

Т.А. Янсон

Тверской государственный университет, аспирант

Научный руководитель: д.ф.н. С. В. Мкртычян

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТИЛЕЙ ЭКСКУРСОВОДА

Эффективность общения – одна из важнейших проблем современной коммуникативной практики, которой посвящено немало исследовательских работ (Т.Г. Винокур, Е.Ю. Гончарук, О.С. Иссерс, Е.В. Клюев, И.А. Стернин и др.). Эффективность рассматривается как категория, характеризующая достижение целей участниками общения. И.А. Стернин отмечает, что эффективное речевое воздействие позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником (коммуникативное равновесие) [Стернин, 2001: 62]. Под эффективной коммуникацией в лингвистике понимается общение, при котором отправитель сообщения использует адекватные речевые действия при передаче своей идеи, а получатель демонстрирует адекватное понимание этой идеи с помощью эффективных речевых действий, не содержащих факторов, способных отрицательно повлиять на эффективность [Гончарук 2012: 63].

На эффективность коммуникации влияют различные факторы. Так, Е.Ю. Гончарук выделяет следующие параметры: нормативность действий участников общения, результативность действий участников общения, эмоциональный фон коммуникации. При этом модели речевого поведения коммуникантов, как отмечает А. Николова, зависят как от их роли в каждом конкретном акте речевого общения и от условий и целей протекания данного общения, так и от некоторых константных величин: возраста, воспитания, психологического настроения личности, её социального статуса, национально-культурной принадлежности и т. д. [Николова 2003: 13]. Т. Г. Винокур, в свою очередь, обращает внимание на то, что речевое поведение предстаёт как «визитная карточка» человека в обществе, отражающая регулярное взаимодействие лингвистических и экстралингвистических факторов [Винокур 1993: 24]. В коммуникативном поведении собеседников, наряду с ситуативными, переменчивыми элементами, отражаются и типы языковой личности, отмечает Е. А. Шпомер [Шпомер, 2013: 109]. Важную роль, по его мнению, играют темперамент (меланхолики, флегматики, холерики, сангвиники) и преобладающий тип восприятия действительности (аудиалы, визуалы, кинестетики). Е.А. Шпомер, подчеркивает, что в конкретном речевом акте эффективность общения зависит не только от типов языковых личностей собеседников, но и от соблюдения ими максим и принципов организации

речевого общения, а также от выбранных коммуникативных стратегий и тактик [Op. cit.: 109].

В рамках настоящего исследования нас интересует коммуникативное взаимодействие экскурсовода с экскурсантами во время экскурсии. Коммуникативные стратегии и тактики рассматриваются как средство реализации коммуникативного стиля, представляющего собой манеру или способ актуализации речевого (коммуникативного) поведения. Под стратегией мы понимаем линию речевого поведения субъекта общения в условиях социального взаимодействия или план коммуникации, направленный на достижение коммуникативной цели и решение задачи общения. Речевые тактики представляют собой одно или несколько речевых действий, посредством которых говорящий решает конкретную коммуникативную задачу. Их выбор описывается в акциональных единицах – тактических ходах, представляющих собой вербальное выражение речевых тактик [Мкртычян 2011: 206].

Нами предложена типология, включающая 4 коммуникативных стиля экскурсовода (информационный, доминирующий, паритетный, конформистский), классифицирующими основаниями которой выступает психологический тип личности экскурсовода (темперамент), макроинтенция экскурсионной деятельности и функции речи [Мкртычян, Янсон, 2019: 115–120] (см. табл. 1).

Таблица 1. 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 |

Для каждого коммуникативного стиля с учетом интенциональности были определены ядерные речевые тактики, которые представлены в табл. 2.

Таблица 2. Соотношение коммуникативных стилей экскурсовода с ядерными речевыми тактиками

| Коммуникативный стиль экскурсовода | Ядерные речевые тактики |
|------------------------------------|---|
| Информационный | Сообщение необходимой информации, констатация фактов |
| Доминирующий | Доминирование, самопрезентация, требование, просьба, разрешение |

| | |
|----------------|---|
| Паритетный | Побуждение, приглашение к диалогу, взаимодействие |
| Конформистский | Речевые тактики обратной связи и приспособления |

Принимая во внимание интенциональную направленность, можно сделать вывод о том, что экскурсовод, у которого преобладает информационный коммуникативный стиль будет следовать одной из основных целей экскурсии, т.е. передаче информации. Экскурсия в данном случае напоминает лекцию или доклад. Экскурсовод часто использует повествование, перечисляет факты, отдает предпочтение «самодистанцированию» (абстрагированию, отстранению) от излагаемого материала (подчеркивает тем самым официальность, нейтральность его позиции в общении). В отношении с адресатом он выступает не как лидер, инициатор общения, а как «сопровождающий», «выполняющий служебный долг» (цит. по [Бахвалова 2010: 19]).

Экскурсовод, использующий доминирующий стиль, будет стремиться обращать на себя внимание, рекламировать себя, показать свою доминирующую позицию и свою осведомлённость. Он часто использует категоричные высказывания, просьбы, требования, утверждения, содержащие самовосхваление, самопрезентацию, положительную оценку адресанта.

Экскурсоводы с преобладанием паритетного коммуникативного стиля охотно отвечают на вопросы экскурсантов, задают им свои вопросы, постоянно стремятся вовлечь туристов в ход экскурсии, которая приобретает форму беседы. Реципиент становится активным участником познавательного процесса, «соавтором» ценностно окрашенного информационного поля, создаваемого в процессе знакомства с экспонатом (цит. по [Бахвалова 2010: 20]). Лексико-грамматическая модель ДАВАЙТЕ + ГЛАГОЛ СОВЕРШЕННОГО ВИДА 1 Л. ЕД. ЧИСЛА или 1 Л. МН. ЧИСЛА является лексическим маркером паритетного стиля. Речевые тактики направлены на поиск альтернативных и компромиссных решений.

Конформистский стиль близок к паритетному. Экскурсовод настроен на взаимодействие с экскурсантом, однако, это, как правило, обмен парой реплик, в отличие от паритетного стиля, когда экскурсия может напоминать форму беседы. Речевые тактики конформистского стиля направлены на соглашение с туристами путём создание благоприятной, положительной обстановки. Тактические ходы характеризуются частым использованием придаточных предложений условия и уступки, модальных глаголов возможности. Конформистский стиль отличается активным использованием речевых тактик обратной связи.

Для исследования эффективности коммуникативных стилей экскурсовода нами был проведен эксперимент, который позволил

определить, что является целью экскурсии для испытуемых и наметить тенденцию предпочтительных коммуникативных стилей экскурсовода, с помощью которых эта цель может быть достигнута.

Участниками эксперимента стали 106 человек в возрасте от 17 до 20 лет (58 мужчин и 48 женщин). Они являются студентами 2-го курса факультета ИЯ и МК Тверского государственного университета и курсантами 1-го и 2-го курса военной академии ВКО им Г.К. Жукова.

На первом этапе исследования были проведены свободный и направленный ассоциативные эксперименты. Испытуемым нужно было зафиксировать ассоциаты на стимул ЭКСКУРСОВОД, а также отметить качества, которыми должен обладать экскурсовод. Результаты экспериментов представлены в табл. 3.

Таблица 3. Результаты свободного и направленного ассоциативного эксперимента

| Наиболее частотные ассоциаты на стимул ЭКСКУРСОВОД | Наиболее частотные качества, которыми должен обладать экскурсовод |
|---|--|
| Информация / знания (26) Музеи (20) Экскурсии (18) Путешествия (16) Достопримечательности (7) Интерес (4) Отпуск (3) Поездка (3) | Коммуникабельность (16) Красноречивость (15) Знание (компетентность) (15) Заинтересованность (14) Общительность (2) (12) Умение рассказывать интересно (11) Умный / умная (10) Доброжелательность (10) Харизма (8) |

По результатам эксперимента можно сделать вывод о том, что для испытуемых экскурсия прежде всего связана с приобретением новых знаний, с путешествием и интересным времяпрепровождением. При этом важными оказываются коммуникабельность экскурсовода, его умение не только заинтересовать экскурсанта своим рассказом, но и быть собеседником по отношению к нему, использовать вопросно-ответную форму изложения, проявлять доброжелательное отношение к туристам и быть харизматичным. Следовательно, основной целью экскурсантов является получение новых знаний и положительных эмоций, а экскурсовода они видят в роли интересного рассказчика и собеседника, который сможет эти знания передать и создать благоприятную атмосферу во время экскурсии.

Второй этап исследования представлял собой пилотный эксперимент, целью которого было предварительное исследование предпочтительных коммуникативных стилей. Испытуемые должны были выбрать из предложенных описаний 4-х типов экскурсоводов один или несколько наиболее предпочтительных. За основу были взяты роли

экскурсовода, выделенные Б.В. Емельяновым [Емельянов, 2007: 204] и соотнесены с коммуникативными стилями (см. табл. 4).

Таблица 4. Соотношение доминирующих позиций экскурсовода с коммуникативными стилями

| Коммуникативный стиль экскурсовода | Доминирующие роли экскурсовода (по Б.В. Емельянову) |
|------------------------------------|---|
| Информационный | Информатор |
| Доминирующий | Эмоциональный лидер |
| Паритетный | Собеседник |
| Конформистский | Комментатор-советчик |

Результаты второго этапа эксперимента представлены в табл. 5.

Таблица 5. Результаты, полученные в ходе пилотного эксперимента

| Коммуникативный стиль экскурсовода | Тип экскурсовода | Общее |
|------------------------------------|----------------------|-----------------|
| Информационный | Информатор | 19 (10%) |
| Доминирующий | Эмоциональный лидер | 46 (25%) |
| Паритетный | Собеседник | 66 (37%) |
| Конформистский | Комментатор-советчик | 50 (28%) |

Результаты пилотного эксперимента показывают, что для испытуемых предпочтительным оказался экскурсовод в роли собеседника (37%), что соответствует паритетному коммуникативному стилю. Почти одинаковое количество испытуемых отметили роль комментатора-советчика (28%), что соответствует конформистскому стилю, и эмоционального лидера (25%), что соответствует доминирующему стилю. Роль информатора встречается реже всего. Это свидетельствует о том, что для экскурсантов главной целью экскурсии является не только передача информации, но и способ ее передачи, ее оценка, дополнительные комментарии и обсуждение.

На третьем этапе исследования был проведен уточняющий пилотный эксперимент предпочтительных коммуникативных стилей экскурсовода с опорой на типичные речевые тактики. Задание включало в себя семь пунктов, в каждом из которых было 4 варианта ответов, представляющих собой речевые тактики экскурсоводов каждого коммуникативного стиля. Первый ответ соответствовал информационному стилю, второй – доминирующему, третий – паритетному, четвертый – конформистскому. Вариант задания представлен ниже.

Какое высказывание экскурсовода Вы бы предпочли?

| |
|---|
| <p>а)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сегодня с вами работает экскурсовод Ольга. 2. Сегодня с вами работает опытный экскурсовод, с большим стажем Ольга. 3. Сегодня с вами экскурсовод Ольга. Постараюсь, чтобы экскурсия оказалась познавательной и интересной. 4. Сегодня с вами работает Ольга, мы вместе с вами отправимся, увидим, узнаем |
| <p>б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Я расскажу вам о..... 2. Теперь вы должны познакомиться..... 3. Давайте я вам расскажу о ... 4. Если для вас это интересно, то я расскажу. |
| <p>с)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Интересующие вас вопросы вы сможете задать в конце экскурсии. 2. Прошу не задавать вопросы во время экскурсии. Все вопросы в конце экскурсии. 3. Давайте обсудим возникающие вопросы в конце. 4. Если у вас возникнут вопросы, мы сможем обсудить их в конце экскурсии. |
| <p>д)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сейчас мы идем к следующему объекту нашей экскурсии. 2. Следуйте за мной к следующему объекту нашей экскурсии. 3. Давайте пройдем к следующему объекту нашей экскурсии. 4. Все, кому интересно, могут подойти вместе со мной к следующему объекту нашей экскурсии. |
| <p>е)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кстати, по дороге мы проезжаем и зайдём (заедем).. 2. Мы должны зайти 3. Давайте зайдём..... 4. Мы можем при желании зайти |
| <p>ф)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наш город напоминает N (родной город туристов). 2. Честно, наш город ничем не уступает N. 3. Как вы думаете, что же общего имеет наш город с городом N? 4. Не кажется ли вам, что наш город напоминает N? |
| <p>г)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В 16.00 автобус отправляется! Мы встречаемся в автобусе в 16-00. 2. Чтобы в 16-00 все были в автобусе, ждать никого не будем! Не опаздывать! 3. Давайте сверим часы и рассчитаем время, чтобы в 16-00 мы все смогли отправиться дальше. 4. Опоздавшим придётся добираться самостоятельно, ведь семеро одного не ждут, в противном случае мы все опоздаем в ... |

Таблица 6. Общие результаты 3 этапа эксперимента

| Коммуникативный стиль экскурсовода | Общее количество | | Среднее арифметическое | |
|------------------------------------|------------------|---------|------------------------|---------|
| | Число | Процент | Число | Процент |
| 1. Информационный | 141 | 20% | 20 | 19% |

| | | | | |
|-------------------|-----|------------|----|------------|
| 2. Доминирующий | 40 | 6% | 6 | 5% |
| 3. Паритетный | 293 | 42% | 42 | 40% |
| 4. Конформистский | 262 | 37% | 37 | 36% |

По результатам 3 этапа эксперимента предпочтительнее всего среди испытуемых оказались высказывания экскурсовода, соответствующие паритетному (40%) и конформистскому (36%) стилю. Информационный стиль имеет вдвое меньшее количество выборов (20%). Такие речевые тактики, как самопрезентация, просьба, требование, характеризующие доминирующий стиль экскурсовода, отмечались испытуемыми реже всего.

Таким образом, проведенное исследование позволило наметить тенденцию приоритетности выбора коммуникативных стилей экскурсовода, которые лежат в основе эффективного коммуникативного взаимодействия между экскурсоводом и экскурсантом. Предпочтительными оказались паритетный и конформистский стиль. Важным является умение экскурсовода не только передать информацию, но и заинтересовать экскурсанта, который становится активным участником экскурсии. Это позволяет экскурсантам получить как новые знания, так и положительные эмоции от экскурсии.

ЛИТЕРАТУРА

- Бахвалова Л.Е. Жанровые особенности экскурсионной речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Ярославль, 2010. 22 с.
- Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. 171 с.
- Гончарук Е. Ю. К вопросу об исследованиях эффективности речевой коммуникации (терминологический аспект) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 7 (18): в 2 ч. Тамбов: Грамота, 2012. Ч. II. С. 60–63.
- Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М.: Изд-во «Советский спорт», 2007. 216 с.
- Мкртычян С.В. Стилистика устного делового дискурса: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 316 с.
- Мкртычян С.В., Янсон Т.А. Основания моделирования коммуникативного стиля экскурсовода в туристическом дискурсе // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2019. №2 (61). С. 115–120.
- Николова, А. Речевые тактики и языковые маркеры несогласия и конфликтности при побуждении к действию // Русистика 2003: Язык, коммуникация, культура. С. 13–19.
- Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. 227 с.
- Шпомер Е.А. Коммуникативные стратегии и тактики как фактор эффективной коммуникации // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2013. С. 109–113.