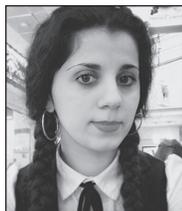


# Лингводидактические характеристики коммуникативной личности гида

## 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](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](http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/tomahin.shtml) (accessed 02 July 2016).