

Т. А. Янсон

Тверской государственный университет, аспирант

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

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТИЛИ ЭКСКУРСОВОДА В АСПЕКТЕ ТИПОЛОГИЗАЦИИ

Категория стиля на современном этапе развития стилистики в рамках антропоцентрического подхода выходит за рамки традиционной функциональной стилистики, которая обращена прежде всего к искусственному конструкту – литературному языку и проблемам его нормализации, а не к его реальному функционированию. В центре внимания оказывается деятельностная трактовка языка с учетом экстралингвистических особенностей. Широкое применение получает термин функционально-речевой стиль, изучение которого требует отбор и оценку очень разнообразных языковых фактов и учет целого ряда внеязыковых факторов [Шмелев 1977: 29]. Обращение к проблеме взаимодействия лингвистического и экстралингвистического, связи языка (речи) и мышления, влияния на речь и ее типологию различных социальных факторов, находит в работах М.Н. Кожиной [Кожина 1993: 31]. При этом при сопоставлении различных значений понятия *стиль*, по мнению М.Н. Кожиной, обнаруживается ряд общих признаков. Самым общим из них является связь понятия *стиль* с деятельностью человека [Кожина 1993: 47]. К.А. Долинин намечает основные компоненты стиля: «отношение субъекта речи к адресату, принадлежность субъекта речи к определенной социальной группе, эмоциональное состояние субъекта речи, социальная роль субъекта речи, условия (обстановку) общения, отношение субъекта к предмету речи» [Долинин 1978: 21]. Изучение коммуникативного процесса «в его социально-психологическом обосновании и стилистическом обнаружении» прослеживается в работах Т. Г. Винокур [Винокур 2007: 58]. Выходя за рамки традиционной стилистической коммуникативной концепции В. В. Виноградова и признавая ограниченность известного термина *функциональный стиль* в том значении, которое придавалось ему автором упомянутой концепции и его последователями, в целях отмежевания полагаем уместным введение терминов *стиль общения* (или *коммуникативный стиль*) [Мкртычян 2011: 38]. В этом смысле стиль понимается как типичная/типовая манера коммуникативной деятельности в коммуникативно-прагматическом пространстве, маркированная системой определенных динамических единиц [Мкртычян 2011: 38].

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 определенные стратегии межличностного общения.

Принимая во внимание понятие *коммуникативного стиля* принятого в коммуникативной лингвистике и его психологический аспект, в качестве рабочего определения для изучения коммуникативной деятельности экскурсовода – сформулируем следующее: коммуникативный стиль – это доминирующая манера общения, проявляющаяся в большинстве коммуникативных ситуаций в рамках экскурсионной деятельности и соответствующая психологической направленности личности.

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 осведомленности и пассивной по отношению к экскурсоводу роли в дискурсе [Лиханов 2016: 8]. Иначе говоря, экскурсовод находится в «сильной коммуникативной позиции» (термин И.А. Стернина) [Стернин 2001: 90]). Экскурсавод как «коммуникативно-деятельностная» личность реализует потребностно-мотивированную интенцию в рамках коммуникативной деятельности, осуществляемой в процессе интеракции с экскурсантами. При этом одним из определяющих критериев в выборе целей будут являться психологические установки (термин Д.Н. Узнадзе) личности, т.е. досознательные доминанты личности. По мнению Д.Н. Узнадзе, в основе любого действия, в том числе и речевого, лежит установка. Его концепция исходит из постулата, лежащего в основе трехчленной схемы анализа деятельности, согласно которой всякое поведение, включая речевое, как бы и где бы оно ни возникло, определяется воздействием окружающей действительности не непосредственно, а прежде всего опосредованно, через целостное отражение этой последней в субъекте деятельности [Узнадзе 2004: 156]. Выстраивается цепочка: стимул – установка – реакция. Реакции индивида наряду с действующими стимулами определяются также промежуточной переменной – установкой, понимаемой как конституирующий фактор внутренней психической организации индивида – расположенной между стимулом и реакцией. Установка предшествует сознательным психическим процессам человека, она представляет собою факт из области той сферы человеческой активности, которую до настоящего времени называют сферой бессознательной психики [Чхртишвили 1978: 95-111]. Неосознаваемая психическая деятельность скрытым образом "соучаствует"

как предпосылка и регулирующий фактор в становлении любой формы активности сознания [Прангишвили 1985: 23-25].

Опираясь на перечисленные теоретические посылы, в качестве одного из критериев типологизации коммуникативных стилей экскурсоводов принимаем психологическую классификацию типов личности по темпераментам. В психологии выделяют четыре типа темперамента: меланхолик, холерик, сангвиник и флегматик. Исходя из данной классификации, каждый экскурсовод как личность будет обладать одним из четырех типов темперамента, либо сочетать в себе признаки нескольких его видов.

Меланхолики отличаются тихой негромкой речью, замкнутостью, необщительностью. Их движения характеризуются невыразительностью, медлительностью, однообразием и сдержанностью. Экскурсовод с преобладанием особенностей меланхолического темперамента будет следовать одной из основных целей экскурсии – передача 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*.

Холерик по своей природе вождь и лидер. Выступления у холериков всегда страстные. Им легко удастся выступить в огромных аудиториях и убеждать слушателей. Жесты и мимика у них достаточно энергичны, а темп работы довольно быстр. Экскурсовод с преобладанием особенностей темперамента холерика 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. Для них свойственна общительность, эмоциональность, чувство юмора, стремление и умение заинтересовать публику. 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 характеризуется спокойствием, невозмутимостью, медленной, не сопровождающейся выразительностью и жестами речью. Ему нравятся рациональные и логические способы доказательства. Экскурсоводу с преобладанием особенностей флегматика будет не так просто вести активный диалог с экскурсантами, но вот создать благоприятную, дружескую атмосферу свойственно людям данного типа. Экскурсоводы данного типа в силу своей необщительности 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.

Коммуникативный стиль, исходя из определения, характеризуется определенной системой динамических единиц, а именно речевыми стратегиями и тактиками. Как полагает О.С. Иссерс, в самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана [Иссерс 2008: 54]. Она представляет собой комплекс речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего («глобального намерения», по Т. ван Дейку) [Иссерс 2008: 109]. К основным целям экскурсионной деятельности относятся образовательная, научно-познавательная, культурно-ценностная, эстетическая и увеселительная. Однако для каждого экскурсовода в зависимости от типа личности будет характерна своя макроинтенция. 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

Речевая стратегия реализуется посредством речевой тактики (далее – РТ), которая, по мнению О.С. Иссерс, представляет собой одно или несколько действий (речевых актов). РТ характеризуется определенными тактическими ходами (конкретными высказываниями), которые направляют общение к достижению намеченной коммуникативной цели в рамках избранной коммуникативной стратегии [Мкртычян 2011: 71].

Принимая во внимание интенциональную направленность стиля, можно сделать вывод о том, что РТ *информационного* стиля будут направлены на сообщение информации без использования оценочной лексики и эмоционально окрашенных выражений. Тактические ходы не предполагают объяснений и комментариев. Например:

RT констатирующего информирования

Пример: Сейчас я вам расскажу о

RT информирующей рекламы

Пример: Кстати, по дороге мы ПРОЕЗЖАЕМ и ЗАЙДЕМ (ЗАЕДЕМ)

RT сравнительного информирования

Пример: Наш город напоминает маленькую Швейцарию.

RT прямой просьбы

Примеры: Интересующие вас вопросы вы сможете задать в конце экскурсии. В следующий раз приходите, пожалуйста, вовремя.

Речевые тактики *доминирующего* стиля представляют собой категоричные высказывания, просьбы, требования, утверждения, содержащие самовосхваление, часто выраженные модальными глаголами долженствования. Например,

RT принудительного информирования

Пример: Теперь вы ДОЛЖНЫ познакомиться.....

RT агрессивной рекламы

Пример: Мы ДОЛЖНЫ зайти в этот магазин.

RT конкурирующего сравнения

Пример: Честно, наш город ничем не уступает Швейцарии.

RT просьбы-угрозы

Примеры: Чтобы вопросов во время экскурсии я не слышала. Все вопросы в конце экскурсии.

Не будем ждать. Вы должны смотреть на часы и приходите вовремя.

Для *паритетного* стиля характерно частое обращение к экскурсантам, активизирующее их внимание и призывающее к размышлению. В тактических ходах часто используется конструкция ДАВАЙТЕ + глаголы ПОРАЗМЫШЛЯЕМ, ПОДУМАЕМ, ПОСМОТРИМ и т.д. Например,

RT призывающего информирования

Пример: ДАВАЙТЕ я вам расскажу о ... / Я ХОТЕЛА (БЫ) / ПОЗВОЛЬТЕ / РАЗРЕШИТЕ вам рассказать.

РТ приглашающей рекламы

Пример: ДАВАЙТЕ зайдём.....

РТ неожиданного сравнения

Пример: ДАВАЙТЕ ПОСМОТРИМ / ПОДУМАЕМ / ПОРАЗМЫШЛЯЕМ, что же общего имеет наш город со Швейцарией?

РТ деликатной просьбы

Примеры: Давайте обсудим возникающие вопросы в конце.

Давайте будем вежливы друг к другу и будем приходить вовремя.

Речевые тактики *конформистского* стиля направлены на создание благоприятной, положительной обстановки для туристов, поиск альтернативных и компромиссных решений. Тактические ходы характеризуются частым использованием придаточных предложений условия и уступки, а также модальных глаголов возможности. Например,

РТ предлагающего информирования

Пример: ЕСЛИ для вас это интересно, то я расскажу.

РТ индифферентной рекламы

Пример: Мы МОЖЕМ зайти.

РТ эмоционально настраивающего сравнения

Пример: Находясь далеко от родины, вы будете чувствовать себя, как дома, поскольку наш город очень напоминает Швейцарию.

РТ имплицитной просьбы

Примеры: Если у вас возникнут вопросы, мы сможем обсудить их в конце экскурсии.

Постарайтесь в следующий раз не опаздывать.

Таким образом, рассмотренные основания типологии коммуникативных стилей экскурсовода включают как коммуникативный, так и психологический аспекты. Реализация каждого стиля в процессе взаимодействия экскурсовода с экскурсантами может быть описана в акциональных единицах – речевых стратегиях, речевых тактиках и тактических ходах [Мкртычян 2011: 206]. При этом вышеприведенные примеры показывают, что одна и та же РТ может быть использована в разных стилях, но способы ее реализации, а именно тактические ходы, будут различными. Дальнейшая работа предполагает исследование РТ и языковых средств их реализации, которые представляют собой ценный материал для собственно лингвистического изучения.

ЛИТЕРАТУРА

- Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. 172 с.
- Долинин К.А. Стилистика французского языка. Л.: Просвещение, 1978. 344 с.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
- Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1993. 223 с.
- Лиханов М.В. Экскурсионный дискурс: к модели описания // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 404. С. 5–14.
- Мкртычян С.В. Стилистика устного делового дискурса: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 316 с.
- Прангишвили А.С. Установка как неосознаваемая основа психического отражения // Бессознательное. Природа, функции, методы исследования / Под ред. А.С. Прангишвили, А.Е. Шерозия, Ф.В. Бассина. Тбилиси: Мецниереба, 1985. Том 4. С. 23–25.
- Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. 227 с.
- Узнадзе Д.Н. Общая психология / пер. с груз. Е.Ш. Чомахидзе; под ред. И.В. Имедадзе. М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. 413 с.
- Чхартишвили Ш.Н. К вопросу об онтологической природе бессознательного. // Бессознательное: природа: функции, методы исследования. Тбилиси: Мецниереба. 1978, Том 1. С. 95–111.
- Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М.: Наука, 1977. 168 с.