

15. Popova T.P. Osobennosti processa obuchenija studentov neязыkovogo vuza inozыchnomu nauchnomu diskursu // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija. 2014. № 3.

16. Rozina I.N. Pedagogicheskaja i professional'naja kommunikacija v akademicheskix internet-soobshhestvah // Aktual'nye problemy teorii kommunikacii: sb. nauch. tr. SPb.: Izd-vo SPbGPU, 2004.

17. Rudenko A.P. Diskursivnaja kompetencija kak osnova obuchenija inostrannomu jazyku v vuze // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Pedagogika i filologija. 2007. № 41.

18. Rybka I.N. Psiholingvisticheskoe issledovanie osobennostej ustnogo nauchnogo monologicheskogo teksta: dis. ... kand. filol. nauk. Ufa, 2007.

19. Sdobnova Ju.N. Lingvisticheskoe otobrazhenie sovremennyh social'nyh tendencij v institucional'nom diskurse vooruzhennyh sil Francii: dis. ... kand. filol. nauk. M., 2014.

20. Slyshkin G.G. Ot teksta k simvolu: lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov v soznanii i diskurse. M., 2000.

21. Sokolov A.V. Obsjhaja teorija social'noj kommunikacii: ucheb. posobie. SPb.: Izd-vo Mihajlova V.A., 2002.

22. Stepanov Ju.S. Al'ternativnyj mir. Diskurs. Fakt i Princip prichinnosti // Jazyk i nauka konca 20 veka. M.: RAN, 1996.

23. Susov I.P. Vvedenie v jazykoznanie: uchebnik dlja stud. lingv. i filol. spec. M.: AST: Vostok – Zapad, 2007. (Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija: zolotaja serija.)

24. Cameron, D. (Ed.) Working with spoken discourse. L.: Sage, 2001.

**Э.Ю. НОВИКОВА, В.А. МИТЯГИНА,
А.А. ГУРЕЕВА
(Волгоград)**

ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ДЕЙСТВИЙ В ЭКСКУРСИОННОМ ДИСКУРСЕ*

Предложена типология коммуникативного действия в экскурсионном дискурсе с позиций коммуникативно-прагматического подхода к анализу деятельности профессионального гида-переводчика. Показана реализация различных стратегий коммуникативного действия гида-переводчика на материале английского и немецкого языков. Вербальная верификация стратегий объясняется дискурсивно-обусловленными социокультурными особенностями.

Ключевые слова: экскурсионный дискурс, экскурсия, гид-переводчик, коммуникативное действие, стратегии.

Экскурсионный дискурс как разновидность туристического дискурса и составляющая культурного туризма в большей степени, чем другие виды туристской коммуникации, способствует формированию этнокультурной, меж- и транскультурной компетенции, культурной самоидентификации человека, определяет культурные ценности представителей «своей» и/или «чужой» культуры. В этой связи особая роль в формировании собственно культурной и особенно инокультурной картины мира принадлежит гиду-переводчику, его дискурсивно-обусловленной профессиональной деятельности. Анализ отзывов туристов об экскурсиях позволяет констатировать, что экскурсанты в первую очередь оценивают эстетическое удовольствие от экскурсии. Восторженные отзывы туристы оставляют об интересном времяпровождении, которое, в первую очередь, обеспечил экскурсовод, владеющий аудиторией, с чувством юмора, умеющий развлечь тургруппу. Социокультурная прагматика коммуникативного действия переводчика зависит от множества факторов институ-

Some peculiarities of the academic discourse

There are described the results of the comparative analysis of the term "discourse" interpretation, given the characteristics of the scientific discourse as one of the types of the institutional discourse, shown the issues of the electronic communication, coincidence of some functions of the scientific and pedagogic types of discourse, which allows considering them in the united paradigm of specialized scientific and educational cooperation.

Key words: *scientific discourse, institutionalism, electronic discourse, text, discursive competence.*

(Статья поступила в редакцию 03.07.2015)

* Исследование выполнено при поддержке РГНФ: региональный конкурс «Волжские земли в истории и культуре России» (проект № 15-14-34001 «Лингвистическая и транслятологическая логистика многоязычного интернет-портала: региональный путеводитель в координатах глобализации (Волгоград и Волгоградская область)»).

ционального контекста. Экскурсионный дискурс обуславливает ритуализованный характер коммуникации и диктует выбор переводческих стратегий и средств [7]. Рассмотрим палитру коммуникативных действий гида-переводчика в жанре экскурсии.

Экскурсия представляет собой коллективное или индивидуальное посещение достопримечательностей в рамках, как правило, городского туризма с целью приобретения новых культурно-ценностных знаний и эстетического наслаждения. Как справедливо отмечает Т.В. Демидова, экскурсия – это «процесс чувственного и логического познания мира» [3]. Экскурсии различаются по форме/содержанию/цели/составу участников/средствам представления экскурсионных услуг и т.д. В современных меняющихся условиях международного туризма, при возрастающей роли и доступности информационных технологий, изменениях потребностей путешествующих появляются новые формы и грани проведения экскурсий. В таблице схематично представлены формальные, видовые их особенности.

Экскурсионный текст в основной своей части содержит информацию об исторических, архитектурных, краеведческих, социокультурных особенностях предмета экскурсии. Специалист, в нашем случае гид-переводчик, чья профессиональная деятельность связана с текстопорождением, «испытывает профессионализацию языковой личности и превращается в коммуникативно-деятельностную лич-

ность, владеющую стандартным и специальными регистрами и необходимым профессиональным запасом дискурсивных способностей, обладающую своей профессиональной картиной мира и совокупностью профессиональных языковых черт» [2, с. 97–98]. При этом гид прибегает к ряду профессионально и дискурсивно-значимых и прагматически адекватных стратегий ведения экскурсии при реализации коммуникативной программы действия. Выбор языковых средств также происходит в рамках предпринимаемых стратегий и типов коммуникативного действия экскурсовода.

Совокупность коммуникативных действий – коммуникативное поведение индивидов – составляет функциональную характеристику культуры, и определение типа коммуникативного действия представляется важным методологическим инструментом. В коммуникативном поведении эксплицируются все компоненты структуры языковой личности специалиста: цели, намерения; умение использовать вербальные средства в соответствии с нормами языка и в зависимости от коммуникативной ситуации; знания, идеи, понятия как результат сформированности языковой картины мира [2, с. 117]. Представляется логичным рассматривать коммуникативное действие как процессуальную единицу дискурса [4, с. 106–107], которая выводится нами на основе типологии социального действия Макса Вебера [1, с. 607] и идеях универсальной прагматики Юргена

Вид дискурса	Туристический		
Разновидность дискурса	Экскурсионный		
Тип экскурсии по месту проведения	Музейная	Обзорная по городу	Узкоцелевая
Тип экскурсии по тематическому принципу	Исторические, природоведческие, искусствоведческие, производственные, литературные, мистические, интерьерные, винодельческие, ночные, кулинарные, замковые и др.		
Тип экскурсии: • по способу стилизации	Костюмированные, тактильные, обонятельные и др.		
• по типу используемых технических средств	Без использования вспомогательных средств; с использованием аудиогuida, аудиовизуальных средств (планшеты МР 3, смартфон и др.)		
• по способу передвижения	Пешеходные, автобусные, в инвалидных колясках, на сигвейях, велосипедные и др.		
• по способу интеракции	Непосредственная коммуникация на родном/ иностранном языке; опосредованная коммуникация на родном/иностранном языке		
• по составу участников	Экскурсовод – экскурсанты, экскурсовод-переводчик – экскурсанты, аудиогид – экскурсанты, аудиогид – опосредованный экскурсант, опосредованный экскурсовод – опосредованные экскурсанты		

Хабермаса [9]. Используемая нами типология коммуникативных действий базируется на интенциональной характеристике и содержит четыре типа:

Целерациональное коммуникативное действие – основывается на четком осознании цели, отличается направленной соотнесенностью с языковыми средствами, адекватными достижению данной объективной цели.

Ценностно-ориентированное коммуникативное действие – основывается на вере в безусловную ценность данного действия, самодостаточного и независимого от его возможных результатов. В отличие от целерационального, смысл ценностно-ориентированного действия заключается не в достижении внешней цели, а в подчиненности определенным «заповедям» и «требованиям», в следовании которым действующий индивид видит свой долг. Обозначение данного действия как ценностно-ориентированного, а не ценностно-рационального, как у М. Вебера, подчеркивает то обстоятельство, что следование ценностной установке в большом количестве случаев выходит за рамки рационального, реализует социокультурно обусловленную модель коммуникативного поведения.

Традиционное коммуникативное действие – обусловлено менталитетом, процессуальным шагом повседневного поведения людей, в котором существенную роль играет следование традиции, обычаю.

Аффективное коммуникативное действие – зависит от эмоционального состояния действующего субъекта и совершается как демонстрация данного состояния [5, с. 116].

Какие коммуникативные действия совершаются гидом-переводчиком? Как они связаны с коммуникативными стратегиями?

Анализ текстов экскурсий позволил определить, что для данного подвида туристического дискурса характерны три типа коммуникативных действий – целерациональное, ценностно-рациональное и традиционное. Аффективное коммуникативное действие связано со спонтанными негативными эмоциями со стороны экскурсовода, что противоречит жанрообразующему принципу экскурсии. Данный вид действия может иметь место в определенной ситуации конфликта. В анализируемом материале внешних раздражающих факторов и т.д. не было замечено.

Экскурсия как жанр устной коммуникации имеет четкую структуру: вступление, основную часть, заключение. Указанные три типа

коммуникативных действий по-разному реализуются в различных частях экскурсии. Целерациональное действие доминирует в каждой из них. Характер так называемого диалогизированного монолога экскурсионного рассказа позволяет в рамках целерационального действия с помощью языковых средств вербализовать в тексте экскурсии следующие стратегии:

- стратегия организации группового взаимодействия (информационно-директивная);
- стратегия трансляции знания (познавательльно-дидактическая);
- стратегия трансляции эмоций (эмотивная);
- стратегия комплимента.

Так, в вводной части для «живой» интерактивной экскурсии характерны представление участников экскурсии, информирование о предмете экскурсии/ маршруте и цели, прояснение организационных вопросов. Гид-переводчик обращается к присутствующим гостям, выбирает языковые средства, реализующие фатическую функцию, стратегии привлечения внимания, информирования и ин-структирования:

- *Also wir begrüßen alle Gäste zur Rundfahrt.*
- *Es gibt auch Möglichkeit, einige Orte in der Umgebung Wolgograds zu besuchen. Überlegen Sie bitte darüber und sagen Sie es uns im Voraus. Wenn Sie es möchten, dann müssen wir es noch zusätzlich organisieren.*
- *We are glad to welcome you in the Hero City of Volgograd!*
- *During our tour you will learn about the history of the southern districts of Volgograd and history of the Volga-Don Shipping Canal, visit mosque in Malye Chapurniki village, the most ancient one in the region.*
- *During our tour to the Volga Delta and Lotus Field a hunts-man-guide will go with you on boats for 2-4 people in virgin nature reserves, narrow channels and with pure clear water.*
- *Today we will go to Rossoshky.*

Основная часть является самой насыщенной в экскурсионном рассказе. Целерациональность связана с выполнением задачи представить объект так, чтобы апелляция к получателю текста в направленном позитивном представлении данного туристического объекта была адекватна его аналитической, герменевтической способности [6, с. 89]. Здесь наиболее активна стратегия трансляции знания об экскурсионном объекте, стремление представить регион, место, объект уникальным, исто-

рически значимым и вместе с тем аттрактивным:

- *Wir sind in einer Kosakenregion. Die Kosaken sind eine ethnische Schicht, die eine sehr wichtige Rolle in der Geschichte der Region gespielt haben.*

- *Now we are at the Astrakhan Kremlin, the pearl of the Lower Volga region, the outstanding monument of the military and engineering art and architecture of the latter half of the 17th c.*

- *During the journey you will see birds living in the Delta in their natural environment. You can also see some animals of the Delta such as a raccoon, a mink and a wild boar. Luxurious lotus fields amaze with their beauty. You have never seen before such a wonderful picture.*

При этом важно найти так называемую золотую середину в презентации материала, чтобы широкое использование страноведческого материала, прецедентной информации, отражающей межкультурные связи, было доступно для понимания иностранца:

- *Warum hieß eigentlich die Kathedrale Alexander Newski-Kathedrale? Alexander Newski war Kurfürst, der einen großen Sieg über die Schweden, dann später über die deutschen Kreuzritter gewonnen hat. Er hat in dieser Region eine große Rolle gespielt. Diese Region stand im Besitz der tatarischen und mongolischen Goldenen Horde. Alexander Newski kam hierher mit der Bitte die Stad nicht zu zerstören. Deswegen gilt er für uns Wolgograder als Schutzpatron.*

- *Pavlov' House is a house of soldiers and labours' heroism. During the Battle of Stalingrad a 4-storey residential building became the bastion, which blocked German forces' way to the Volga. The house is named after Sergeant Yakov Pavlov who, in September, 1942, occupied the building with his comrades-in-arms and during 58 days and nights 24 the soldiers restrained the enemy severe attacks and won the battle.*

- *Taranov's Spring is a group of springs giving the head of the Tsaritsa River. This miracle spring was named after an old man Taran who lived near the spring from 1858 to 1960 and died at the age of 102. During his life he looked after the spring and took care of it to prevent clay and sand filling it up. Taran' work was continued by his grandson, Nikolay Taranov, the head of Institute for Art Education, Doctor of Science and Professor of the Volgograd State Pedagogical University. Being an artist he made a stone-fence around the spring in Old Russian style and made a sculpture of Taran who looked like an old man from fairy tales.*

Апеллятивная функция текста в рамках вопросно-ответного диалога достигается за счет активного взаимодействия экскурсовода с реципиентами:

- Guide-interpreter: *This is Stalingrad, you see?*

- Tourist: *Where were we this morning?*

- Guide-interpreter: *I'll show you. This is the Memorial Square, yes? This is the Obelisk. Do you see it?*

- Tourist: *We were here?*

- Guide-interpreter: *Yes, we were at the Obelisk. There are the graves here. And this is, this is the pre-war sectoral departments stores. Then we went along Mira Street. Now the plan of the city is quite different, because there is the Obelisk and Mira Street goes like this.*

- Tourist: *Right.*

- Guide-interpreter: *This is Mira Street and this is the sectoral departments stores where Paulus has been taken prisoner. And we were in the morning here. Just believe me it was here. It was here, it was really here.*

В экскурсии, безусловно, самое главное – это показ достопримечательностей, однако для туриста важными остаются полученные впечатления, эстетическое наслаждение, приятное проведение времени. Как пишет Dann, туризм является своего рода игрой [8, с. 17–23], которая, как мы думаем, сопровождается ожиданием развлечения, получения нового интересного опыта. Сегодня экскурсия – это, главным образом, спектакль, своего рода представление, которое позволяет туристу пережить новый опыт, обогатиться знаниями и получить новые впечатления. Ценностно-ориентированное коммуникативное действие гида-переводчика подчинено его признанию ценностей туризма, и оно реализуется такими стратегиями, как:

- стратегия развлечения,
- стратегия локализации,
- стратегия рекламирования,
- стратегия развенчания стереотипов,
- стратегия самоподтрунивания.

Стратегия локализации предполагает полное погружение туриста в атмосферу конкретного места, необходимость почувствовать себя причастным к какому-либо событию или месту. Для снятия национально-специфических барьеров и для облегчения понимания того или иного фрагмента чужой культуры гид-переводчик прибегает к различным методам, как, например, к сравнению с традициями, обычаями, архитектурными особенностями и

т.д., чтобы иностранный турист надолго запомнил и хранил в сознании пережитые впечатления:

- *Sie haben selbst die klimatischen Besonderheiten in unserer Region gespürt. Ich muss sagen, es ist noch nicht heiß bei uns. Ab morgen wird die Temperatur noch steigen. Im Sommer scheint bei uns die Sonne sehr oft, genauso wie in den besten Kurorten der Welt.*

- *In the Volgograd Restaurant you can try traditional Russian cuisine – pelmeni, blini and kvas, food and drinks which are well-known all over the world like Italian pasta, pizza and cappuccino.*

В реализации стратегии рекламирования наряду с языковыми средствами активны также и невербальные средства: использование печатных изданий (путеводители, энциклопедии, альбомы, книги, письма и т.д.), фото, картин/ репродукций, аутентичных предметов и т.п.:

- Tourist: *Where are we now?*

- Guide-interpreter: *Where are we now? Just a moment, just a moment! We are somewhere here (showing the map to the tourists). This is Mamev Hill, this is Tsaritsa and we are here.*

Иностранному туристу знакомится с «чужой» культурой сквозь призму сформировавшихся стереотипов и предрассудков в отношении этой культуры, а также верифицируя новые знания проекцией на имеющуюся когнитивную базу. В задачи гида-переводчика как специалиста межкультурной коммуникации входят развенчание стереотипов, недопущение формирования «неправильного» образа «чужой» культуры, ознакомление с культурно-значимыми ценностями. Стратегия развенчания стереотипов реализуется как эксплицитно, когда гид явно апеллирует к стереотипам, и имплицитно, когда турист меняет свои представления в ходе коммуникации: *zu uns kommen sehr viele deutsche Touristen und Zeugen der Schlacht bei Stalingrad, wir pflegen wirklich gute Beziehungen, sie erzählen ihre Geschichten und Visionen des Krieges...*

Со стратегией развенчания стереотипов перекликается стратегия самоподтрунивания, цель которой заключается в умышленном авторефлексивном обращении к анализу/ критике/ обзору культурно-специфических особенностей «чужой» культуры:

- *Some people say that a native of Moscow is haughty and high hat. We think that Moscow is the best city in the world. It's not the most beautiful, but the most comfortable one. If one day we were*

in Rome or London we would say: "Well, a pretty city!"

Стратегия развлечения также входит в коммуникативную программу ценностно-ориентированного действия, т.к. методы развлечения (игра, рассказ анекдотов, шутки, исполнение песни и т.п.) способствуют формированию ценностной картины туризма в целом и в конкретном регионе в частности:

- *My wife and I took a terrific tour with Gavin December 29. We visited Westminster Abbey, St. Paul's Cathedral, and a walking tour of London from St. Paul's back to our hotel in Southwark. Gavin is well versed in the highlights of each site – historical and architectural. He also added some humorous anecdotal comments. All in all, a very enjoyable tour. Highly recommended.*

Очень интересная экскурсия по Москве, которую я не знала. Гид Лена была очень мила, много улыбалась и рассказывала интересные и смешные истории, которые сразу впечатываются в память. Провела нас от Церкви на Куличках) до Кремля, показала старые ворота города, Романовское имение и дала совет, где покушать недорого потом. Все понравилось, всем советую!

Традиционное действие в коммуникативной программе гида-переводчика представлено стратегией самопрезентации, которая направлена на формирование образа экскурсовода как профессионала. Как правило, в речи самого экскурсовода данный вид коммуникативного действия находит лишь эпизодическое вербальное выражение, в то время как наиболее полную его верификацию можно проследить в текстах-отзывах экскурсантов:

- *"Exceeded all expectations. An absolute must."*

I have had the pleasure and on some occasions the displeasure of numerous tours throughout the world and our tour with Gavin surpassed them all and was sublime in every way. Literally every corner that we turned with Gavin, we were met by a unique discovery that uncovered the most fascinating stories, factoids and delights. We had a 3 hour walking tour of The City of London and although I worked here, albeit it 20 years ago, I was amazed about how little I really knew and how much detail and ground Gavin managed to cover. I very rarely write reviews but I cannot over stress how special, passionate and talented Gavin is. An afternoon that I will cherish and remember forever. I can't wait until we arrange our next tour with Gavin. Sincere thanks and warmest wishes to you Gavin.

- "Best walking tour yet!"

We hired Gavin for a private tour of the Old City of London. He exceeded our expectations. He gave us an amazing tour of alleyways, hidden churches; beautiful gems and a history lesson that we all agreed that if teachers taught history this way – we would all enjoy and remember it from our school days. Our daughter was with us (doing a semester abroad in London) and she told him that she was taking a class on several English authors; he worked in several literary references on the fly. I would definitely recommend his tour to anyone who asks.

Подытожим наши рассуждения. Экскурсионный дискурс определяет особую значимость дискурсивной компетенции переводчика как способности к производству текста в соответствии с конвенциями заданной сферы коммуникации. Тексты экскурсий являют собой комплекс коммуникативных действий, которые в процессе перевода могут быть трансформированы в комплексы других действий, более адекватных в реализации заданной интеракции в пространстве целевой культуры.

Коммуникативно-прагматический подход к анализу вербального поведения гида-переводчика, анализ языковых интеракций в аспекте совершаемых коммуникативных действий позволяют понять причины преобразований, которые гид-переводчик предпринимает как на основе своей дискурсивной компетенции, так и следуя интуитивному решению. Знание технологии возможной смены коммуникативного действия, связанной с ментальными, социокультурными детерминантами целевой культуры, оптимизирует качество услуг в туристической сфере и уровень культурного трансфера, диалога культур в целом.

Список литературы

1. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 602–643.
2. Гуреева А.А. Социокоммуникативные характеристики языковой личности переводчика (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / ВГСПУ. Волгоград, 2014.
3. Демидова Т.В. Языковая личность в экскурсионно-дискурсивной деятельности. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-lichnost-v-ekskursionno-diskursivnoy-deyatelnosti>.
4. Митягина В.А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия: монография. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007.
5. Митягина В.А. Тип коммуникативного действия в дискурсе: верификация в рамках жанра //

Вестник ВолГУ. Сер. 2. Языкознание. 2008. № 1 (7). С. 116–119.

6. Митягина В.А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе // Иностранные языки в высшей школе. 2009. Вып. 4 (11). С. 88–97.

7. Новикова Э.Ю. Экскурсионное обслуживание как объект профессиональной переводческой деятельности в рамках туристического дискурса. URL: http://bonjour.sgu.ru/sites/default/files/08_novikova.pdf.

8. Dann G. The language of tourism: a sociolinguistic perspective. UK: CAB International. URL: http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Ferencik2/pdf_doc/27.pdf.

9. Habermas J. Was heißt Universalpragmatik? // Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1984. S. 353–440.

Источники

Besuch des Panorama-Museums "Stalinger Schlacht" in Volgograd. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=fMDyH0oQkfk>.

Excursion at the Tractor Factory in Volgograd. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=DdXANHBo7x4>.

Excursions in English for foreign tourists in Volgograd former Stalingrad. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=KCWhnZHSirE>.

Excursions in English in Volgograd. "Battle of Stalingrad" panoramic museum // Tours and excursions in Volgograd. Tourist services & Russian visa support. volgograd.sputnik@gmail.com. URL: http://www.youtube.com/watch?t=4&v=cv_6Q6fd0ZI.

Exkursion am Mamajev Huegel. Volgograd. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4L3c7fqaoDM>.

Gavin Webb, Tour Guide of London. URL: http://www.tripadvisor.co.uk/Attraction_Review-g186338-d1818020-Reviews-Gavin_Webb_Tour_Guide_of_London-London_England.html.

Moscow Free Tour. URL: http://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298484-d2196855-Reviews-Moscow_Free_Tour-Moscow_Central_Russia.html.

Sightseeing in Volgograd. Mamayev Hill. URL: http://www.youtube.com/watch?v=_k2s1DsPDWs.

Stadtrundfahrt in Volgograd. Besuch des Mamajew-Huegels. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=rec5XKZSYzk>.

Stadtrundfahrt und Besichtigung des Panorama-Museums in Volgograd. URL: http://www.youtube.com/watch?v=Xz_saxHwJ5E.

Stalingrad: Ein Rundgang. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=mbewtmOw7rg>.

Tours in English in Volgograd // Tours and excursions in Volgograd. Tourist services & Russian visa support. volgograd.sputnik@gmail.com. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=2TRfVwKNfyo>.

Visiting war memorial at Mamayev Hill with English speaking guide. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=-H-2GTqob9Q>.

* * *

1. Veber M. Osnovnye sociologicheskie ponjatiya // Veber M. Izbrannye proizvedeniya. M.: Progress, 1990. S. 602–643.

2. Gureeva A.A. Sociokommunikativnye harakteristiki jazykovoj lichnosti perevodchika (na materiale russkogo i anglijskogo jazykov): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19 / VGSPU. Volgograd, 2014.

3. Demidova T.V. Jazykovaja lichnost' v jekskursionno-diskursivnoj dejatel'nosti. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-lichnost-v-ekskursionno-diskursivnoj-deyatelnosti>.

4. Mitjagina V.A. Sociokul'turnye harakteristiki kommunikativnogo dejstvija: monografija. Volgograd: Izd-vo VolGU, 2007.

5. Mitjagina V.A. Tip kommunikativnogo dejstvija v diskurse: verifikacija v ramkah zhanra // Vestnik VolGU. Ser. 2. Jazykoznanie. 2008. № 1 (7). S. 116–119.

6. Mitjagina V.A. Kommunikativnye dejstvija v turisticheskom diskurse // Inostrannye jazyki v vysšej shkole. 2009. Vyp. 4 (11). S. 88–97.

7. Novikova Je.Ju. Jekskursionnoe obsluzhivanie kak ob'ekt professional'noj perevodcheskoj dejatel'nosti v ramkah turisticheskogo diskursa. URL: http://bonjour.sgu.ru/sites/default/files/08_novikova.pdf.

Typology of communicative actions in the excursion discourse

There is described the typology of communicative actions in the excursion discourse from the positions of the communicative and pragmatic approach to the analysis of a professional interpreter tour guide. There is illustrated the implementation of various strategies of communicative actions of an interpreter tour guide based on the English and German languages and explained the verbal verification of the strategies by the discourse-conditioned socio-cultural peculiarities.

Key words: *excursion discourse, tour, interpreter tour guide, communicative action, strategies.*

(Статья поступила в редакцию 18.09.2015)

Е.И. АЛЕЩЕНКО
(*Волгоград*)

ФОЛЬКЛОРНЫЙ ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ-КАЗАЧКИ КАК ВОПЛОЩЕНИЕ СТЕРЕОТИПОВ КАЗАЧЬЕГО СОЦИУМА

Рассматриваются отразившиеся в народной сказке представления о женщине-казачке: ее характере, личных качествах, взаимоотношениях с мужем. Устанавливается влияние экстралингвистических факторов на формирование подобных взглядов. Анализируются их неоднозначность и противоречивость, проявляющиеся в преломлении через призму фольклорной сказки.

Ключевые слова: *казачья народная сказка, менталитет, фольклорная картина мира, социальная роль женщины, гендерный стереотип.*

Исследование ментальных представлений о роли женщины в обществе представляет интерес в любое время. Женский вопрос в том или ином виде поднимался в самые различные периоды существования социума, в том числе и российского. Тем важнее сегодня обратиться к историческим корням нашего народа и проследить, каково же было общественное положение женщины на Руси много веков назад и как отразилось отношение к ней в фольклоре – богатейшем хранилище мудрости наших предков, обратив при этом особое внимание на фольклор сказочный.

В казачьей среде складываются стереотипы, которые приписываются женскому характеру. Особый интерес представляет их отражение в сказочном фольклоре.

Основной проблемой гендерных отношений в языке является не столько репрезентация маскулинности и фемининности как культурных концептов, сколько доминирующая андроцентричность языка, которая проявляется в трансляции языком мужской языковой картины мира. Наивная картина мира, вербализованная в языке, представляется через восприятие человека-мужчины [1, с. 134]. Народное воображение создает образ русской женщины, который воплощает в себе основные черты национального характера и является неотъемлемой частью русского народного творчества.