

УДК 811.111.'38

ОСНОВАНИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО СТИЛЯ ЭКСКУРСОВОДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

С.В. Мкртычян, Т.А. Янсон

Тверской государственной университет, Тверь

В статье обосновывается продуктивность альянса понятий *стиль/дискурс*, предлагается трактовка термина *коммуникативный стиль*, выдвигаются основания моделирования и типологизации коммуникативных стилей экскурсовода.

Ключевые слова: «онтология Выготского», *дискурс, стиль, туристический дискурс, коммуникативный стиль, тип темперамента, функция речи, макроинтенция.*

На современном этапе своего развития стилистика, миновав период острой конкуренции с дискурсологией, вступила на путь интегративного сотрудничества с теорией дискурса и практикой дискурс-анализа, предложив плодотворный альянс понятий *стиль* и *дискурс*. Не ставя перед собой цель обстоятельно разобраться в многочисленных трактовках дискурса и стиля, в рамках настоящей публикации мы обозначим общий вектор исследования, позволяющего снять кажущуюся внутреннюю дублетность стиля и дискурса, приводившую в некоторых работах к отказу от одного из понятий.

Предварительно определим, что *дискурс* нами рассматривается как текущее актуализированное речевое поведение, или «коммуникативное поведение» (термин И.А. Стернина), в условиях «коммуникативно-прагматического пространства» (термин И.П. Сусова). Стиль в самом свёрнутом виде может трактоваться как манера, способ актуализации речевого (коммуникативного) поведения. Здесь принципиально важно указать на разную степень абстрактности обсуждаемых понятий. Применительно к предлагаемому пониманию дискурса требуется уточнение и сужение трактовки стиля. По этой причине с целью избежания двусмысленностей и разночтений мы принимаем термин *коммуникативный стиль*.

Как уже было отмечено, альянс дискурса и стиля весьма жизнеспособен и гибок в применении. О востребованности понятия *коммуникативный стиль* свидетельствуют уже многочисленные на сегодняшний день работы, в которых этот термин уточняется, детализируется и применяется в виде различных модификаций (в частности, *стиля общения*) в качестве инструментария исследования. Так, согласно В.Н. Куницыной, под стилем общения понимается индивидуальная стабильная форма коммуникативного поведения человека, проявляющаяся в любых условиях взаимодействия – в деловых и личных отношениях, в избираемых приёмах психологического влияния на людей, в методах разрешения межличностных и деловых конфликтов [5: 422]. В.В. Латынов рассматривает коммуникативный стиль как систему ближайших коммуникативных целей и способов их достижения [6: 90–100]. И.А. Стернин определяет коммуникативный стиль как доминирующую манеру общения, проявляющуюся в большинстве коммуникативных ситуаций [13: 97]. Как подчёркивает Х. Коттхоф, стиль общения связан с поддержанием своего «лица» партнёрами по коммуникации,

стиль всегда является, во-первых, выражением личности говорящего, во-вторых, отражением его отношения к собеседнику, а также, в-третьих, к интерактивно конструируемому ситуативному взаимопониманию [15: 187]. Д. Франк считает, что вопрос о стиле фокусирует внимание на тех качествах текста, которые имплицитно выступают свидетелями контекста в широком смысле, то есть прагматического фона языкового высказывания. Стиль позволяет делать выводы о говорящем, основывающиеся не только на эксплицитно выраженной информации или даже иногда противоречащие ей. Речь идёт об имплицитном самопредставлении адресанта, его гипотезах по поводу адресата, о его восприятии коммуникативной ситуации и отношении к цели, которая должна быть достигнута посредством реализации соответствующего высказывания или текста [14: 123]. А.П. Садохин под коммуникативным стилем понимает совокупность устойчивых и привычных способов поведения, присущих данному человеку, которые используются им при установлении отношений и взаимодействий с другими людьми [11: 145].

Следует отметить, что понятие коммуникативного стиля активно используется и в психологии, где оно исследуется в связи с личностными факторами и аспектами поведения в межличностных отношениях. Так, например, А. Адлер вводит понятие «жизненного стиля», включающего в себя межличностное взаимодействие. К. Хорни выделяет определённые стратегии, которые обслуживаются специфическими тактиками взаимодействия с партнёром и формируют специфические черты стиля общения, придавая ему личностно-ценностный смысл. В данном случае справедливо мнение М. Василика о том, что коммуникативные стили проявляются, прежде всего, как набор определённых действий, умений и навыков, соответствующих психологической направленности личности [1: 370].

В качестве рабочего определения для изучения туристического дискурса и коммуникативного поведения одного из его субъектов – экскурсовода – сформулируем следующее: коммуникативный стиль – это доминирующая манера общения, проявляющаяся в большинстве коммуникативных ситуаций туристического дискурса и соответствующая психологической направленности личности. Туристический дискурс рассматривается нами как один из тематических видов (или типов) дискурса, обладающий определёнными особенностями, связанными со спецификой экскурсионной деятельности в целом. Экскурсия как коммуникативное событие, как отмечает М.В. Лиханов, предполагает особое распределение ролей, где в роли более информированного коммуникативного лидера выступает профессионал-экскурсовод / автор текста, чьей профессией является передача информации и проведение экскурсий. Он является носителем предметной информации и норм проведения экскурсии и есть как бы центр дискурса. Адресат же противопоставляется адресанту на основании меньшей осведомлённости и пассивной по отношению к экскурсоводу роли в дискурсе [7: 8]. Иначе говоря, экскурсовод находится в «сильной коммуникативной позиции» (термин И.А. Стернина [12: 90]) в рамках экскурсии. Экскурсовод, по мнению А.А. Гуреевой, как специалист, чья профессиональная деятельность связана с текстообразованием, испытывает профессионализацию языковой личности и превращается в коммуникативно-деятельностную личность, владеющую стандартными и

специальными регистрами и необходимым профессиональным запасом дискурсивных способностей, обладающую своей профессиональной картиной мира и совокупностью профессиональных языковых черт [4: 97–98]. Экскурсовод, как отмечает Э.Ю. Новикова, прибегает к ряду профессионально и дискурсивно-значимых и прагматически адекватных стратегий ведения экскурсии при реализации коммуникативной программы действия. Выбор языковых средств также происходит в рамках предпринимаемых стратегий и типов коммуникативного действия экскурсовода [10: 92]. Таким образом, можно сделать вывод, что каждый экскурсовод ставит для себя определённые цели в рамках экскурсионной деятельности, предопределённые в том числе и психологическими установками (термин Д.Н. Узнадзе) личности, т.е. досознательными доминантами личности. Экскурсовод, как «коммуникативно-деятельностная» личность, реализует потребность-мотивированную интенцию в рамках коммуникативной деятельности, осуществляемой в процессе интеракции с экскурсантами. Способ осуществления этой интеракции мы называем коммуникативным стилем, выбор которого нельзя назвать в полной мере осознанным и осознаваемым.

В силу всего выше сказанного для моделирования коммуникативного стиля определяющим параметром и одновременно классифицирующим основанием будет выступать основание не собственно лингвистического порядка – психологический тип личности экскурсовода. Полагаем, что выдвижение в качестве основания классификации экстралингвистического критерия способствует продвижению стилистики в целом по пути дальнейшего расширения функционализма, что расценивается как положительный момент и, следовательно, как определённый вклад в развитие антропоцентрических идей в лингвистике.

Психологические типы личности распределяются в зависимости от темперамента (лат. *temperamentum* – ‘надлежащее соотношение частей’) на четыре группы. В психологии под темпераментом понимается совокупность психических свойств человека, определяющих форму его поведения: эмоциональность, уравновешенность или неуравновешенность, подвижность или инертность, активность или пассивность, сила чувств [2: 71–72]. В известной мере он влияет на характер, стиль работы, отношения с окружающими. Выделяют следующие четыре типа темперамента: меланхолик, холерик, сангвиник и флегматик. При этом все типы делят на сильный и слабый (меланхолический). Сильный разделяется на уравновешенный и неуравновешенный (холерический). Уравновешенный, в свою очередь, разделяется на подвижный (сангвинический) и инертный (флегматический). В то же время в «чистом» виде в реальности темперамент практически не встречается — у одних его варианты представлены примерно в равной степени, у других какой-то один может преобладать над остальными, когда доля соответствующих черт будет составлять 40–60 %. Исходя из данной классификации, каждый экскурсовод как личность будет обладать одним из четырех типов темперамента, либо сочетать в себе признаки нескольких его видов. В силу того, что тип личности по темпераменту является основанием для моделирования коммуникативных стилей, дадим краткую характеристику каждому типу темперамента с точки зрения тех особенностей, которые могут быть определяющими при выборе доминирующей интенции в рамках экскурсионной деятельности и обозначим характерный для каждого типа личности стиль общения.

Меланхолики отличаются тихой негромкой речью и замкнутостью. Меланхоликов легко заметить по их мимике и движениям. Они характеризуются невыразительностью, медленностью, однообразием и сдержанностью. Экскурсовод с преобладанием особенностей меланхолического темперамента или слабого типа темперамента, которому свойственна необщительность и отсутствие эмоциональности, будет следовать одной из основных целей экскурсии, передаче информации, и его контакт с экскурсантами будет сведен к минимуму. У экскурсоводов такого типа экскурсия напоминает лекцию или доклад. Функция речи в данном случае сводится к сообщению информации. Коммуникативный стиль данного типа экскурсоводов обозначим как *информационный*.

Следующие три темперамента относятся к сильному типу. *Холерик* по своей природе – вождь, для него естественно быть лидером, вести за собой людей. Выступления у холериков всегда страстные. Им легко удается побуждать и призывать слушателей изменить жизнь, выступать в огромных аудиториях, «зажигать» толпу на площадях. Эмоциональное заражение и внушение – вот главная их особенность. В общении характеризуется резкостью и нетерпеливостью. Жесты и мимика у него достаточно энергичны, а темп работы довольно быстр. Экскурсовод с преобладанием особенностей темперамента холерика, которому свойственны лидерство, общительность, эмоциональность, умение убеждать, будет стремиться обращать на себя внимание, рекламировать себя и показать свою доминирующую позицию, поэтому данный коммуникативный стиль экскурсоводов можно назвать *доминирующим* (это «я-стиль»), то есть стиль, при котором интересы экскурсовода стоят выше интересов экскурсантов.

Сангвиники прекрасно чувствуют себя в центре внимания, на сцене, особенно если они не обделены артистическими способностями. Обычно сангвиники много шутят и улыбаются. Они с удовольствием общаются с большим количеством людей. Они любят публику, и публика платит им тем же. Экскурсоводу с преобладанием особенностей сангвиника, которому свойственны общительность, эмоциональность, чувство юмора, стремление и умение заинтересовать публику будет не сложно найти общий язык с экскурсантами. У экскурсоводов данного типа экскурсия обычно выстраивается в форме диалога. Они охотно отвечают на вопросы экскурсантов, задают им свои вопросы, постоянно стремятся вовлечь туристов в ход экскурсии, экскурсия приобретает форму беседы. Коммуникативный стиль данного экскурсовода можно назвать *паритетным* или «мы-стилем».

Флегматик спокойно обосновывает свое мнение. Ему нравятся рациональные и логические способы доказательства, он вряд ли станет бить кулаком по столу, горячиться и взывать к слушателям. Во внешнем проявлении характеризуется однообразностью, невыразительностью мимики и жестов. Его речь медленная, не живая, не сопровождающаяся выразительностью и жестами. Флегматики характеризуются невозмутимостью, размеренностью, спокойствием. Экскурсоводу с преобладанием особенностей флегматика, которому свойственны спокойствие, логичность высказываний, сглаживание конфликтов, необщительность, не эмоциональность, будет не так просто вести активный диалог с экскурсантом, но вот создать благоприятную, дружескую атмосферу свойственно людям данного типа. Экскурсоводы данного типа в силу своей необщи-

тельности и не эмоциональности не будут проявлять большой активности в общении с туристами. Поэтому коммуникативный стиль данного типа можно назвать *конформистским* или «вы-стилем». Это стиль, который способствует созданию благоприятной и комфортной обстановки во время экскурсии.

Критерием так называемого второго порядка типологии коммуникативных стилей, который органично встраивается в уже рассмотренную типологию на основе психологических типов личности по темпераменту, можно принять функции речи. Эта идея не является в лингвистике оригинальной и плодотворно используется в уже ставшей классической теории функциональных стилей В.В. Виноградова, который назвал три функции речи: общение, сообщение и воздействие [3: 5–6]. Типология коммуникативных стилей экскурсовода, основанная на различном соотношении темпераментов, макроинтенций экскурсионной деятельности и функций речи в различных коммуникативных стилях представлена в таблице.

Таблица. Основания моделирования 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

Обсуждая возможность моделирования коммуникативных стилей, мы не оставляем за рамками нашего исследования саму вербальную наличность, конечный (условно) продукт коммуникативной деятельности [8: 220], тот «след», который оставляет коммуникативный стиль и который представляет собой ценный материал для пристального собственно лингвистического изучения, описываемый в акциональных единицах – речевых стратегиях и тактиках [9: 206]. Дальнейшее исследование будет продолжено именно в этом направлении.

Таким образом, совмещение понятий *стиль* и *дискурс* позволяет, с одной стороны, использовать акциональные единицы анализа и рассматривать коммуникативное поведение с позиций теории речевой деятельности (т.е. в системе координат «онтологии Л.С. Выготского»), с другой стороны, учитывать при моделировании мета-абстрактность коммуникативной деятельности, которая, безусловно, схематизируется при препарировании в исследовательских целях.

Список литературы

1. Василик М.А. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
2. Веснин В.Р. Менеджмент. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. 504 с.
3. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: АН СССР, 1963. 253с.

4. Гуреева А.А. Социокоммуникативные характеристики языковой личности переводчика (на материале русского и английского языков): Дис. ... канд. филол. наук: Волгоград, 2014. 194 с.
5. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001. 544 с.
6. Латынов В.В. Стили речевого поведения: структура и детерминанты // Психологический журнал. 1995. № 6. С. 90–100.
7. Лиханов М.В. Экскурсионный дискурс: к модели описания // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 404. С. 5–14.
8. Мкртычян С.В. Категория стиля в аспекте риторики и герменевтики // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». 2008. №27 (87). Вып. 14 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». С. 216–223.
9. Мкртычян С.В. Стилистика устного делового дискурса: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 316 с.
10. Новикова Э.Ю., Митягина В.А., Гуреева А.А. Типология коммуникативных действий в экскурсионном дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2015. № 7. С. 91–97.
11. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учебное пособие. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. 288 с.
12. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. 227 с.
13. Стернин, И.А. Русское и немецкое коммуникативное поведение и проблема межкультурной коммуникации // Межкультурная коммуникация: парадигмы исследования и преподавания: мат. междунар. науч.-практич. конф. Красноярск, 2003, С. 63–102.
14. Franck D. Stil und Interaktion // Methoden der Stilanalyse. Tübingen: Narr, 1984. Pp. 121–135.
15. Kotthof H. Stilunterschiede in argumentativen Gesprächen oder zum Geselligkeitswert von Dissens // Stil und Stilisierung. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1989. Pp. 187–202.

THE BASE FOR THE MODELLING OF COMMUNICATIVE STYLE OF THE TOUR GUIDE IN TOURISM DISCOURSE

S.V. Mkrtytchian, T.A. Yanson

Tver State University, Tver

In the article the efficiency of *style/discourse* partnership is substantiated, the interpretation of the term *communicative style* is suggested. The authors also put forward the basis for the modelling and the typology of communicative styles of a tour guide.

Keywords: «*ontology of Vygotsky*», *discourse, style, tourism discourse, communicative style, the type of temperament, function of speech, macro intention.*

Об авторах:

МКРТЫЧЯН Светлана Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории языка и перевода Тверского государственного университета, e-mail: mkrtytchian@mail.ru

ЯНСОН Татьяна Александровна – аспирант кафедры теории языка и перевода факультета иностранных языков и международной коммуникации Тверского государственного университета, e-mail: tanjuschik@bk.ru