

УДК 81'42 DOI: 10.26456/vtfilol/2021.2.052

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ  
КОММУНИКАТИВНЫХ СТИЛЕЙ ЭКСКУРСОВОДА  
(на материале немецкого языка)**

**С.В. Мкртычян, Т.А. Янсон**

Тверской государственной университет, Тверь

Обсуждаются результаты исследования коммуникативных стилей экскурсовода на материале немецкого языка; исследование включает в себя серию экспериментов: цепочечный ассоциативный, направленный ассоциативный, предварительный уточняющий пилотный опрос и эксперимент, направленный на выбор эффективных речевых стратегий.

**Ключевые слова:** коммуникативный стиль, речевая стратегия, речевая тактика, цепочечный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, предварительный уточняющий пилотный опрос.

Одной из принципиальных особенностей современной лингвистики считается её интегративность, позволяющая расширять объект исследования и границы его познаваемости за счёт использования достижений смежных наук. Представляется, что таким плодотворным альянсом может стать стилистика и психолингвистика.

Изучение коммуникативного стиля как типичной/типовой манеры коммуникативной деятельности требует не только погружения в вербальную текстовую наличность, но и привлечения таких исследовательских процедур, которые позволили бы более детально охарактеризовать категорию коммуникативного стиля, которая принадлежит к числу абстрактных категорий.

Целью настоящей публикации является описание результатов экспериментов, которые использованы для изучения коммуникативных стилей экскурсовода.

Предварительно нами разработана типология коммуникативных стилей [б: 115–120]. См. табл. 1:

Таблица 1. Основания классификации коммуникативных стилей экскурсовода

Коммуникативный стиль	Темперамент	Макроинтенция	Функция речи (по Виноградову)
Информационный	Меланхолик	Информирование	Сообщение
Доминирующий	Холерик	Самопрезентация и самоутверждение	Воздействие
Паритетный	Сангвиник	«Диалог с экскурсантом»	Общение
Конформистский	Флегматик	Клиентоцентричность	Сообщение + общение

С целью изучения коммуникативных стилей экскурсовода мы привлекли психолингвистические методы. Следует отметить, что методы

психолингвистического анализа активно разрабатываются, уточняются и апробируются в рамках Тверской психолингвистической школы, руководителем которой является Заслуженный деятель науки РФ профессор А.А. Залевская [2; 3; 4; 5].

Участниками проведённого эксперимента стали 106 немецких туристов (58 мужчин и 48 женщин). Эксперимент состоял из 4 этапов.

**На первом этапе** был проведён цепочечный ассоциативный эксперимент.

Гипотеза исследования основана на следующем предположении: ассоциаты, которые дают экскурсанты на стимул ЭКСКУРСОВОД, можно соотнести с коммуникативным стилем экскурсовода и выявить наиболее предпочтительный, с точки зрения экскурсанта, коммуникативный стиль.

Испытуемые получили задание зафиксировать свои ассоциаты на стимул ЭКСКУРСОВОД. Наиболее частотные ассоциаты: *Begleiter / Leiter von Gruppen* (сопровождающий группы / руководитель) (51), *Helper / Berater / Psychologe* (помощник) (46), *Informator* (информатор) (36), *Kompetenz / Kenntnisse* (компетенция / знания) (34), *Organisator* (организатор) (11), *Freundlichkeit* (приветливость) (9), *nett* (милый) (4), *Interessenvertreter* (открытый для интересов группы) (3), *Kompetenz im Umgang mit Menschen aller Art* (хорошее отношение к туристам) (3), *Verantwortlichkeit* (ответственность) (3), *Kompetenz in Sprache* (языковая компетентность) (3), *klare Aussage (laut und deutlich)* (громкое и чёткое произношение) (2), *Vertrauen* (доверие) (2), *Verbindungsglied* (связующее звено) (2).

Полученные результаты были распределены на 3 группы: связанные с адресантом (экскурсоводом), адресатом (туристами) и абстрактные понятия (которые, можно отнести и с адресантом и с адресатом). Результаты эксперимента показывают, что самой многочисленной группой оказалась группа ассоциатов, связанная с экскурсоводом (97,4%).

Полученные в ходе цепочечного эксперимента результаты позволяют их интерпретировать в аспекте предпочтительности коммуникативного стиля экскурсовода. Полагаем, что большинство испытуемых отдадут предпочтение доминирующему стилю, поскольку видят экскурсовода в роли руководителя и сопровождающего (22,4%). На втором месте следует конформистский стиль экскурсовода, который сможет создать благоприятную атмосферу во время экскурсии, всегда поможет и даст совет (20,2%). Третью позицию по количеству отмеченных ассоциатов занимает экскурсовод в роли информатора (15,8%), владеющего знаниями о стране, истории и культуре, что соответствует информационному стилю.

**На втором этапе** был проведён направленный ассоциативный эксперимент.

В основу эксперимента положена следующая гипотеза: качества экскурсовода являются важным фактором, определяющим его темперамент, представляющим собой одно из классифицирующих оснований типологии коммуникативных стилей экскурсовода.

Испытуемым нужно было назвать качества, которыми должен обладать экскурсовод. Наиболее частотные качества экскурсовода, названные

испытываемыми: *Kompetenz / Kenntnisse* (знание / компетентность) (62), *Freundlichkeit* (приветливость) (52), *Hilfsbereitschaft* (отзывчивость) (19), *gute Sprachkenntnisse* (хорошее знание языка) (17), *Organisationstalent* (организаторские способности) (15), *laute und deutliche Aussprache* (громкое и чёткое произношение) (13), *Geduld* (терпение) (13), *Ruhe* (спокойствие) (12), *nicht zu viele Daten, auf Wesentliches beschränken* (не слишком большой объём информации) (11), *humorvoll* (с чувством юмора) (8), *Kommunikationsfreudigkeit* (коммуникабельность) (8), *immer ansprechbar sein* (доступность) (7).

Полученные данные были разделены на две группы: качества, которые связаны косвенно/прямо с межличностным общением. Процент названных испытываемых качеств, прямо связанных с межличностным общением, в 1,7 раза больше, чем процент качеств, имеющих косвенное отношение к коммуникации (63% и 37% соответственно). Отдельно результаты по мужчинам и женщинам подтверждают общие выводы. Однако, у женщин количество качеств, прямо связанных с межличностным общением, больше (68%), чем у мужчин (59%), что свидетельствует о большей значимости для женщин процесса коммуникации и диалога с экскурсоводом во время экскурсии, а для мужчин – личных качеств экскурсовода. Они отмечают, что экскурсовод должен быть милым (*nett*), радостным (*fröhlich*), умным (*klug*), пунктуальным (*pünktlich*), смелым (*Courage*), независимым (*souverän*) и т.д.

В группе качеств, прямо связанных с межличностным общением, было выделено универсальное качество (открытость (*Offenheit*) (4)). Все остальные качества были соотнесены с коммуникативными стилями экскурсовода.

В табл. 2 представлено количество качеств экскурсовода по стилям, в абсолютных и относительных показателях.

Таблица 2. Количество качеств экскурсовода по стилям (в абсолютных и относительных показателях)

	Общие	Мужчины	Женщины
Информационный	50 (24,04%)	30 (27,27%)	20 (20,41%)
Доминирующий	24 (11,54%)	13 (11,82%)	11 (11,22%)
Паритетный	53,5 (25,72%)	25 (22,73%)	29,5 (30,1%)
Конформистский	<b>80,5 (38,7%)</b>	<b>42 (38,18%)</b>	<b>37,5 (38,27%)</b>

Как у мужчин, так и у женщин большее количество отмеченных качеств связано с конформистским стилем (мужчины – 38,18%, женщины – 38,27%). Мужчины отметили такие качества, как терпеливость (*Geduld*) (8), понимание (*Menschenkenntnis*) (4), эмпатичность (*Empathie*) (3), умение слушать (*Zuhören können*) (2), внимание к пожеланиям туристов (*Bedürfnisse der Reisegruppe berücksichtigen*) (1) и гибкость (*Flexibel*) (1). Женщины считают, что экскурсовод должен учитывать пожелания туристов (*Bedürfnisse der Reisegruppe berücksichtigen*) (5), быть терпеливым (*geduldig*) (5), эмпатичным (*empathisch*) (2) и уметь слушать (*Zuhören können*) (2). Вторым по приоритетности у мужчин следует информационный стиль (27,27%), а у женщин – паритетный (30,1%). Для мужчин более важным оказывается громкое и чёткое произношение (*laute und deutliche Aussprache*) (9), не слишком большой объём информации (*nicht zu viele*

*Daten, auf Wesentliches beschränken*) (6), хорошая риторика (*Gute Rhetorik*) (3), увлечённость своей работой (*Begeisterung für seinen Job*) (3), готовность давать справочную информацию (*Auskunftsbereit*) (3), помощь в лучшем понимании архитектурных сооружений (*Helfend Bauwerke erklären*) (2), занимательный (*unterhaltsam*) (занимательный) (2), передача информации (*Informationsvermittlung*) (1), простой язык (*einfache Sprache*) (1). Женщины придают большое значение общительности (*kommunikativ*) и коммуникабельности (*Kommunikationsfreudigkeit*) (6) экскурсовода.

Таким образом, для женщин важна роль экскурсовода не только как информатора, но и как собеседника. Такой вывод хорошо соотносится с тем обстоятельством, что женщины чаще называли качества, прямо связанные с межличностным общением.

**Третий этап** представлял собой предварительный уточняющий пилотный опрос.

Гипотеза эксперимента заключается в предположении: соотношение коммуникативных стилей экскурсовода с ролями экскурсовода по Б.В. Емельянову (информатор, эмоциональный лидер, собеседник, комментатор-советчик) позволит наметить тенденцию предпочтительных коммуникативных стилей экскурсовода [1: 204].

Результаты предварительного уточняющего пилотного опроса представлены в табл. 3

Таблица 3. Результаты, полученные в ходе предварительного уточняющего пилотного опроса

Коммуникативный стиль экскурсовода	Тип экскурсовода	Общее	Мужчины	Женщины
Информационный	Информатор	33 (20%)	22 (23%)	11 (16,42%)
Доминирующий	Эмоциональный лидер	9 (6%)	5 (5%)	4 (5,97%)
Паритетный	Собеседник	28 (17%)	17 (18%)	11 (16,42%)
Конформистский	Комментатор-советчик	<b>93 (57%)</b>	<b>52 (54%)</b>	<b>41 (61,19%)</b>

Результаты предварительного уточняющего пилотного опроса показывают, что для испытуемых предпочтительным оказался экскурсовод в роле комментатора-советчика (57%), что соответствует конформистскому стилю, что подтверждает результаты направленного ассоциативного эксперимента. Почти одинаковое количество испытуемых отметили роль информатора (20%), что соответствует информационному стилю, и собеседника (17%), что соответствует паритетному стилю. Роль эмоционального лидера встречается реже всего.

**На четвёртом этапе** было проведено экспериментальное исследование эффективности ядерных речевых стратегий коммуникативных стилей.

Гипотезой исследования является следующее предположение: можно определить эффективность каждого из коммуникативных стилей на основе оценки речевых стратегий и тактик, маркирующих эти стили.

Задание включало в себя шесть пунктов, в каждом из которых было 4 варианта ответов, представляющих собой речевые стратегии экскурсоводов каждого коммуникативного стиля. Первый ответ соответствовал информационному стилю, второй – доминирующему, третий – паритетному, четвёртый – конформистскому.

Вариант задания представлен ниже.

Welche Formulierung eines Reiseleiters/einer Reiseleiterin würden Sie bevorzugen?

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>a)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mein Name ist Olga. Ich bin heute Ihre Reiseleiterin.</li> <li>○ Heute begleitet Sie die erfahrene Reiseleiterin. Mein Name ist Olga. Ich arbeite seit ... Jahren als Reiseleiterin.</li> <li>○ Heute begleitet Sie die Reiseleiterin Olga. Ich bemühe mich, die Führung für Sie erkenntnisreich und interessant zu machen.</li> <li>○ Heute begleitet Sie die Reiseleiterin Olga, wir werden zusammen mit Ihnen besichtigen ....., besuchen ....., erfahren .....</li> </ul> <p><b>b)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ich erzähle Ihnen heute etwas über .....</li> <li>○ Jetzt müssen Sie mit ....., bekannt werden.</li> <li>○ Ich möchte Ihnen über ....., erzählen.</li> <li>○ Wenn es Sie interessiert, dann erzähle ich Ihnen .....</li> </ul> <p><b>c)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Sie interessierenden Fragen können Sie am Ende der Führung stellen.</li> <li>○ Ich bitte Sie, keine Fragen während der Führung zu stellen. Bitte alle Fragen am Ende der Führung.</li> <li>○ Wollen wir die entstehenden Fragen am Ende der Führung besprechen.</li> <li>○ Wenn Sie Fragen haben, können wir sie am Ende der Führung gern besprechen.</li> </ul> | <p><b>d)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jetzt gehen wir zur nächsten Sehenswürdigkeit unserer Führung.</li> <li>○ Folgen Sie mir bitte zur nächsten Sehenswürdigkeit unserer Führung!</li> <li>○ Kommen Sie bitte mit mir zur nächsten Sehenswürdigkeit unserer Führung!</li> <li>○ Alle, für die das interessant ist, können zusammen mit mir gehen.</li> </ul> <p><b>e)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Unterwegs fahren wir vorbei und besuchen .....</li> <li>○ Wir müssen ....., besuchen.</li> <li>○ Ich schlage vor, ....., zu besuchen.</li> <li>○ Je nach Wunsch können wir ....., besuchen.</li> </ul> <p><b>f)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Abfahrtszeit ist um 16.00 Uhr! Wir treffen uns um 16 Uhr im Bus.</li> <li>○ Um 16.00 müssen wir alle im Bus sein, man wird auf niemanden warten! Kommen Sie bitte nicht zu spät!</li> <li>○ Lassen Sie uns bitte die Uhren vergleichen, damit wir alle pünktlich um 16.00 Uhr weiter fahren können.</li> <li>○ Kommen Sie bitte alle um 16.00 Uhr zum Bus. Die zu spät kommenden werden selbstständig fahren, sonst kommen wir alle zu spät in .....</li> </ul> |
|---|---|

В табл. 4 представлены результаты экспериментального исследования эффективности ядерных речевых стратегий коммуникативных стилей. Буквы (И, Д, П, К) соответствуют названиям коммуникативных стилей экскурсовода (И – информационный стиль, Д – доминирующий стиль, П – паритетный стиль, К – конформистский стиль).

Таблица 4. Общие результаты экспериментального исследования эффективности ядерных речевых стратегий коммуникативных стилей

	Общее количество		Среднее арифметическое		Среднее арифметическое (мужчины)		Среднее арифметическое (женщины)	
	абс.	относит.	абс.	относит.	абс.	относит.	абс.	относит.
И	1105	<b>33,3%</b>	184	<b>33,3%</b>	73	<b>32,5%</b>	111	<b>34%</b>
Д	379	11,4%	63	11,4%	25	11%	38	11,6%
П	892	27%	149	27%	64	28,5%	85	25,9%
К	936	28,3%	156	28,3%	62,5	28%	93,5	28,5%

Проведённое исследование даёт возможность наметить тенденцию предпочтительных коммуникативных стилей экскурсовода и речевых стратегий. Большинство немецкоязычных испытуемых придают важное значение комфортной обстановке во время экскурсии, видят экскурсовода в роли помощника и советчика, который сможет не только передать знания, но и помочь в трудной ситуации. Таким образом, прослеживается тенденция к приоритетности выбора конформистского и информационного стилей. Доминирующий стиль экскурсовода испытуемые отмечали реже всего.

Таким образом, изучение коммуникативных стилей экскурсовода может быть основано на экспериментальном материале с применением психолингвистических методов, что расширяет объяснительные возможности коммуникативной стилистики.

### Список литературы

1. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М.: Изд-во «Советский спорт», 2007. 216 с.
2. Залевская А.А. Вопросы организации лексикона человека в лингвистических и психологических исследованиях: Учебное пособие. Калинин: КГУ, 1978. 87 с.
3. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. 543 с.
4. Залевская А.А. Введение в психолингвистику: Учебник. М.: РГГУ, 2007. 560 с.
5. Залевская А.А. Значение слова через призму эксперимента: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 240 с.
6. Мкртычян С.В., Янсон Т.А. Основания моделирования коммуникативного стиля экскурсовода в туристическом дискурсе // Вестник Тверского государственного университета. 2019. №2 (61). Серия: Филология. С. 115–120.

**PSYCHOLINGUISTIC STUDY OF THE TOUR GUIDE'S  
COMMUNICATIVE STYLES  
(BASED ON THE GERMAN LANGUAGE EXAMPLES)**

**S.V. Mkrttychian, T.A. Yanson**

Tver State University, Tver

The results of the study of the tour guide's communicative styles based on the material of the German language are discussed; the study includes a series of experiments: chain associative, directed associative, preliminary clarifying pilot survey and an experiment aimed at choosing effective speech strategies.

**Keywords:** *communicative style, speech strategy, speech tactic, chain association experiment, directed associative experiment, preliminary clarifying pilot survey.*

*Об авторах:*

МКРТЫЧЯН Светлана Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры французского языка, перевода и межкультурной коммуникации Тверского государственного университета, e-mail: [mkrttychian@mail.ru](mailto:mkrttychian@mail.ru)

ЯНСОН Татьяна Александровна – аспирант кафедры французского языка, перевода и межкультурной коммуникации Тверского государственного университета, e-mail: [tanjuschik@bk.ru](mailto:tanjuschik@bk.ru)