

Лингводидактические характеристики коммуникативной личности гида

Linguo-didactic Characteristics of a Guide Communicative Personality

DOI: 10.12737/24879

Получено: 22 сентября 2016 г. / Одобрено: 27 сентября 2016 г. / Опубликовано: 17 апреля 2017 г.



Э.И. Желлали

Соискатель,
Государственный институт русского языка
имени А.С. Пушкина,
Преподаватель русского языка как иностранного
в языковой школе «Global LT»,
Россия, Москва,
e-mail: melnura@yandex.ru

E.I. Zhellali

Ph.D. Student,
Pushkin State Russian Language Institute,
Teacher of Russian as a foreign language,
language school «Global LT»,
Moscow, Russia,
e-mail: melnura@yandex.ru

Аннотация

Статья посвящена лингводидактическим характеристикам коммуникативной личности гида. В ней рассматриваются важные составляющие коммуникативной личности гида: знание традиций и обычаев, знание ограничений и культурных норм в общении, знание реалий, умение корректно отвечать на вопросы, умение аргументировать, убеждать и доказывать свою точку зрения, умение прогнозировать поведение туристов в процессе общения.

Ключевые слова: коммуникативная личность гида, коммуникативная компетенция, гид, процесс общения, культурные нормы в общении.

Abstract

The article considers linguo-didactic characteristics of communicative personality of the guide. It examines the important components of communicative personality of the guide: knowledge of traditions and customs; knowledge of the constraints and cultural norms in communication; knowledge of realia; ability to correctly answer questions; ability to argue and persuade, promote their point of view; ability to anticipate tourists behaviour in the process of communication.

Keywords: communicative personality of a guide, communicative competence, guide, process of communication, cultural norms in communication.

Гид — это не только проводник, который сопровождает туристов и показывает им достопримечательности, но и индивид, который профессионально владеет коммуникативной компетенцией, умеет оценивать свои коммуникативные потребности и возможности, формировать свою коммуникативную тактику, т.е. гид является, в первую очередь, коммуникативной личностью.

Термин «коммуникативная личность» в современной лингвистике становится одним из центральных понятий и получает различную интерпретацию в зависимости от поставленных коммуникативных целей.

С нашей точки зрения, следует разграничивать понятия «языковая личность» и «коммуникативная личность». В современной лингвистике критерии разграничения являются предметом обсуждения многих ученых.

С.Г. Воркачев в своей работе «Языковая личность: культурные концепты» дает совершенно иное толкование этого термина. Автор отмечает лингвокультурологическое направление языковой личности. Он выделяет языковую личность как закреплённую в лексической системе национально-культурного прототипа носителя того или иного естественного языка [2, с. 17].

Вслед за С.Г. Воркачевым В.И. Карасик дает следующее толкование: «Языковая личность — обо-

бщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [3, с. 363].

В.В. Красных в своих исследованиях выделяет четыре личностных феномена: «человек говорящий», «языковая личность», «речевая личность» и «коммуникативная личность». Автор отграничивает эти понятия и выделяет особенности каждого феномена:

- «человек говорящий — личность, одним из видов деятельности которой является речевая деятельность (охватывающая как процесс порождения, так и процесс восприятия речевых произведений);
- языковая личность — личность, проявляющая себя в речевой деятельности, обладающая определенной совокупностью знаний и представлений;
- речевая личность — личность, реализующая себя в коммуникации, выбирающая и осуществляющая ту или иную стратегию и тактику общения, выбирающая и использующая тот или иной репертуар средств (как собственно лингвистических, так и экстралингвистических);
- коммуникативная личность — конкретный участник конкретного коммуникативного акта, реально действующий в реальной коммуникации» [6, с. 151].

В.Б. Кашкин определял «коммуникативную личность» следующим образом: «Коммуникативная личность — содержание, центр и единство коммуникатив-

ных актов, направленных на другие коммуникативные личности, коммуникативный деятель» [4, с. 127].

Вслед за В.В. Красных и В.Б. Кашкиным определяем гида как коммуникативную личность, которая выступает конкретным участником коммуникативного акта, является ее центром и отвечает за содержание коммуникативного действия и коммуникативного поведения участников взаимодействия.

Для определения составляющих коммуникативной личности гида нами была создана схема:



Рис. 1. Схема коммуникативной личности гида

Рассмотрим подробнее каждую из составляющих.

Знание традиций и обычаев

«Обычаи и традиции — это семейно-бытовые, этнические, религиозные, исторически сложившиеся устойчивые социальные нормы и установки, определяющие поведение людей в тех или иных случаях жизни» [7]. Они выступают в роли регуляции поведения и деятельности коммуникативной личности, формируют нравственные и духовные ценности и обогащают культурное наследие того или иного народа.

Для гида знание традиций и обычаев как своего народа, так и чужого, является важным составляющим его профессиональной деятельности. Эти составляющие способствуют:

- формированию мироощущения гида;
- приобщению гида к духовной культуре своего и чужого народа;
- формированию норм поведения гида с туристами из других стран;

- закреплению результатов как прошлой, так и современной общественной практики.

Исходя из вышесказанного, следует, что традиции и обычаи для гида выступают, в первую очередь, мотивацией культурного поведения, стимулом для достижения определенных целей и выбора методов достижения этих целей.

Знание ограничений и культурных норм в общении

Культура общения состоит из определенных норм и правил, которые вырабатываются обществом с целью предупреждения любых видов конфликтов, а также для эффективного коммуникативного взаимодействия между людьми. Культурные нормы общения определяются следующими факторами:

- учитывают интересы, права и свободы личности;
- не противоречат убеждениям личности или группы;
- связаны с нравственными и ценностными установками общества.

Помехой культуре общения могут стать следующие факторы:

- психологические коммуникативные барьеры;
- социокультурные и моральные барьеры.

Для гида владение нормами и правилами культуры общения является одной из первостепенных коммуникативных целей. Для эффективной коммуникации gidу необходимо соблюдать следующие правила и нормы общения:

- концентрировать внимание на говорящем;
- не перебивать собеседника;
- не критиковать собеседника;
- соблюдать последовательность подачи информации;
- не переходить к новой информации, не убедившись, что собеседник понял предыдущую информацию;
- использовать невербальные средства общения, понятные реципиентам: кивок головой, контакт глазами и т.д.;
- правильно выбирать тон и стиль коммуникации;
- уместно применять терминологию;
- не допускать грубости и нетактичности по отношению к собеседнику;
- речь должна быть точной, уместной, доступной, целесообразной, чистой, выразительной, четкой, разнообразной, грамотной и этичной.

Знание реалий

Реалии — это названия, которые обозначают предметы или явления материальной культуры, характерные для определенной нации и народа и не существующие в практическом опыте другого народа.

К отличительным чертам реалий можно отнести предметное (связь с народом) и историческое содержание. Gиду для знаний реалий необходимо владеть

национальным и историческим колоритом как своего народа, так и туристов. Для гида знание реалий помогает полноценно приобщиться к культуре другого народа, а также расширить свои познания в культуре своего народа.

Выделим важнейшие особенности реалий, которые можно получить при сопоставлении языков и культур определенного народа.

«1. Реалия свойственна лишь одному языковому коллективу, а в другом она отсутствует.

2. Реалия присутствует в обоих языковых коллективах, но в одном из них она не отмечается специально.

3. В разных обществах сходные функции осуществляются разными реалиями (функциональное подобие разных реалий).

4. Сходные реалии функционально различны» [8].

Реалии классифицируют по тематике. Выделим следующую классификацию, которая была предложена В.С. Виноградовым.

1. Бытовые реалии:

- жилище, имущество;
- одежда;
- виды труда и занятия;
- музыкальные инструменты, народные танцы и песни, исполнители;
- денежные знаки, единицы меры;
- пища и напитки;
- народные праздники;
- обращения.

2. Этнографические и мифические реалии.

3. Реалии природного мира:

- животные;
- растения;
- ландшафт, пейзаж.

4. Реалии государственного строя и общественной жизни.

5. Ономастические реалии:

- антропонимы;
- топонимы;
- имена литературных героев;
- названия компаний, музеев, театров, дворцов, ресторанов, магазинов, пляжей, аэропортов и т.п.

6. Ассоциативные реалии [1, с. 101–112].

Настоящая классификация реалий по тематике является полной и охватывает много сторон жизни того или иного народа.

Корректные ответы на вопросы

Умение корректно отвечать на вопросы для гида является важной коммуникативной способностью. Для успешного ответа на вопросы туристов гид должен знать и различать типы вопросов. «Вопрос — это выраженная в вопросительном предложении мысль, направленная на уточнение или дополнение исход-

ного, или базисного, знания» [5, с. 203]. Вопросы бывают двух типов: открытые и закрытые. Открытые вопросы начинаются с вопросительных слов «что», «почему» и т.д. и определяют ключевые моменты в той или иной ситуации. Закрытые вопросы — это наводящие вопросы, на которые часто отвечают коротко: только «да» или «нет». Если закрытые вопросы формулируются с помощью частицы «не», то на них также отвечают «да» или «нет», но в данном случае необходим комментарий для дальнейшего понимания ответа. Например: «Вы не были в России?» — «Да, не был. / Нет, не был». Также существует непонятный иностранцу ответ — «да нет, наверное», что часто используется русскими туристами в общении с собеседником. В данном ответе иностранцу следует знать, что частица «да» не выражает согласия, а используется для того, чтобы смягчить отрицательный ответ.

Гид, отвечая на вопросы туристов, должен следовать следующим советам:

- перед ответом на вопрос следует сделать паузу;
- сложный по составу вопрос следует разделить на несколько частей;
- сложный по содержанию вопрос следует попросить повторить еще раз, попросить время на размышление и привести пример из собственного опыта;
- при нечетком ответе следует переформулировать ответ.

С некорректными вопросами туристов, т.е. с вопросами, задевающими интимную жизнь гида, или оскорбляющими его достоинство, или же сформулированными нечетко, гид должен поступать следующим образом:

- отвечать вопросом на вопрос;
- переводить разговор на другую тему;
- использовать юмор;
- игнорировать вопрос;
- переадресовать заданный вопрос.

Для корректного ответа на вопросы гид также должен владеть познавательной функцией вопроса и тем, как она реализуется в релевантном ответе, т.е. в ответе по существу настоящего вопроса. Ответ должен соответствовать типу и семантике вопроса.

Умение аргументировать, убеждать и доказывать свою точку зрения

Вступая в дискуссию, человек использует определенную стратегию и выражает свою точку зрения различными способами. Умение аргументировать и убеждать собеседника — незаменимый атрибут конструктивной дискуссии. Данное умение особенно важно для профессиональной деятельности гида, так как гид должен не только заинтересовать туристов увлекательными рассказами о своей стране, но и убедить их в правильности и необходимости опре-

деленного поведения или недопустимости какого-либо поступка.

Гиду для эффективной коммуникации необходимо владеть способами убеждения и тактиками аргументации. Существуют следующие способы убеждения:

- слушать собеседника;
- задавать правильные вопросы;
- говорить четко и ясно;
- не вступать в спор;
- использовать жесты.

Тактики аргументации являются практическими приемами выражения собственной позиции. Для целей нашего исследования актуальны следующие тактики: разработать подробный план для аргументации; не реагировать враждебно на аргументы собеседника; знать, какие темы стоит затрагивать; выражаться просто и ясно; избегать обвинений в адрес собеседника; быть доброжелательным; выражаться уверенно и четко; начинать новую мысль с нового предложения; быть честным и упорным; не демонстрировать свое недовольство ситуацией; структурировать информацию; быть убежденным в своей правоте; использовать принцип наглядности; уважать собеседников.

Для того чтобы доказать и аргументировать свою точку зрения, гид должен обладать:

- стрессоустойчивостью;
- находчивостью;
- последовательностью в доказательствах;
- оперативностью;
- риторичностью;
- остроумием.

Прогнозирование реакции туристов в процессе общения

Прогнозирование реакции туристов в процессе общения является одной из важных коммуникативных способностей гида, которая помогает ему избежать конфликтных или спорных ситуаций в процессе коммуникации. В прогнозировании реакции туристов гиду помогает совершенное владение невербальными средствами общения.

К невербальным средствам общения относятся жесты, мимика, позы, контакт глаз, выражение лица, громкость голоса, вздох, интонация, пауза и т.д.

Невербальные средства общения зависят не только от индивидуальных особенностей того или иного человека, но и от культурологических. Часто одни и те же невербальные средства у разных народов понимаются по-разному. Исходя из этого, гид должен владеть не только невербальными средствами общения, характерными для своей культуры, но и теми, что характерны для русской культуры.

Рассмотрим некоторые виды национально окрашенных невербальных средств общения, использо-

вание которых турецким гидом в процессе коммуникации с русскими туристами может привести к непониманию.

1. Жесты:

- поднятый вверх большой палец (у турецкого народа данный знак означает не только «хорошо» или «согласие», но и «сексуальное желание»);
- скрещенные пальцы (в турецкой культуре настоящий знак является символом прекращения разговора, а не «пожелания удачи», как в русской культуре);
- качание головой из стороны в сторону (в русской культуре это означает «отрицание», а в турецкой — «непонимание чего-либо» или «согласие» (если наклон головы только в одну сторону));
- кивок головой (в турецкой культуре данный знак означает «отрицание», иногда сопровождается причмокиванием языком; в русской культуре этот знак значит «согласие»).

2. Мимика:

- поднятые брови (в русской культуре это означает «удивление», а в турецкой — «отрицание»);
- улыбка (в Турции принято улыбаться даже незнакомому человеку, потому что улыбка в турецкой культуре означает не только хорошее настроение, но и «вежливость», «благополучие»; в России «улыбка из вежливости» считается признаком неискренности или фальши; в русской культуре «улыбка» является признаком личной симпатии, и поэтому русские не улыбаются незнакомым людям);
- закатывание глаз вверх (настоящий знак в турецкой культуре означает «отрицание чего-либо», в русской культуре — «раздражение»).

3. Зрительный контакт:

- в русской культуре принято смотреть в глаза собеседника при общении, иногда прерывая контакт глазами (в турецкой культуре не всегда принято смотреть в глаза собеседника при общении, женщины часто избегают контакта глазами с собеседником-мужчиной).

4. Громкость голоса:

- у турок громкость голоса задействована в большей степени, чем у русских. Для русского туриста повышение звуковысотных характеристик означает, в первую очередь, «конфликт», а у турок понимается как «контроль» над ситуацией.

5. Дистанция:

- в отличие от русских, турки предпочитают при общении близкое расстояние, но при этом женщины и мужчины при общении соблюдают большую дистанцию, чем русские.

К сожалению, современные учебники для гидов не учитывают все выявленные нами составляющие коммуникативной личности гида. Подготовка турец-

ких гидов к работе с русскоязычными туристами будет эффективной, если будет опираться на предложенный нами подход.

Литература

1. *Виноградов В.С.* Введение в переводоведение (общие лексические вопросы) [Текст] / В.С. Виноградов. — М.: Изд-во Ин-та общего среднего образования РАО, 2001. — 224 с.
2. *Воркачев С.Г.* Языковая личность: культурные концепты [Текст] / С.Г. Воркачев. — Волгоград-Архангельск: Перемена, 1996. — 259 с.
3. Демографический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. — URL: <http://demography.academic.ru/2115/> (дата обращения: 02.07.2016).
4. *Карасик В.И.* Языковая личность: аспекты изучения [Текст] / В.И. Карасик // Язык и культура: материалы II Междунар. науч. конф., Москва, 17–21 сентября 2003 г. — М., 2003. — С. 362–363.
5. *Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации [Текст]: учеб. пособие / В.Б. Кашкин. — Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — 171 с.
6. *Кириллов В.И.* Логика [Текст]: учебник для юридических вузов / В.И. Кириллов, А.А. Старченко. — М.: Велби, Проспект, 2008. — 240 с.
7. *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации [Текст] / В.В. Красных. — М.: Гнозис, 2001. — 270 с.
8. *Томахин Г.Д.* Реалии-американизмы: пособие по страноведению. [Электронный ресурс]. — URL: http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/tomahin.shtml (дата обращения: 02.07.2016).

References

1. *Vinogradov V.S.* *Vvedenie v perevodovedenie (obshchie leksicheskie voprosy)* [Introduction to Translation (common lexical questions)]. Moscow, Institut obshchego srednego obrazovaniya RAO Publ., 2001. 224 p.
2. *Vorkachev S.G.* *Yazykovaya lichnost': kul'turnye kontsepty* [Linguistic personality: cultural concepts]. Volgograd-Arkhangelsk: Peremena Publ., 1996. 259 p.
3. *Demograficheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Demographic Encyclopedic Dictionary]. Available at: <http://demography.academic.ru/2115/> (accessed 02 July 2016).
4. *Karasik V.I.* *Yazykovaya lichnost': aspekty izucheniya* [Linguistic personality: aspects of studying]. *Yazyk i kul'tura: materialy II Mezhdunarodnoy nauchnoy konferencii* [Language and Culture: Proceedings of the II International Conference Teach]. Moscow, 2003. Moscow, 2003, pp. 362–363.
5. *Kashkin V.B.* *Vvedenie v teoriyu kommunikatsii* [Introduction to communication theory]. Voronezh: VGTU Publ., 2000. 171 p.
6. *Kirillov V.I., Starchenko A.A.* *Logika* [Logic]. Moscow, TK Velbi, Prospekt Publ., 2008. 240 p.
7. *Krasnykh V.V.* *Osnovy psikholingvistiki i teorii kommunikatsii* [Fundamentals of psycholinguistics and communication theory]. Moscow, ITD GK «Gnozis» Publ., 2001. 270 p.
8. *Tomakhin G.D.* *Realii-amerikanizmy. Posobie po stranovedeniyu* [Real Americanisms. The manual on the regional geography]. Available at: http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/tomahin.shtml (accessed 02 July 2016).