

Желлали Эльнура Ибрагим кызы

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОРТРЕТ ГИДА: ОПЫТ РАЗРАБОТКИ

Статья посвящена разработке коммуникативного портрета гида. В ней рассматриваются важные составляющие коммуникативного портрета гида: знание норм речевого этикета и умение его использовать, владение техникой речи, корректные ответы на вопросы, умение аргументировать, убеждать и доказывать свою точку зрения, прогнозирование реакции туристов в процессе общения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/20.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 12(54): в 4-х ч. Ч. I. С. 77-82. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phi@gramota.net

УДК 372.881.161.1

Педагогические науки

Статья посвящена разработке коммуникативного портрета гида. В ней рассматриваются важные составляющие коммуникативного портрета гида: знание норм речевого этикета и умение его использовать, владение техникой речи, корректные ответы на вопросы, умение аргументировать, убеждать и доказывать свою точку зрения, прогнозирование реакции туристов в процессе общения.

Ключевые слова и фразы: коммуникативный портрет; коммуникативная личность; гид; техника речи; речевой этикет; нормы общения; речевая деятельность.

Желлали Эльнура Ибрагим кызы

Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина

melnura@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОРТРЕТ ГИДА: ОПЫТ РАЗРАБОТКИ[©]

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, умеет 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. Так, В. Б. Кашкин определяет коммуникативную личность следующим образом: «Коммуникативная личность – содержание, центр и единство коммуникативных актов, направленных на другие коммуникативные личности, коммуникативный деятель» [3, с. 127]. В. В. Красных в своих исследованиях выделяет четыре личностных феномена: человека говорящего, языковую личность и коммуникативную личность. Автор ограничивает 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» [5, с. 151]. Коммуникативная личность, по С. Н. Плотниковой, «несет ответственность за адекватное взаимодействие с другими людьми» [6]. Данное определение позволяет нам говорить о гидах как ответственных в коммуникации с туристами. Вслед за В. В. Красных и В. Б. Кашкиным, определяем гида как коммуникативную личность, которая выступает конкретным участником коммуникативного акта, является центром и отвечает за содержание коммуникативного действия. Гид как коммуникативная личность должен владеть конкретными коммуникативными знаниями и умениями, коммуникативным поведением и коммуникативными потребностями для того, чтобы направлять других участников коммуникативного акта.

Коммуникативное поведение в общем виде является совокупностью традиций и норм в общении народа или личности. Данный термин впервые был использован в 1989 году И. А. Стерниным в работе «О понятии коммуникативного поведения». Коммуникативное поведение отражает общий план общения гида и туристов, их индивидуальные, групповые и ситуативные нормы общения.

Для определения коммуникативных возможностей, умений и особенностей коммуникативного поведения гида нами был создан коммуникативный портрет гида, который в полной мере характеризует его владение коммуникативной компетенцией. Коммуникативный портрет гида состоит из следующих составляющих:

- 1) знание норм речевого этикета и умение его использовать;
- 2) владение техникой речи;
- 3) корректные ответы на вопросы;
- 4) умение аргументировать, убеждать и доказывать свою точку зрения;
- 5) прогнозирование реакции туристов в процессе общения.

Знание норм речевого этикета и умение их использовать

Речевой этикет является важной частью национальной культуры и языка. Для гида (носителя другого языка и культуры) знание речевого этикета и его использование в общении с туристами является одним из важных показателей его коммуникативных умений. Речевой этикет каждого народа обладает своими национальными особенностями. Гид должен владеть нормами речевого этикета как своей культуры, так и культуры туристов.

В русском речевом этикете считаются важными такие качества, как:

- тактичность;
- выдержанность;
- доброжелательность;
- терпимость;
- предупредительность.

В русском языке не так много личных местоимений, но их роль в речевом этикете огромна. Например, употребление местоимений «ты» и «Вы». Гид должен понимать разницу между ними и уметь использовать их в подходящей ситуации. Также в русском речевом этикете не принято при присутствии третьего лица называть это лицо «он» или «она».

Речевой этикет любого народа зависит от ситуации. В зависимости от ситуации наше общение может изменяться. На ситуацию влияют разного рода обстоятельства, например: место, тема, мотив, цель, задачи и время. Все эти обстоятельства и ситуации общения определяют то, какие нормы речевого этикета использует тот или иной человек.

Речевой этикет обладает особыми формулами. Основные речевые формулы усваиваются в раннем возрасте. Например, здороваться при встрече, говорить «спасибо», говорить «пожалуйста» при просьбе и т.д. Формулы речевого этикета используются на всех стадиях общения: начало, середина и конец разговора (см. Рис. 1).



Рисунок 1. Схема использования формул речевого этикета для турецких гидов

Владение техникой речи

Каждый специалист речевой профессии, в том числе и гид, должен владеть техникой речи.

Техника речи состоит из следующих основных компонентов:

- дыхание;
- голос;
- дикция;
- интонация;
- слух.

Для постановки правильного речевого дыхания гид должен знать строение речевого аппарата, механизм образования звуков русской речи, различие между речевым дыханием и физиологическим и уметь правильно дышать во время выступления. При выступлении также важно учитывать особенности голоса, а именно: громкость, тембр и высоту. Голос должен быть благозвучным, способным к тональным изменениям, выразительным, звучным и суггестивным.

Интонация для гида – одна из важных составляющих хорошего выступления. Гид должен владеть типами интонационных конструкций (далее – ИК) и компонентами интонации. ИК определяется как «единица обучения интонации, демонстрирующая изменения основного тона голоса, которая служит для различения модального, коммуникативного и синтаксического типов предложений» [1, с. 87]. Е. А. Брызгунова выделяет семь типов ИК:

- ИК-1: нисходящий тон на гласном центра; используется при выражении завершённости повествовательного предложения;
- ИК-2: нисходящий тон в сочетании с некоторым усилением словесного ударения на гласном центра; реализуется в вопросах с вопросительными словами;
- ИК-3: восходящий тон с последующим падением; типична для вопросов без вопросительных слов;
- ИК-4: нисходяще-восходящий тон; используется в сопоставительных вопросах;

– ИК-5: сочетание восходящего, ровного и нисходящего тонов (имеется два центра: на гласном первого центра тон повышается, на гласном второго центра – понижается); используется для выражения и усиления оценки в предложениях с местоименными словами;

– ИК-6: сочетание восходящего и ровного тонов; сфера использования данной конструкции включает как оценочные восклицания, так и выражение недоумения;

– ИК-7: сочетание восходящего тона со смычкой голосовых связок в конце артикуляции гласного центра, что отличает ИК-7 от ИК-3; данная конструкция служит выражению экспрессивной оценки [2, с. 98].

Нами была создана интонационная схема (на основе классификации Е. А. Брызгуновой) для турецких гидов. Настоящая формула интонационных конструкций носит общий характер (см. Рис. 2).



Рисунок 2. Интонационная схема для турецких гидов

Еще одно важное условие хорошей речи – четкая и правильная дикция. Для этого нужно отчетливо произносить каждый звук и звуковое сочетание. Основой отчетливого произношения каждого звука является слаженная работа всех мышц, которые участвуют в речевом процессе. Такой эффект можно достичь с помощью специальных упражнений.

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 вопроса. Вопрос представляет собой выраженную мысль в вопросительном предложении, которая направлена на уточнение или дополнение исходного, или базисного, знания [4]. Вопросы бывают двух типов: открытые и закрытые. Открытые вопросы начинаются с вопросительных слов «что», «почему» и т.д. Они определяют ключевые моменты в той или иной ситуации. Закрытые вопросы – это наводящие вопросы, на которые часто отвечают очень коротко. На них можно ответить только «да» или «нет» (см. Рис. 3).

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.

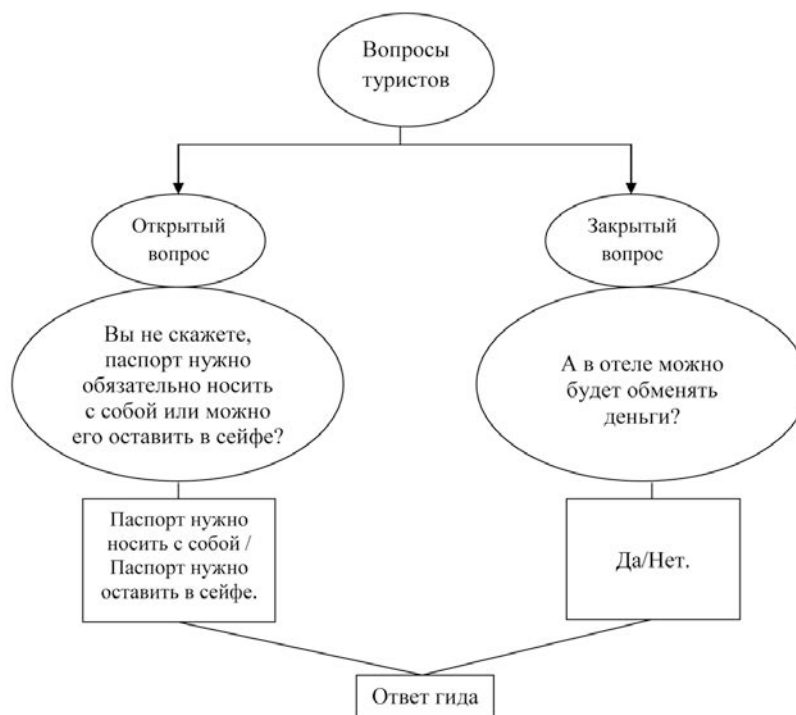


Рисунок 3. *Вопросно-ответная схема для турецких гидов*

С некорректными вопросами туристов, т.е. с вопросами, задевающими интимную жизнь гида, или с вопросами, оскорбляющими личные достоинства гида, или с вопросами, 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, т.к. гид должен не только заинтересовать туристов увлекательными рассказами о своей стране, но и убедить их в правильности и необходимости определенного поведения или недопустимости какого-либо поступка.

Гиду для эффективного выступления 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. Тактики аргументации для турецких гидов представлены на Рис. 4.

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

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

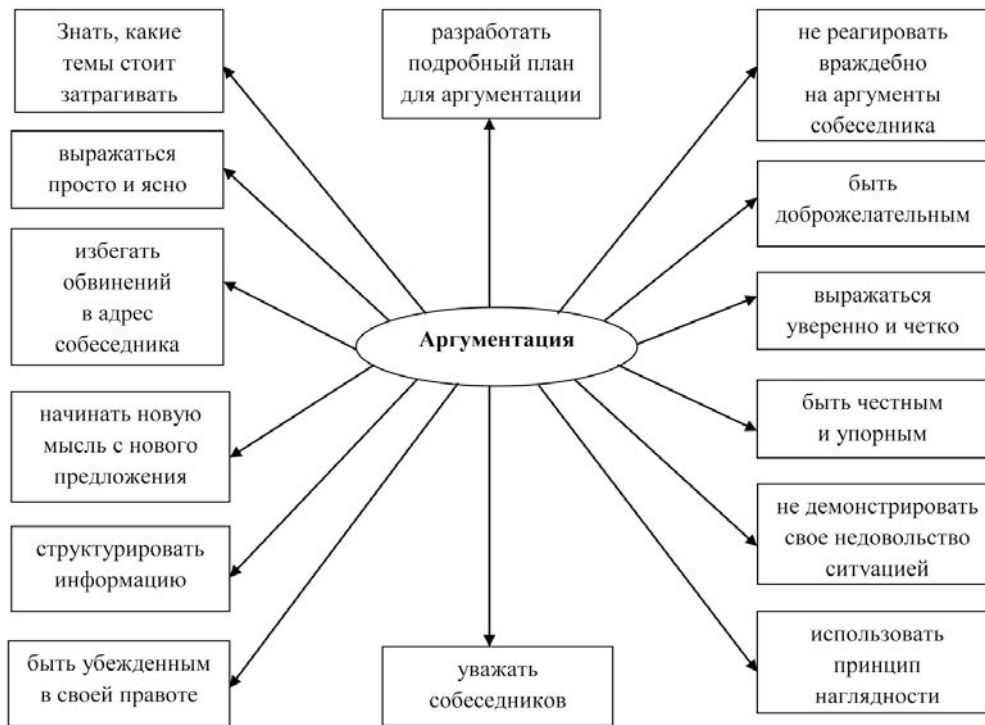


Рисунок 4. Тактики аргументации для турецких гидов

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 которым относятся жесты, мимика, позы, контакт глаз, выражение лица, громкость голоса, вздох, интонация, пауза и т.д. Использование невербальных средств общения не только зависит от индивидуальных особенностей того или иного человека, но и детерминировано культурой, к которой он относится. 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, использование 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, а в русской культуре это – 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, тогда как 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 оно 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 вышеизложенные составляющие коммуникативного портрета. Представляется, что если они будут учитываться в подготовке турецких гидов к работе с русскоязычными туристами, то она будет более эффективной.

Список литературы

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Икар, 2009. 448 с.
2. Брызгунова Е. А. Интонация // Русская грамматика. М.: Наука, 1980. С. 96-122.
3. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 171 с.
4. Кириллов В. И., Старченко А. А. Логика: учебник. Изд-е 5-е, перераб. и доп. М.: Юристъ, 2001. 256 с.
5. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М.: Гнозис, 2001. 270 с.
6. Плотникова С. Н. Говорящий/пишущий как языковая, коммуникативная и дискурсивная личность [Электронный ресурс] // Вестник Нижневартковского государственного университета. 2008. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/govoryaschiy-pishuschiy-kak-yazykovaya-kommunikativnaya-i-diskursivnaya-lichnost> (дата обращения: 06.09.2015).

COMMUNICATIVE PORTRAIT OF THE GUIDE: EXPERIENCE OF DEVELOPMENT

Zhellali El'nura Ibragim kyzy
Pushkin State Russian Language Institute
llv82@mail.ru

The article is devoted to the development of the communicative portrait of the guide. The author considers such important components of the communicative portrait of the guide as the knowledge of the standards of speech etiquette and the ability to use it, the mastery of the speech technique, the correct answers to the questions, the ability to argue, to convince and to prove his/her point of view, and the prediction of the tourists' reaction in the communication process.

Key words and phrases: communicative portrait; communicative personality; guide; speech technique; speech etiquette; standards of communication; speech activity.

УДК 81.139

Филологические науки

В данной статье приводится определение когнитивной синтагматики представлений о трудовой деятельности в русской лингвокультуре, графически изображен процесс познания элементов окружающего мира по концепции В. Эванс и М. Грин, описан когнитивно-семантический анализ пословиц и антипословиц с целью наблюдения изменений в сознании носителей русского языка отношений к рассматриваемому объекту окружающей действительности. В представленном исследовании строго разграничиваются понятия традиционного и эволюционного представлений и способы их репрезентации при помощи пословиц и их трансформантов. По результатам когнитивно-семантического анализа данных языковых единиц составлена диаграмма, отражающая эволюционные изменения представлений о трудовой деятельности русского народа, и приводятся соответствующие выводы.

Ключевые слова и фразы: когнитивная синтагматика; антипословица; пословица; сознание; традиционное представление; эволюционное представление.

Зайкина Злата Михайловна

Новосибирский государственный технический университет
zlatusik.z@mail.ru

КОГНИТИВНАЯ СИНТАГМАТИКА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЗНАЧИМОСТИ ТРУДА В РУССКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ СОЗНАНИИ[©]

Каждый человек контактирует с миром, познавая различные явления окружающей действительности. Представители разных лингвокультур узнают об определённых характеристиках объекта извне и передают данную информацию из поколения в поколение посредством языковых единиц. Результаты познания о данном элементе окружающей действительности укореняются в сознании субъекта путём выделения и группировки когнитивных