Parfümeurs und Tänzers. Vorhang auf! (Kunsthalle München, 2021).

Окрім того, естетична функція реалізується через описи експонатів, у яких вказується стиль, особливості оформлення твору, наприклад:

Futuristisches Bustier im Chrom-Look, bestickter Crêperock, passende Handschuhe (Kunsthalle München, 2021).

Використання мистецької лексики, опис елементів костюму сприяють створенню естетичної атмосфери виставки, одночасно з тим виконуючи й інформативну функцію.

Окрім перерахованих функцій текстів віртуальних екскурсій можна також виокремити комунікативну функцію, адже часто в екскурсіях звучать звернення до відвідувача. Цю функцію виконують як етикетні формули (на кшталт такої: *Hertzlich willkommen in der Kunsthalle Munchen zur Ausstellung «Thierry Mugler: Couturissime»* (Kunsthalle München, 2021)), так і елементи апеляції до досвіду чи емоцій відвідувача, наприклад: *Dabei fühlen Sie sich wie auf einer Zeitreise...* (Kunsthalle München, 2021).

Комунікативна функція дозволяє встановити контакт із відвідувачем, що дуже важливо для віртуального формату, який позбавлений живої присутності гіда та людського спілкування, наповненого емоціями.

Одна із головних функцій віртуальної екскурсії – це створення ефекту присутності для відвідувача, адже така екскурсія частіше за все виконує роль замітника живої офлайн екскурсії. Таку функцію можна назвати компенсаторною. Її реалізують такі елементи віртуальних екскурсій, як аудіо- та відеоматеріали, панорамне або 3D зображення, гіперпосилання.

Під час віртуальної подорожі «віртуальний турист» поринає у гіпертекст, занурюється у атмосферу музею чи виставки, що дозволяє компенсувати відсутність реальної присутності. Коли турист стає частиною культурного гіпертексту, він фізично входить у мультимедійну систему, тобто він реально є присутнім у віртуальній реальності, для нього віртуальність стає реальністю. Якщо традиційний туризм – це співпереживання на відстані, спостереження зі сторони, то віртуальний туризм дозволяє поринути у культурний простір подорожей, включаючи і фантазії, і дійсність.

Розглядаючи віртуальні екскурсії з лінгвокраїнознавчої точки зору, слід зазначити, що текст таких екскурсій містить у собі характеристики сучасної німецької мови, дозволяє долучитися до автентичного аудіо- та відеоматеріалу, дозволяє звернути увагу на визначні місця та культуру країн, мова яких вивчається.

Аналізуючи тексти віртуальних екскурсій Німеччиною та Австрією, слід звернути увагу на їх граматичні та структурні особливості. Загалом, текстовий компонент таких екскурсій знаходиться у нерозривному зв'язку з іншими їх елементами, а також має свою специфіку – зокрема, тісну прив'язку до тематики, певного експонату, відповідної секції музею тощо. Звернемося до вивчення граматичних та структурних особливостей текстів німецькомовних оглядових екскурсій.

2.2. Граматичні та структурні особливості текстів німецькомовних оглядових екскурсій

Структурні особливості текстів віртуальних екскурсій можуть включати у себе привітання, представлення гіда, загальну інформацію про виставку / експозицію. Такий елемент тексту віртуальної екскурсії можна вважати ввідним елементом або вступом. Наприклад, аудіоекскурсія «Thierry Mugler: Couturissime» у виставковому центрі «Kunsthalle München» містить привітання та загальну інформацію про виставку:

Hertzlich willkommen in der Kunsthalle Munchen zur Ausstellung «Thierry Mugler: Couturissime» (Kunsthalle München, 2021).

Окрім того, текст самої екскурсії на аудіозаписі починається з представлення самого гіда, який читає текст:

Mein Name ist Maxim Lorio, ich bin ein kanadische Kurator (Kunsthalle München, 2021).

Ці елементи тексту забезпечують ефект присутності гіда, компенсують відмінності віртуальної екскурсії від справжнього живого відвідування музею чи виставки.

Натомість, віртуальна екскурсія австрійського архіву звукових записів та відео з культурної та новітньої історії «Österreichische Mediathek», присвячена Бетховену, яка представлена у текстовому вигляді з аудіозаписами композицій Бетховена, має більш стандартну текстову структуру. Наприклад, тематичний блок цієї екскурсії «Beethovens Orte: Die Innere Stadt: Wohnorte» включає у себе вступну частину, основний текст екскурсії, поділений на тематичні блоки, а також висновок або заключну частину.

Вступна частина екскурсії подає загальну інформацію, вводячи відвідувача сайту в тематику екскурсії:

Als Ludwig van Beethoven Ende des 18. Jahrhunderts nach Wien übersiedelte und hier bis zu seinem Tod 1827 ansässig war, kam er in die Haupt-

und Residenzstadt der Habsburger, die in den folgenden Jahrzehnten eine wechselvolle und turbulente Geschichte erlebte (Beethoven.vor.Ort, 2021).

Сам текст включає у себе кілька блоків, більшість з яких перемежуються з аудіо або фото чи малюнками, які ілюструють саму розповідь про життя Бетховена. Окрім того, до структури тексту екскурсії входить також цитати з листів та щоденників Бетховена, у яких той розповідає про своє життя у Відні. Таким чином, текст екскурсії насичений посиланнями та ілюстраціями, створюючи об'ємний та багатогранний шар інформації, який дозволяє занурити читача у атмосферу Відня часів Бетховена.

Функцію завершальної частини тексту виконує таке речення, яке супроводжується також підтвердженням поданої в ньому тези, у вигляді цитати з путівника по Відню:

Die schwierige Wohnungssituation in der Inneren Stadt hat sich auch 30 Jahre nach Beethovens Tod noch nicht geändert (Beethoven.vor.Ort, 2021).

Оскільки цей блок екскурсії є першим із низки інших структурних блоків, він має своє продовження у наступних текстах. Загалом, за структурними характеристиками розглянуті тексти екскурсій різняться, що залежить від формату цього тексту (у вигляді друкованого матеріалу чи аудіо екскурсії), а також від призначення тексту. Наприклад, віртуальна екскурсія «Deutsches Museum» не має цілісного та зв'язного тексту, а лише короткі замітки до кожного експонату, або ж відео чи аудіо елементи екскурсії, у яких відсутні вступ чи висновок, однак подана лише основна стисла інформація про експонат або певний відділ музею. Наприклад, відділ музею під назвою «Zeitmessung» має такий короткий опис:

Eine wunderschöne Ausstellung – von sehr frühen Methoden zur Zeitmessung wie Wasser- und Sanduhren bis hin zu modernsten Kunstwerken des Uhrmacherhandwerks wird hier die Geschichte der Zeit erzählt (Deutsches Museum Digital, 2021).

Розглядаючи синтаксичні та граматичні аспекти текстів німецькомовних віртуальних екскурсій, слід відмітити, що більшість речень – розповідні, спрямовані на інформування відвідувача про певні факти та явища, наприклад:

Die umfassende Vermessung unserer Erdoberfläche und ihre Darstellung in Form von Karten – damit befasst sich die Geodäsie (Deutsches Museum Digital, 2021).

Питальні та окличні речення у текстах екскурсій майже не використовуються, оскільки вони не типові для цієї форми викладу інформації. Також можна відмітити, що у текстах можуть використовуватися різні часові форми. Переважно це форми минулого часу, оскільки більшість екскурсій присвячені певним історичним подіям, наприклад:

Vom Stapel lief die „Maria“ in den frühen 1880er Jahren in Hamburg (Deutsches Museum Digital, 2021).

Теперішній час використовується у реченнях, які розповідають про події сучасності або про деякі загальновідомі факти, наприклад:

Solarkraftwerke wandeln die Energie der Sonne in Wärme um (Deutsches Museum Digital, 2021).

Також у екскурсійних текстах використовуються спонукальні речення, які мають на меті спонукати відвідувача до певних дій. Такий тип речень в цілому притаманний екскурсії як текстовому жанру, оскільки гід часто заохочує відвідувачів до виконання певних дій – підійти ближче, поглянути на той чи інший експонат, пройти до іншої кімнати музею тощо. Такі речення використовуються і в форматі віртуальних екскурсій, наприклад:

Drei Räume können Sie in der Ausstellung durchschreiten (Deutsche Museum Digital, 2021).

На синтаксичному рівні можна виокремити й кілька характерних прийомів привернення уваги відвідувача-глядача такої екскурсії. Це, наприклад, прийом перерахування:

In der Ausstellung geht es um: Landesvermessung, geodätische Instrumente, Photogrammetrie (Bildmessung) und Kartographie (Deutsches Museum Digital, 2021).

За структурними аспектами у текстах віртуальних екскурсій використовуються як прості, так і складні речення. Наприклад, використовуються складні речення з сурядним сполученням:

Mit der Kreation von futuristischen, aerodynamischen und roboterhaften Looks, die übermenschliche Kraft ausstrahlen, lenkt Mugler den Blick auf das Verhältnis von Mensch und Maschine (Deutsches Museum Digital, 2021).

У цьому реченні також використовується прийом перерахування (*futuristischen, aerodynamischen und roboterhaften*), що обумовлено інформативністю такого тексту, його описовістю. Окрім складносурядних речень, використовуються й речення із підрядним зв'язком, наприклад:

Beethoven war immer wieder bemüht, längerfristige Verträge abzuschließen, die ihm ein über mehrere Jahre fixes Einkommen einbringen sollten (Deutsches Museum Digital, 2021).

Загалом, до жанроутворюючих параметрів текстів німецькомовних віртуальних екскурсій на граматичному та структурному рівні можна віднести наявність у більшості випадків стандартної текстової структури тексту (вступна частина, основний текст та висновок), а також включення до структури тексту екскурсії малюнків та фото, аудіо- та відеоматеріалів, цитат, гіперпосилань тощо.

Структурно-композиційний рівень текстів, відтак, демонструє достатньо чітку композиційну структуру: вступ, основну частину, висновок. Текст обов'язково має заголовок, у якому ясно і однозначно формулюється тема екскурсії. Характерним також є і зміст структурних компонентів текстів віртуальних екскурсій. Вступна частина містить об'єктивну інформацію про екскурсію або ту чи іншу експозицію, вказує її загальну характеристику, надає певні рекомендації відвідувачу – що краще оглянути, що можна чіпати

руками та які дії з експонатами можна виконувати у тій чи іншій частині музею чи виставки.

Основна частина містить власне сам текст екскурсії, тоді як висновок може бути довільним, або навіть відсутнім у тому випадку, якщо текст не цілісний, а розбитий на елементи, які є описом для кожного окремого експонату.

На граматичному рівні таким текстам притаманне використання переважно розповідних, часто – складних за будовою речень. Використовується здебільшого минулий час. У текстах екскурсій можуть використовуватися спонукальні конструкції, покликані залучити відвідувача до взаємодії з віртуальною реальністю екскурсії. Також тексти екскурсій часто містять перерахування, що підвищує інформативність такого тексту.

Вивчення мовного матеріалу призвело також до встановлення таких граматичних особливостей текстів віртуальних екскурсій, як використання дійсного, реального способу в описі екскурсійних об'єктів. Подання дійсності як реальних фактів обумовлює історичну правдивість і, як наслідок, високу ступінь переконливості досліджуваних текстів. Опис навіть найдавніших подій оформлюється у текстах дієслівними формами дійсного способу, що надає цим подіям характер доведених фактів. Ще однією особливістю текстів на граматичному та синтаксичному рівнях є використання переважно розгорнутих синтаксичних конструкцій – поширених і складних речень.

У якості ще однієї особливості текстів у синтаксичному плані відзначимо практично повну відсутність синтаксичних образних засобів – синтаксичного паралелізму, повторів, еліпсу, у результаті чого тексти екскурсій звучать дещо сухо і нагадують офіційно-діловий документ або науковий текст.

2.3. Лексико-стилістичні особливості текстів німецькомовних музейних екскурсій

Важливу роль у якості жанроутворюючого елементу текстів німецькомовних віртуальних екскурсій відіграє лексика та стилістичні засоби. Тож, звернемося до аналізу лексичного наповнення таких текстів.

Передусім, слід зауважити, що лексичний склад текстів віртуальних екскурсій включає як звичайну (загальну), так і стилістично-марковану лексику. Жанроутворюючий потенціал притаманний саме стилістично-маркованій лексиці, оскільки загальна лексика німецької мови становить лише базис, «каркас» тексту та не визначає ознаки жанру й може зустрічатися у будь-якому тексті.

Перш за все, слід звернути увагу на термінологію, яка становить значний пласт лексики текстів німецькомовних музейних екскурсій. Терміни є характерною лексичною ознакою таких текстів, оскільки музейні екскурсії належать до наукового дискурсу та основними їх задачами є донесення до відвідувачів знань з тієї чи іншої області науки. Термінологічне наповнення тексту екскурсії значною мірою залежить від її тематики, галузевої приналежності. У цьому дослідженні ми розглядаємо різні типи сучасних віртуальних німецькомовних екскурсій, які пропонують своїм відвідувачам німецькі та австрійські музеї та виставкові центри, а тому доцільно дослідити термінологічне наповнення текстів із різних галузей знання.

Аудіо- та віртуальна екскурсія «Thierry Mugler: Couturissime» у виставковому центрі «Kunsthalle München» присвячена темі моди та діяльності конкретного модельєра, а тому її тексти містять відповідне лексичне наповнення. Зустрічаються такі терміни з області моди: *Bühnenkostüme*, *Entwurfszeichnungen*, *Restaurierungen*, *postmoderne Ästhetik*, *Futuristischen*, *Labor-Werkstätten*, *avantgardistischen Techniken* та ін. Використовуються й різні групи термінів, наприклад, найменування матеріалів, з яких розроблені ті чи інші дизайнерські образи (*Plexi-Glas*, *PVC*,

Kunstpelz, Vinyl, Latex und Chrom), а також назви частин одягу або типів крою та ін. (наприклад: *Superheldinnen-Schultern, korsettierten Taillen*).

Такі терміни, як *Superheldinnen-Schultern* (букв. «супергеройські плечі») мають неологічну природу, вони утворені для найменування новітніх явищ у моді та не є усталеними чи зафіксованими у словниках. Відтак, окрім термінів у тексті цієї онлайн-екскурсії використовуються також неологічні новотвори. Слід відзначити також наявність іншомовних вкраплень, переважно – власних назв, наприклад: англ. *New Yorker Coolness*, франц. *Chambre syndicale de la Haute Couture, Cirque-du-Soleil* та ін.

Звернемо увагу на термінологічне наповнення тексту іншої віртуальної екскурсії у виставковому центрі «Kunsthalle München» – «Mit Leib und Seele. Münchner Rokoko von Asam bis Günther», яка присвячена мистецькому стилю рококо. У текстах цієї екскурсії на лексичному рівні зустрічаємо безліч термінів з області мистецтвознавства, наприклад: *malerisch-plastischen Hauptansicht, Grundriss und Seitenansicht, Entwurfszeichnung* та інші.

Залежно від того, який саме предмет експозиції цієї виставки описується, використовується галузева термінологія. Наприклад, у описах церковного убранства у стилі рококо фігурують терміни, які стосуються церковної тематики, вони називають предмети церковного інтер'єру, наприклад: *Monstranz, Holzbozzetto*. Не всі терміни є вузькоспеціальними та складними для розуміння. Часто у таких віртуальних екскурсіях використовуються спрощенні найменування та словосполучення, що, вочевидь, передбачає можливу відсутність професійних знань з тематики екскурсії у відвідувачів. Зокрема, в екскурсії на тематику мюнхенського рококо використовується такий вислів: *liturgischen Gerät*. Відтак, уникається використання спеціалізованого терміну, замість нього вживається словосполучення, яке буде зрозумілим більшості слухачів.

Широкі коло термінів використовується у текстах віртуальної екскурсії «Deutsches Museum», оскільки цей музей включає безліч різних тематичних

виставок та музейних екскурсій. Наведемо деякі тематичні групи термінів, які використовуються у текстах таких екскурсій музею «Deutsches Museum»:

1) технічні пристрої та засоби: *Wasser- und Sanduhren, geodätische Instrumente, Zweizylinder-Expansionsdampfmaschine* та ін.

2) фізичні явища та дії: *Zeitmessung, Uhrmacherhandwerk, Solarkraftwerke, Energie der Sonne, Landesvermessung, Photogrammetrie* та ін.;

3) біологія та географія: *Erdoberfläche, Geodäsie, Kartographie* та ін.;

4) морська справа, будівництво кораблів: *Dampfschlepper, Werft, Schlepper* та ін.;

5) економіка та фінанси: *längerfristige Verträge, fixes Einkommen* тощо;

6) медицина та фармакологія: *Zellkern, Erbinformation, DNA, Klosterapotheke*.

Оскільки кожен окремих відділ музею присвячений окремій науковій галузі, тексти, розміщені на сайті віртуальної експозиції «Deutsches Museum» містять різногалузеву термінологію. Втім, слід зауважити, що мова тут йде не про науковий стиль текстів, оскільки термінологія, яка вживається у текстах, не є специфічною та професійною, однак не виходить за рамки загальнонаукового підходу чи основ тієї чи іншої науки. Відтак, термінологія у текстах віртуальних музейних екскурсій є жанроутворюючим лексичним елементом, однак при цьому вона не є складною для розуміння пересічного відвідувача музею та не потребує спеціальних фонових знань.

Здебільшого терміни у текстах екскурсій використовуються обмежено, а також вводяться у текст у контексті, який розкриває чи пояснює їхні значення. Особливо це характерно для текстів віртуальної екскурсії «Deutsche Museum», у яких використовується розмовний стиль викладу навіть тієї інформації, яка стосується науково-технічної сфери. Наприклад, таким чином автори віртуальної екскурсії характеризують виставку музею, присвячену сучасним технологіям:

Hier können Sie sich die beliebteste Vorführung im Deutschen Museum anschauen: die Hochspannungsanlage. Dreimal täglich blitzt und kracht es – und

Sie sehen den berühmten Faradayschen Käfig in Aktion (Deutsches Museum Digital, 2021).

Тут використовується не тільки розмовний стиль побудови тексту, однак і розмовна лексика, наприклад, оцінні прикметники *beliebteste*, *berühmten*, а також стилістичний прийом – заміна спеціальної термінології на загальну лексику: *blitzt und kracht* про високовольтну систему. Такий лексико-стилістичний прийом допомагає авторам тексту уникнути навантаження його лексикою, яка навряд чи буде зрозуміла відвідувачам. Натомість, використання надмірної кількості спеціальної наукової та професійної термінології може зробити сприйняття тексту складним для невідготовленого реципієнта.

Щоб зберігати інтерес та увагу слухача / глядача, такі тексти перемежують розмовний та науковий стилі, використовують науково-популярний підхід, обмежують кількість спеціальної термінології у тексті, замінюють частину термінів на розмовну лексику.

Окрім термінів, неологізмів, іншомовних вкраплень у текстах віртуальних екскурсій використовується значна кількість оцінної лексики та емотивів. Оцінна лексика, передусім, виражає певну оцінку (негативну, позитивну чи нейтральну). Як правило, така лексика за частиномовним критерієм включає у себе переважну більшість прикметників.

У тексті віртуальної екскурсії «Thierry Mugler: Couturissime» у виставковому центрі «Kunsthalle München» використовується така оцінна лексика:

Sein architektonischer Stil und seine gewagten Silhouetten haben die Modegeschichte geprägt (Kunsthalle München, 2021).

У цьому прикладі оцінний потенціал має лексема *gewagten*. У наступному реченні використовується оцінна лексика *strengen, exquisiten, starken, sinnlichen*:

Seine strengen Kleidungsstücke mit breiten «Superheldinnen-Schultern» und korsettierten Taillen verleihen der exquisiten, starken, sinnlichen Frau ihren Look (Kunsthalle München, 2021).

Використання такої лексики у тексті екскурсії, яка стосується тематики моди та дизайну, дозволяє більш точно описати візуальні ефекти, ідейне наповнення праць модельєра. Окрім того, тут можна говорити й про те, що така лексика передає гендерні уявлення, зокрема, формує уявлення про образ жінки, якою її бачить модельєр.

Окрім прикметників оцінний, експресивний та емотивний потенціал можуть мати й іменники, наприклад, такі слова як *Fantasie*, *Glamour*, *Träume und Erotik*, як у наступному прикладі:

Seine Fantasie beschwört Hollywoodglamour, Träume und Erotik ebenso herauf wie die Tierwelt oder Science Fiction (Kunsthalle München, 2021).

Використання такої лексики у тексті має важливе значення, адже дозволяє не тільки інформувати глядача чи слухача такої екскурсії про якісь факти чи явища, але й описати їх, викликати у відвідувача певні емоції, надати оцінку об'єкту екскурсії. Оцінна лексика формує враження від теми екскурсії, та у ширшому контексті вона виражає й ідейні концепти. Частіше за все оцінка, яка передається у текстах віртуальних екскурсій є нейтральною, оскільки задача екскурсії не стільки позитивно чи негативно оцінити діяльність того чи іншого митця або письменника / композитора, скільки сформувати у відвідувача уявлення про його творчість.

Натомість, такі лексичні засоби, як слова *Fantasie*, *Glamour*, *Träume und Erotik* та інші, які навантажені експресивним та часто емотивним потенціалом, надають тексту екскурсії привабливості, адже залучають особистий досвід відвідувача, спонукають його будувати певні асоціації, пов'язані з предметом екскурсії. У цілому, це підвищує інтерес відвідувача, у порівнянні з виключно науковим текстом. Саме тому жанроутворюючими лексичними маркерами текстів віртуальних екскурсій слугують як наукова термінологія, так і оцінна та експресивна лексика, а також емотиви.

Окрім розглянутих груп лексики можна також відмітити велику кількість власних назв, імен, дат, які використовуються переважно у текстах аудіоекскурсій та лекцій. Зокрема, показовими у цьому плані є тексти «Österreichische Mediathek». На сайті цієї електронної медіатеки зібрані матеріали, які стосуються життя та творчості Бетховена. Одним із жанроутворюючих рис таких текстів є саме використання власних назв, а також числівників (дат, інших чисел, які надають тексту більшої фактологічності та достовірності), наприклад:

Die 1800 uraufgeführte erste Symphonie wollte Beethoven zunächst seinem ersten bedeutenden Unterstützer Kurfürst Maximilian Franz widmen (Beethoven.vor.Ort, 2021).

У цьому прикладі використовуються власні назви (імена історичних осіб) *Beethoven, Maximilian Franz*. Використовується також числівник *1800*. Дати, інші числові показники є засобами створення фактологічності тексту віртуальних екскурсій. Такі ж лексичні засоби притаманні текстам віртуальних виставок «Kunsthalle München». Наприклад, у виставці, присвяченій мюнхенському рококо, використовуються такі лексичні засоби:

Ungewöhnlich an Asams Entwurf ist die vollplastische figürliche Gestaltung des Schafes als Maria Immaculata, die hier im Zusammenspiel mit dem Drachen deutlich vom Bild der Apokalyptischen Frau geprägt ist, die in der Offenbarung des Johannes beschrieben wird (Offenbarung 12,1–6) und seit dem Mittelalter mit Maria, aber auch dem Gottesvolk identifiziert wird (Kunsthalle München, 2021).

У цьому уривку використовуються терміни з області дизайну (*vollplastische figürliche Gestaltung, Schafte*), а також релігії (*Offenbarung des Johannes, Maria, Gottesvolk*). Фактологічності тексту надає використання власних назв, а саме – імен історичних осіб та релігійних персонажів (*Asam, Maria Immaculata, Maria*).

Також у тексті використовується оцінна та експресивна лексика, яка також може бути віднесена до термінологічної лексики з області мистецтвознавства. Наприклад, вираз *Bild der Apokalyptischen Frau* водночас

вказує на конкретний художній образ, притаманний для стилю рококо, а також надає оцінку цьому мистецькому явищу, характеризує його.

Відтак, на лексичному рівні основними групами лексики, яка використовується у текстах віртуальних екскурсій та є жанроутворюючим параметром таких текстів, є терміни (загальні та спеціальні, з різних галузей наукових знань, відповідно до тематики екскурсії, музею, виставки), загальна лексика, оцінна та експресивна лексика, емотиви, а також власні назви та числівники (дати, числові показники тощо).

Окрім таких лексичних груп також можемо відзначити використання національно-специфічної лексики, або культурних реалій, які є лексикою, притаманною виключно німецькій мові та німецькій культурі та які не мають аналогів у мовах інших народів світу.

Оскільки німецькі виставки, віртуальні екскурсії розповідають про життя німецького народу, визначних його представників, історію Німеччини, то у текстах таких екскурсій часто використовуються специфічні реалії. Наприклад, у одному з розглянутих нами прикладів використовується найменування титулу, притаманного для Німеччини доби Священної Римської імперії – *Kurfürst Maximilian Franz*. Лексема *Kurfürst* трактується як титул князів у Священній Римській імперії, це ранг вищий від ерцгерцога і нижчий тільки від короля, великого герцога або імператора.

Окрім такої національно-специфічної лексики, як найменування титулів, використовуються також і власні назви, які номінують національно-специфічні реалії. Наприклад, у наступному прикладі використовується слово *Museumsinsel*:

Am 7. Mai 1925 – dem 70. Geburtstag von Oskar von Miller – wurde der Sammlungsbau auf der Museumsinsel dann eröffnet (Deutsches Museum Digital, 2021).

Лексема *Museumsinsel* є національно-специфічною, оскільки номінує притаманне лише для Німеччини явище, а саме – північний край острова Шпреєінзель на річці Шпреє у Берліні, де розташований ряд знаменитих

берлінських музеїв. Використання такої лексики у текстах віртуальних екскурсій може створювати труднощі для розуміння їх змісту відвідувачами.

Звернемося також до аналізу стилістичних жанроутворюючих параметрів текстів віртуальних екскурсій. Одним із найбільш розповсюджених стилістичних засобів є використання оцінної та експресивної лексики, яка із стилістичної точки зору часто виконує у тексті роль епітета, наприклад:

Während sich in der Monstranz Asams noch ein spätbarocker, kämpferisch-pathetischer Charakter ausprägt... (Kunsthalle München, 2021).

У цьому прикладі використовуються прикметники *spätbarocker, kämpferisch-pathetischer*, де лексема *spätbarocker* може розглядатися як термін на позначення мистецької та історичної періодизації витвору мистецтва, тоді як складний прикметник *kämpferisch-pathetischer* швидше виконує роль оцінну та експресивну та може бути віднесений до епітету за своєю стилістичною функцією у тексті.

У наступному уривку з екскурсії, яка присвячена стилю рококо у Німеччині, використовуються епітети *anmutiges, gekehrtes*:

...die Klosterkirche St. Anna im Lehel(Kat.-Nr.102) ein anmutiges und in sich gekehrtes Bild der Maria Immaculata verwenden, wie es der Empfindsamkeit des reifen Rokoko entspricht (Kunsthalle München, 2021).

Епітет у текстах віртуальних екскурсій можна віднести до жанроутворюючих параметрів, оскільки вони використовуються у більшості таких текстів та слугують для привернення уваги реципієнта, виконуючи вагому роль.

Епітет як важливий засіб відтворення образності у тексті віртуальної екскурсії сприяє яскравій емоційній характеристиці предмета або явища. Образність епітета визначається переважно його мовним оточенням. Емоційне значення епітету може супроводжувати наочно-логічне значення або існувати як єдине значення у слові. У тексті віртуальної екскурсії епітет

набуває нейтрального мовного забарвлення, виступаючи, як правило, у складі термінологічних поєднань, наприклад:

Wunderschöne Kunstwerke finden sich hier – und modernste Bausätze, mit denen sich technische Abläufe nachstellen lassen (Deutsches Museum Digital, 2021).

У цьому реченні використовуються як наукові терміни (*Bausätze, technische Abläufe*), так і образні епітети (*wunderschöne, modernste*). Це дозволяє створити текст, у якому об'єднані наукова точність та художня образність, що утворює жанрову специфіку віртуальної екскурсії.

Окрім епітетів використовуються також інші стилістичні прийоми, наприклад, метафори. У наступному прикладі використовується метафоричний зворот *öffnete das Tor zur...* у значенні «сприяти»:

Die 1788 von James Watt konstruierte Industrie-Dampfmaschine war die erste universell einsetzbare Wärmekraftmaschine der Welt. Mit ihren 13 PS Leistung öffnete sie das Tor zur industriellen Revolution (Deutsches Museum Digital, 2021).

Інший метафоричний вислів використовується у наступному реченні, де лексема *Ensemble* також використовується у переносному значенні та дозволяє зробити висловлювання більш яскравим та краще донести інформацію до слухача / глядача віртуальної виставки:

Ein ganzes Ensemble von Ausstellungen auf mehreren Etagen (Deutsches Museum Digital, 2021).

У текстах віртуальних екскурсій метафора, як стилістичний жанроутворюючий засіб, слугує інструментом, за допомогою якого можна регулювати процес сприйняття наукової та будь-якої іншої інформації. У науковому мовленні, як відомо, слово називає не конкретний предмет, а клас однорідних предметів, виражає загальне наукове поняття. Абстрактність і узагальненість є специфічними рисами наукового мовлення, що разом із його призначенням зумовлюють систему мовних засобів, які створюють своєрідне абстрактне стилістичне забарвлення.

Загалом, науковому мовленню не властива художньо-образна мовна конкретизація, оскільки вона суперечить завданням комунікації в науковій галузі. Однак, оскільки тексти віртуальних екскурсій не належать виключно до наукового тексту, вони містять також і образні та стилістичні мовні елементи, які дозволяють привертати увагу та викликати інтерес у відвідувачів.

В цілому, метафоричність наукового мовлення у контексті текстів віртуальних екскурсій не викликає сумнівів, оскільки метафоричним є і саме мислення людини. Метафора не тільки відображає процес мислення, а й формує його. Вдало відібрана для позначення певного нового явища, метафора стає імпульсом для побудови нових гіпотез і висновків на основі системних зіставлень двох об'єднаних нею понять. Усередині тропа виникає складна взаємодія понятійного й образного компонентів семантики, що створює діалектичну єдність, у якій протилежність зазначених компонентів нейтралізується близькістю метафори до терміна і водночас її відкритістю для образних асоціацій, що об'єктивно супроводжують процес пізнання. Таким чином, метафора постає засобом пізнання й інструментом методу наукового дослідження.

У текстах віртуальних екскурсій використовують справжні образи-метафори як засіб вираження складної думки. Метафора органічно входить до структури такого тексту і має здебільшого однозначне тлумачення. Втім, і експресивні, яскраві терміни-метафори також все більш активно використовують у мові таких віртуальних екскурсій, наприклад:

1997 öffnete die totgesagte Chambre syndicale de la Haute Couture (der die französische Couture-Welt diktierende Modeverband) ihre fest verschlossenen Türen für einige außergewöhnlich progressive Designer, zu denen auch Mugler gehörte (Kunsthalle München, 2021).

У цьому реченні використовується метафоричний зворот *öffnete ... fest verschlossenen Türen*. Загалом, такий метафоричний вираз є загальноживаним, він дозволяє зробити мову екскурсії більш образною та

експресивною та насичувати науковий текст, історичні факти яскравими мовними зворотами, щоб зберігати інтерес та увагу відвідувача.

Слід зауважити, що використання засобів образності у науковому тексті принципово відрізняється від їх використання у художній літературі. У художньому творі метафора – це важливий елемент системи образів. У той же час, у науковій мові багато з них виступають у допоміжній функції: для пояснення, популяризації. Вони є своєрідними інструкціями, не пов'язаними із загальною мовленнєвою системою, їх використовують як прикрасу, а відтак вони є чужорідними елементами та вживаються не гармонійно до стилю, а всупереч йому.

Втім, оскільки жанрова специфіка текстів віртуальних екскурсій передбачає не науковий, а науково-популярний стиль викладу інформації, то метафори, епітети та інші стилістичні засоби тут досить гармонійно вводяться у текст.

Область проникнення такої метафори у тексти наукового та науково-популярного стилю досить широка. Особливу увагу тут привертають терміни, що з'явилися у результаті семантичного перенесення значення слів літературної мови. Такі терміни з'являються у результаті регулярних метафоричних переносів, які спостерігаються між термінами національної наукової картини світу і певними розрядами слів мовної картини світу, тобто у результаті семантичної деривації між членами різних лексичних систем [29, с. 357]. Сюди відносяться такі добре відомі терміни як «сила струму», «електричне поле», «світлова хвиля», що трактують абстрактні, невидимі оку явища у поняттях конкретних і добре знайомих.

Розвиток науки і техніки спричинив появу нових термінів у різних областях науки. На сьогоднішній день одним з яскравих прикладів є область комп'ютерних технологій, у терміносистемі якої з'явилися такі поняття, як вірус, миша (вказівний пристрій), робочий стіл, мова програмування і т. д. [28, с. 180]. Саме способом метафоризації утворені, наприклад, терміни комп'ютерної області у німецькій мові: *Maus*, *Weg*, *Webadresse*, *Verknüpfung*,

Sprache, Taste, Zugangspunkt, Netzwerk, Datenpfad і т. д. Використання такої метафоричної термінології у текстах віртуальних екскурсій також можна вважати одним із жанроутворюючих параметрів таких текстів.

Розглянемо кількісні показники використання лексико-стилістичних засобів віртуальних екскурсій німецькомовних музеїв та виставок. Відтак, аналіз показав, що до лексико-стилістичних жанроутворюючих засобів німецькомовних текстів віртуальних екскурсій можна віднести термінологію, оцінну та експресивну лексику, яка включає також епітети, національно-специфічну лексику (реалії), власні назви, а також метафори та метафоричні вирази.

Кількісний аналіз показав, що із 100 прикладів лексико-стилістичних засобів найбільш частотним є терміни, які становлять 35% від загального числа прикладів (рис. 2.1.).

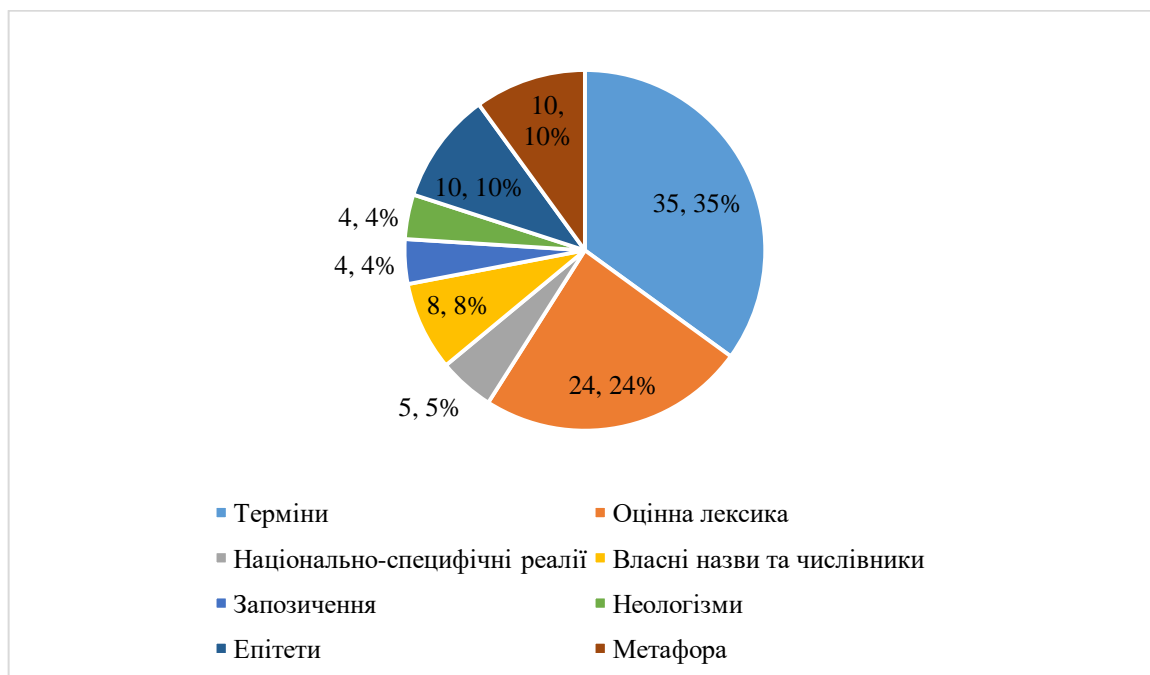


Рис. 2.1. Кількісне співвідношення лексико-стилістичних засобів у текстах віртуальних екскурсій

Саме термінологія становить основний жанроутворюючий засіб текстів віртуальних екскурсій на лексико-стилістичному рівні. Також досить частотним засобом є оцінна лексика (куди включаємо і експресивну та

емотивну лексику, оскільки за семантикою та функціональністю такі засоби мають схожі характеристики). Оцінна лексика у нашому дослідженні становить 24% від загального числа лексико-стилістичних засобів.

Епітети та метафоричні звороти становлять по 10% від загальної кількості, тоді як власні назви та числівники (дати, вказівки ваги, довжини, інших числових параметрів, як засоби створення фактологічності тексту) становлять 8%.

Найменш широко представлені у досліджених німецькомовних текстах віртуальних екскурсій такі лексико-стилістичні засоби, як національно-специфічні слова-реалії (5%), а також запозичення та неологізми – по 4% на кожну групу.

Відтак, до жанроутворюючих параметрів на лексико-семантичному рівні можна віднести термінологію та оцінну лексику, а також експресиви та емотиви. Результати дослідження демонструють специфічність таких текстів, оскільки вони поєднують у собі як лексичні риси наукового тексту (зокрема, термінологію, точність, науковість), так і образність, більш притаманну художньому дискурсу. Це пояснюється тим, що віртуальні екскурсії є одночасно науково-популярним текстом, а також і туристичним та часто навіть рекламним текстом, оскільки описи виставок чи музейних експозицій передбачають не тільки інформування, але й зацікавлення відвідувачів та заохочення їх до перегляду матеріалів виставки / музею.

Загалом же, аналіз текстів віртуальних екскурсій в плані їх мовних особливостей дозволив встановити цілий ряд специфічних властивостей на лексичному та стилістичному рівнях. Яскравою особливістю досліджуваних текстів на лексичному рівні є велика кількість власних назв та імен. Зміст тексту обумовлює необхідність вживання у ньому антропонімів, які позначають видатних особистостей, пов'язаних з містом / країною у різні історичні періоди їх розвитку. Окрім антропонімів використовується й велика кількість іншої онімної лексики – найменування міст, водойм та інших географічних об'єктів, назви персонажів та творів мистецтва та ін.

Мета широкого використання власних імен та назв полягає у підвищенні інформативності тексту та більш яскравому відображенні історичних та культурних реалій міста / країни.

Окрім того, аналіз показав, що ще однією лексичною особливістю текстів віртуальних екскурсій є широке використання в них якісних прикметників, що несуть позитивну оцінку. Це безпосередньо пов'язане з функцією текстів – сформувати у реципієнтів сприятливе враження про описувані факти, події, явища. З цієї причини об'єкти опису, виражені іменниками, часто вживаються з атрибутами, вираженими якісними прикметниками з позитивною оцінкою, а дії, виражені дієсловами, супроводжуються прислівниками, що несуть позитивну оцінку цих дій. У текстах екскурсій використовуються також лексичні образні засоби і, перш за все, метафори, які покликані пожвавити текст і зробити його більш емоційним та експресивним.

Дискурсивний рівень німецькомовних текстів віртуальних екскурсій, загалом, демонструє певну мовну специфіку, яка полягає насамперед у реалізації у текстах різноманітних функціональних стилів. Завдяки використанню у текстах образних засобів можна говорити про реалізацію художнього стилю. Натомість, загальновідома, яка не вимагає вузькоспеціальних знань, термінологія маркує науково-популярний стиль. Нехарактерні для книжкової мови слова і вирази, іноді навіть просторічні, відносять досліджувані тексти до розмовного стилю, тоді як прагнення переконати реципієнта, впливати на його розум і почуття зближують тексти екскурсій з публіцистикою. Присутні у текстах віртуальних екскурсій навіть суто рекламні прийоми подачі матеріалу.

Таким чином, у дискурсивному плані тексти віртуальних екскурсій є гібридним утворенням, у якому реалізуються різноманітні функціональні стилі. Це дозволяє досліджуваному типу текстів виконувати одночасно цілий ряд функцій: надавати інформацію про певне явище чи подію, особу, місто тощо, створювати про нього найбільш сприятливе враження, розважити,

спонукати до подальшого знайомства з тематикою екскурсій, спонукати до майбутніх подорожей та відвідин музеїв чи виставок взагалі.

Висновки до розділу 2

Вивчення мовних параметрів текстів німецькомовних віртуальних екскурсій дозволяє визначити, що такі тексти належать до туристичної сфери та володіють власним набором лексичних, синтаксичних і функціональних особливостей.

Аналіз показав, що тексти віртуальних екскурсій сучасних музеїв та виставок Німеччини і Австрії виконують інформативну, естетичну, комунікативну, прагматичну, лінгвокультурну функції, а їх тематика охоплює широке коло тем, які стосуються науки і техніки, мистецтва, історії.

До жанроутворюючих параметрів текстів німецькомовних віртуальних екскурсій на граматичному та структурному рівні можна віднести наявність у більшості випадків стандартної текстової структури тексту (вступна частина, основний текст та висновок), а також включення до структури тексту екскурсій малюнків та фото, аудіо- та відеоматеріалів, цитат, гіперпосилань тощо. На граматичному рівні таким текстам притаманне використання переважно розповідних, часто – складних за будовою речень.

Використовується здебільшого минулий час, однак іноді історичні події подаються у теперішньому часі, що підкреслює їх знаковість та дозволяє відвідувачу поринути у історичне минуле. У текстах екскурсій можуть використовуватися спонукальні конструкції, покликані залучити відвідувача до взаємодії з віртуальною реальністю екскурсій. Також тексти екскурсій часто містять перерахування, що підвищує інформативність такого тексту.

Аналіз також показав, що до лексико-стилістичних жанроутворюючих засобів німецькомовних текстів віртуальних екскурсій можна віднести термінологію, оцінну та експресивну лексику, яка включає також епітети,

національно-специфічну лексику (реалії), власні назви, а також метафори та метафоричні вирази.

Відтак, з'ясовано, що досліджувані тексти мають ряд типових властивостей, які проявляються у структурно-композиційному, лексичному, граматичному та дискурсивному планах, що є одним із найважливіших чинників віднесення названих текстів до самостійного мовного жанру туристичного дискурсу, а також обумовлює їх багатий семантичний і функціональний потенціал.

Окрім того, з'ясовано, що екскурсійний дискурс має параметри полікодовості, поліфункціональності, інтертекстуальності та інтердискурсивності. Це гібридний тип тексту, який знаходиться на межі кількох стилів, а саме – наукового, художнього, публіцистичного, та об'єднує кілька типів дискурсів – науково-популярний, рекламний, туристичний.

ВИСНОВКИ

У даній роботі ми звернулися до виділення складної моделі екскурсійної онлайн-мови як жанрово-стилістичного феномена. На сьогоднішній день текстові та жанрові параметри екскурсійної онлайн-мови мало вивчені в літературі, поки що немає конкретних прагматичних моделей текстів такого жанру. Це підтверджує актуальність обраної нами теми.

Ми з'ясували, що екскурсійна онлайн-мова має специфічні жанроутворюючі ознаки: функціонує в офіційній обстановці спілкування, адресантом є екскурсовод (комунікативний лідер, який розбирається в предметі мови, підготовлений до спілкування), адресатом є соціально неоднорідна група людей (різні за віком, професією, освітою).

Композиція екскурсійних текстів досить вільна, включає вступ, основну частину і висновок; екскурсійні тексти відносяться до комплексних жанрів (можуть включати фрагменти різних самостійних жанрів); вони

зорієнтовані на гранично ефективну організацію інформації (відносяться до науково-популярного стилю; поєднують доповнюючі один одного вербальні і невербальні компоненти інформації).

Крім того, ми дійшли висновку, що екскурсійна онлайн-мова як комунікативний феномен з комплексною функціональною природою має низку жанроутворюючих ознак: крім загальних для більшості інформаційних жанрів, які обслуговують культурно-просвітницьку сферу спілкування, функцій (інформування, вплив на реципієнта) екскурсійна онлайн-мова має також провідну керуючу функцію. Адресант-екскурсовод визначає прагматику і комунікативну стратегію екскурсійної мови, чітко моделює сприйняття описуваних об'єктів (формує сприйняття реальності). Засоби такого моделювання можуть розглядатися як унікальні жанроутворюючі маркери екскурсійної онлайн-мови.

Дана робота є початковим етапом в дослідженні екскурсійної мови як лінгвістичного і жанрово-стильового феномена. У перспективі можливе докладне вивчення питань, пов'язаних з історією розвитку та еволюцією жанру екскурсійної онлайн-мови, з його включенням в мас-медіальний дискурс (появою цілого ряду телевізійних проєктів науково-просвітницького та рекламно-розважального характеру, в основі яких можна виявити риси жанрової моделі екскурсійної мови). Представляється актуальним також детальне вивчення полікодової природи екскурсійної онлайн-мови і, найважливіше, - дослідження психолінгвістичних особливостей екскурсійного спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефиренко Н.Ф. Проблема вербализации концепта. Волгоград: Перемена, 2003. 96 с.
2. Алпатов В.М. Проблема речевых жанров в работах М.М. Бахтина // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 92-103.
3. Аннушкин В.И. Риторика и стилистика. Учебное пособие. 4.1. М.: АТиСО, 2004. 164 с.
4. Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007. 320 с.
5. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. М.: Языки русской культуры, 1995. 767 с.
6. Багрій К. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bagrii3.htm
7. Барнет В. Проблемы изучения жанров устной научной речи. С.197.
8. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 144 с.
9. Головний експонат: онлайн-екскурсії та інші програми німецьких музеїв. URL: <https://germania-online.diplo.de/ru-dz-ru/kultur/ku-to-go/-/2330182>
10. Гункель О. Онлайн-екскурсії музеями ФРН: де і що можна подивитися. URL: <https://www.dw.com/ru/onlajn-jekskursii-po-muzejam-germanii/a-59792655>
11. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. 234 с.
12. Демидова Т.В. Фактор адресата как компонент дискурсивной деятельности при «порождении» экскурсионного текста // Проблемы языковой картины мира на современном этапе: сборник статей по

материалам Всероссийской научной конференции молодых ученых. Вып. 5. 16-17 марта 2006 г. Нижний Новгород: изд-во НГПУ, 2006. С. 92-96.

13. Емельянов Б.В. в помощь экскурсоводу. М.: Знание, 1976.

14. Емельянов Б.В. Организация работы экскурсионного учреждения. М., 1997. 290 с.

15. Емельянов Б.В. Организация экскурсионной работы: Методика, опыт. М., 2004. 525 с.

16. Емельянов Б.В. Основы экскурсоведения. М., 1995. 423 с.

17. Історія виникнення та розвиток віртуальних турів. URL: <https://blog.flexyheat.ru/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitie-virtualnyx-turov/>

18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 390 с.

19. Киуру К.В. Публичная коммуникация: дискурсивные практики и коды / К.В. Киуру, С.В. Меньшенина, Е.Н. Пескова, Е.В. Пономарева, Е.П. Соколова. Челябинск: Изд-во Южно-Уральского ун-та, 2005. 160 с.

20. Коваленко О.В. Використання віртуальних екскурсій як сучасних форм організації навчального процесу. URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/9/part_1/22.pdf

21. Костомаров Б.В., Бурвикова Н.Д. Символы процентных текстов в коммуникации // Изучение и преподавание русского слова от Пушкина до наших дней: Мат. конф. и семинаров. Волгоград, 1999. 127 с.

22. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. -М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.

23. Лаптева О.А. Нормативность некодифицированной литературной речи \\ Синтаксис и норма. М., 1974. 345 с.

24. Марусей Т. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. Вип. 26. 2021. С. 507–511.
25. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. М.: «Евразийский регион», 1988. 401 с.
26. Налимова Т.А. Экскурсионная речь как профессиональный жанр учителя - словесника: диссертация на соискание ученой степени кандидата пед. наук. Новокузнецк, 2000. 210 с.
27. Омельченко Б.Ф. Экскурсионное общение: познание, воспитание, отдых. М.: Наука, 1991. 120с.
28. Підгородецька І.Ю. Метафора в науковому мовленні економістів. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2015. Вип. 12. С. 178-184.
29. Попова Т.Г., Сачкова Е.В. Метафора в научном стиле. Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 2-2. С. 356-360
30. Сервіс Google Arts and Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/>
31. Сиротинина О.Б. Тексты, текстоиды, дискурсы в зоне разговорной речи // Человек - Текст - Культура. Екатеринбург. 1994. С. 22-29.
32. Сльозко Ю. В. Феноменологічний простір туристичного дискурсу. Гуманітарний вісник. 2013. № 15. С. 155–162.
33. Сущенко О. А., Кравченко В. В. Становлення віртуального туризму як напряму розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_tech_2018_140_6
34. Топ-10 найкращих віртуальних екскурсій у світі. URL: <https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/10922612-top-10-naykrashchih-virtualnih-ekskursiy-u-sviti.html>

35. Тураева З.Я. Лингвистика текста. М., 1986. 145 с.
36. Человек-текст-культура: коллект. монография. / Под ред. Н.А. Купиной, Т.В. Матвеевой. Екатеринбург, 1994. 235с.
37. Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. М.: Наука, 1992. 282 с.
38. Шевніна Л. Є. Класифікація жанрів підмови “туризм” на основі жанрового підходу /Л. Є. Шевніна // Наукові записки [Національного університету “Острозька академія”]. Сер.: Філологічна. – 2013. – Вип. 38. – С. 142–144.
39. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 326 с.
40. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра. // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 88-98.
41. Юхневич М.Ю. Я поведу тебя в музей: Учебное пособие по музейной педагогике / Рос. ин-т культурологии. М., 2001. 134 с.
42. Abraham, Ulf: Digitale Schreib-, Präsentations- und Publikationsmedien. In: Digitale Medien im Deutschunterricht. Hg. von Volker Frederking [u. a.]. Baltmannsweiler 2014, S. 269–289.
43. Albertina Museum, Wien URL: <https://www.albertina.at/en/home>
44. Beethoven.vor.Ort. Österreichische Mediathek. URL: <https://www.mediathek.at/beethoenvorort/>
45. Deutsches Museum Digital. URL: <https://virtualtour.deutsches-museum.de/?vlon=4.02&vlat=-0.13&fov=100.0&image=7237>
46. Dijk van T. A. Introduction: The Study of Discourse [Text] / T. A. van Dijk // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / ed. by T. A. van Dijk. - London: Sage, 2011. - P. 1-8.
47. Eichstädt B., K Kuch. Das Ende der Sprache im Social Web. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2013.

48. Fußballmuseum, Dortmund URL:
<https://www.fussballmuseum.de/museum/ausstellung>
49. Flowerdew J. An educational, or process approach to teaching professional genres / J. Flowerdew //ELT Journal. – 1993. – Vol. 47 / 4. – P. 305–316
50. Goethe-Nationalmuseum URL: <https://www.klassik-stiftung.de/goethe-nationalmuseum/goethes-wohnhaus/>
51. Kunsthalle München. URL: <https://www.kunsthalle-muc.de/>
52. Pergamonmuseum, Berlin URL: <https://www.smb.museum/museen-einrichtungen/ Pergamonmuseum/home/>
53. Reus, Gunter. Sprache in den Medien (Medienwissen kompakt). Springer VS; 1. Aufl. 2020. 104 S.
54. Schokoladenmuseum, Köln URL:
<https://www.schokoladenmuseum.de/de/museum/die-ausstellung>
55. Tourism Industry Needs Fundamental “Rethink” in Wake of COVID Pandemic. URL: <https://news.un.org/en/audio/2022/01/1109142>

ZUSAMMENFASSUNG

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Texte virtueller Führungen moderner Museen und Ausstellungen Deutschlands und Österreichs im Rahmen von informativen, ästhetischen, kommunikativen, pragmatischen, sprachlichen Funktionen realisiert werden. Ihre thematische Fächerung deckt ein breites Spektrum an Wissenschaft und Technologie, Kunst und Geschichte ab.

Wir ziehen aus der durchgeführten Analyse das Fazit, dass man zu den genrebildenden Parametern der Texte deutschsprachiger virtueller Führungen folgende grammatikalische und strukturelle Besonderheiten zählen kann: das Vorhandensein in den meisten Fällen einer Standardstruktur des Textes (einleitender Teil, Haupttext und Schlussfolgerung) sowie die Ergänzung der Struktur des Textes durch Zeichnungen und Fotos, Audio- und Videomaterialien, Zitate, Hyperlinks.

Die Analyse zeigte auch, dass zu den lexikalisch-stilistischen genrebildenden Mitteln der deutschsprachigen Texte virtueller Führungen Terminologie, bewertendes und ausdrucksstarkes Vokabular gehören. Auch Epitheta, Realienwörter, nationalsspezifische Vokabeln, Eigennamen sowie Metaphern und metaphorische Ausdrücke prägen die analysierten Texte.

Es wurde folglich festgestellt, dass die untersuchten Texte eine Reihe von typischen Eigenschaften aufweisen, die sich durch Strukturierung, lexikalische, grammatikalische und diskursive Besonderheiten auszeichnen, was einer der wichtigsten Faktoren ist, um die genannten Texte einem unabhängigen sprachlichen Genre des Touristen Diskurses zuzuordnen, mit einem umfangreichen semantischen und funktionellen Potenzial.

Die quantitative Analyse zeigte, dass 100 Beispiele für lexikalisch-stilistische Mittel die häufigsten Begriffe sind, die 35% der gesamten Beispiele ausmachen. Eine wesentliche Rolle kommt auch dem einschätzenden Vokabular zu. In unserer Studie beträgt es 24% der Gesamtzahl der lexikalisch-stilistischen Mittel. Die Epitheta und die metaphorischen Wendungen betragen 10% der

Summe, während die Eigennamen und Zahlen (Termine, Anweisungen, Längenangaben), andere numerische Parameter als Mittel zum Erstellen eines sachlichen Textes 8% ausmachen.

Im Allgemeinen hat die Analyse von Texten virtueller Führungen hinsichtlich ihrer sprachlichen Merkmale, eine Reihe spezifischer Eigenschaften auf den lexikalischen und stilistischen Ebenen feststellen lassen. Ein lebendiges Merkmal der untersuchten Texte auf lexikalischer Ebene ist eine große Anzahl von Eigennamen.

Darüber hinaus zeigte die Analyse, dass ein weiteres lexikalisches Merkmal der Texte virtueller Führungen der weit verbreitete Einsatz von wertenden Adjektiven ist, die eine positive Bewertung ausdrücken.

Abschließend lässt sich behaupten, dass diese Arbeit als eine Anfangsetappe bei der Untersuchung von Texten deutschsprachiger Online-Museenführungen und deren genrebildender Merkmale aufgefasst werden kann. Als Nächstes könnte eine detaillierte Studie von Fragen der Geschichte und der aktuellen Entwicklung des Genres „Online-Führungen“ als eines Teils Mediendiskurses in Frage kommen.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Малиночка Дмитро Іванович,
студент 2 курсу магістратури, форми навчання заочна,
факультету іноземної філології, спеціальність Германські мови та
літератури (переклад включно), перша – німецька, освітньо-
професійна програма Переклад (німецький), адреса електронної пошти
malinochka19971014@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Жанрові особливості текстів музейних онлайн-екскурсій» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) Малиночка Д.І.