

Жанры речи. 2021. № 1 (29). С. 34–40
Speech Genres, 2021, no. 1 (29), pp. 34–40

Научная статья

УДК 81'27'42

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-34-40>

Контактная экскурсия: речевой жанр vs коммуникативное событие

Т. А. Янсон

Тверской государственный университет, Россия, 170100, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33

Янсон Татьяна Александровна, аспирант кафедры теории языка и перевода, tanjuschik@bk.ru,

<https://orcid.org/0000-0002-0481-0751>

Аннотация. Статья посвящена проблеме поиска точек соприкосновения двух лингвистических теорий: теории речевых жанров и теории речевых актов. В качестве материала используется контактная экскурсия. С позиции жанроведения контактная экскурсия представляет собой речевой жанр, который может быть описан с помощью предложенной Т. В. Шмелевой «анкеты речевого жанра», включающей в себя коммуникативную цель жанра, концепцию автора, концепцию адресата, диктумное содержание, образ коммуникативного прошлого, образ коммуникативного будущего и языковое воплощение. С точки зрения функционально-структурной классификации контактная экскурсия представляет собой сложный жанр, или гипержанр, в структуре которого выделяются простые жанры. В рамках акционального или деятельностного подхода, основой для которого служит теория речевых актов, контактная экскурсия может быть рассмотрена как коммуникативное событие и описана с помощью речевых стратегий и тактик, представляющих собой одно или несколько речевых действий, что восходит к понятию речевого акта. В качестве основы, «примиряющей» и объединяющей обе теории, выступает коммуникативный стиль.

Ключевые слова: контактная экскурсия, коммуникация, речевой жанр, коммуникативное событие, речевая стратегия, речевая тактика, тактический ход, коммуникативный стиль

Для цитирования: Янсон Т. А. Контактная экскурсия : речевой жанр vs коммуникативное событие // Жанры речи. 2021. № 1 (29). С. 34–40. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-34-40>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

Article

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-34-40>

Contact excursion: Speech genre vs communicative event

Tatiana A. Yanson, tanjuschik@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0481-0751>

Tver State University, 33 Zhelyabova St., Tver 170100, Russia

Abstract. The article deals with the problem of the relationship between two linguistic theories: a speech genre theory and a speech act theory. The research is based on the genre of a contact excursion. From the point of view of genre studies a contact excursion is a speech genre and it can be described using the “speech genre questionnaire” proposed by T. V. Shmeleva, which includes the communicative goal of the genre, the concept of the author, the concept of the addressee, the dictum content, the image of the communicative past, the image of the communicative future, and the language embodiment. From the point of view of functional and structural classification, a contact excursion is a complex genre or a hypergenre, consisting of a number of simple genres. Within the framework of the actional or the activity approach, which is based on the speech act theory, a contact excursion can be considered as a communicative event and described using speech strategies and tactics which represent one or more speech actions, which traces to the concept of a speech act. The notion of the communicative style serves as the basis to reconcile and combine both theories.

Keywords: contact excursion, communication, speech genre, communicative event, speech strategy, speech tactic, tactical move, communicative style

For citation: Yanson T. A. Contact excursion : Speech genre vs communicative event. *Speech Genres*, 2021, no. 1 (29), pp. 34–40 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-34-40>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

Построение моделей речевого общения и выделение составляющих его структурных единиц – одна из важнейших лингвистических проблем, связанных с оптимизацией общения. Названная проблема решается в рамках различных теорий. Например, одним из актуальных направлений в лингвистике является жанроведение (или генристика). Другая теория, направленная на моделирование речевого взаимодействия коммуникантов – теория речевых актов. Каждая из этих теорий имеет свои неоспоримые достоинства и одновременно не лишена некоторых недостатков.

Целью настоящей публикации является установление соотношения понятий *речевой жанр* и *коммуникативное событие* на примере контактной экскурсии.

Дадим общую характеристику контактной экскурсии. Контактная экскурсия отличается от других жанров экскурсионного дискурса, таких, например, как аудио- и видеозапись, виртуальная экскурсия и путеводитель. Как отмечает М. В. Лиханов, жанр контактной экскурсии противопоставляется другим жанрам на основании использования разных каналов связи. По его мнению, он является ядерным для дискурса, так как только в нем происходит непосредственное взаимодействие коммуникантов, которое не опосредуется разными носителями / каналами связи (устная коммуникация vs видео, аудио и напечатанный текст). Жанр контактной экскурсии занимает центральное положение в дискурсе, поскольку выступает основой для выделения других жанров, которые являются более ограниченными из-за разорванности коммуникации и отсутствия возможности для более активного участия адресата в коммуникации [1: 13]. О выделении экскурсии как жанра пишут и другие авторы. Так, Ю. В. Слезко в своей статье «Феноменологическое пространство туристического дискурса» [2: 155–162] отмечает, что основную долю экскурсии как жанра занимает экскурсионный рассказ, который подчинен показу, помимо этого имеет место общение экскурсантов и экскурсовода. Экскурсия, по ее мнению, относится к жанрам публичного общения, т. к. присутствует массовый адресат, и к риторическим жанрам, предполагающим наличие «осознанных умений и навыков в области языкового оформления высказывания в соответствии с ситуацией общения, сходных с принципами построения художественных текстов (эстетики словесного творчества)» [2: 157]. Н. В. Филатова, исследуя жанровое пространство туристического дискурса, выделяет экскурсию (включая общение экскурсанта и экскурсовода) в отдельный жанр наряду с такими жанрами, как диалог с продавцом услуги (офисный или

внеофисный диалог между представителем турфирмы и клиентом), диалог с представителем принимающей стороны (между клиентом / сопровождающим группы и служащим гостиницы / шофером экскурсионного автобуса), видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм, аудиогид (устная разновидность опосредованного общения), путеводитель и др. [3: 78–79]. П. Н. Донец в своей статье «Экскурсия по городу как жанр дискурса» [4: 278–284] рассматривает экскурсию как четко отграничиваемый самостоятельный жанр дискурса. Автор отмечает, что для него характерна достаточно сложная структура речевого и неречевого взаимодействия между коммуникантами, и выделяет следующие факторы жанра: коммуникант, деятельность, мотивация, интенция, ситуация, тезаурус, код, тема, текст, канал [4: 278–279].

Для описания жанра контактной экскурсии с позиций генристики воспользуемся предложением Т. В. Шмелевой «анкетой речевого жанра», включающей в себя семь пунктов, или «жанрообразующих признаков»: коммуникативная цель жанра, концепция автора, концепция адресата, диктумное содержание, образ коммуникативного прошлого, образ коммуникативного будущего и языковое воплощение [5: 90].

В соответствии с ее классификацией, жанр контактной экскурсии можно отнести к информативно-оценочному, *целью* которого является сообщение экскурсантам информации по теме экскурсии (*Следующим объектом нашего показа будет Путевой дворец*), а также формирование положительного целевого образа объектов показа (*Путевой дворец является одним из величайших памятников архитектуры*) [цит. по: 1: 15]. Роль автора в данном случае принадлежит экскурсоводу (*С вами сегодня работает сертифицированный экскурсовод Мария, следуйте за мной к следующему объекту нашей экскурсии, сейчас я вам расскажу о ...*), находящемуся в «сильной коммуникативной позиции» (термин И. А. Стернина см.: [6: 90]) в рамках экскурсии. Как отмечает М. В. Лиханов, адресант-экскурсовод является коммуникативным лидером, выполняющим функции медиатора, «сопровождающего» и «направляющего» процесс наглядного познания экскурсантом окружающего мира. Адресант выступает под дискурсивной маской эксперта, разбирающегося в предмете речи, и проецирует определенную картину мира адресату. Экскурсовод моделирует восприятие реальности адресатом, адаптирует текст под непосредственную аудиторию и транслирует его. Ввиду своего статуса экскурсовод «наделен властью», во-первых, транслировать информацию (*Я рас-*

скажу, какие исторические события связаны с этим городом.), а во-вторых, давать некоторую оценку этой информации (*Алексей является высококвалифицированным водителем, человеком с большим опытом работы в этой сфере*) [1: 16]. В качестве адресата выступает один экскурсант или туристическая группа (*уважаемые гости, дорогие друзья, ребята ...*). Хотя адресат находится в подчиненной коммуникативной позиции, его роль не является пассивной. По мнению Т. В. Демидовой, как адресат, так и адресант принимают непосредственное «живое» участие в процессе коммуникации в рамках экскурсии [7: 94]. Экскурсант, согласно Л. Е. Бахваловой, как активный участник экскурсионного диалога регулирует своим коммуникативным поведением процесс продуцирования экскурсионного текста в режиме реальной экскурсии [8: 199]. Диктумное содержание жанра контактной экскурсии определяется содержанием экскурсии (*обзорные и тематические: исторические, литературные, природоведческие и др.*), количеством и составом участников (*индивидуальные и групповые, местные жители, иностранные туристы, взрослые, школьники и др.*), местом проведения (*городские, загородные, производственные, музейные и др.*), способом передвижения (*пешеходные и транспортные*), продолжительностью (*от 1 акад. часа (45 мин.) до 1 суток*), формой проведения (*экскурсия-консультация, экскурсия-демонстрация, экскурсия-урок и др.*) [9: 38–42]. К «фактору коммуникативного прошлого», или «инициальным речевым жанрам», Т. В. Шмелева относит не только многообразные ситуативные факторы, но и собственно разные речевые жанры, более или менее непосредственно предшествующие данному высказыванию или начинающие общение [5: 94]. Для жанра контактной экскурсии, по мнению Н. В. Филатовой, в качестве инициального жанра может выступать жанр туристического «проспекта, каталога, статьи, брошюры» или «веб-страница» туристического бюро [3: 79], где будущий экскурсант может узнать о существовании экскурсии. Или, например, «диалог с продавцом услуги» или «диалог с представителем принимающей стороны» [3: 79]. Будущий адресат таким образом получает информацию о выбранной экскурсии и обсуждает время и место ее проведения. «Фактор коммуникативного прошлого», или «реактивные жанры», по мнению Т. В. Шмелёвой, следуют за данным высказыванием и могут появиться только после определенных речевых жанров. Все они являются реакциями на другие жанры [5: 94]. По отношению к контактной экскурсии таким жанром может являться жанр

«электронного письма» [3: 79], адресованного представителям туристического бюро и содержащего отзыв экскурсанта об экскурсии, которую он посетил. По словам Т. В. Шмелёвой, языковое воплощение представляет спектр возможностей, включающих лексические и грамматические ресурсы жанра [5: 96]. Для жанра контактной экскурсии характерна клишированность (*Сегодня я ваш экскурсовод. Тема нашей экскурсии следующая «.....» Во время нашей экскурсии мы посетим ..., ..., Наша экскурсия подошла к концу, спасибо за внимание, буду рада ответить на ваши вопросы*) [1: 16]. Согласно Л. Е. Бахваловой, в качестве неотъемлемой части жанра можно отметить использование вводных слов и вводных конструкций, регулирующих процесс структурирования и восприятия информации (*Итак, наконец, таким образом, следовательно*), речевых элементов, направленных на активизацию внимания туристов (*Обратите внимание на ... Вы видите. Перед вами*), а также элементов ретроспекции (*Как я уже говорила. Я уже упоминала о том, что ... В начале нашей экскурсии я рассказывала о том, что ...*) [8: 201]. Обширный круг тем и сфер, обслуживаемых жанром, обуславливает разнообразие как единиц литературного языка, так и терминологии (*аттик, балясины, изразец, зодчество, «Холодная война» и др.*), историзмов (*князь, боярин, кольчуга, верста, лучина и др.*), этнографизмов (*панёва, мазанка, чалыпка и др.*), экзотизмов (*сакура, авеню, бундестаг, конклав и др.*) и т. д.

Контактную экскурсию можно охарактеризовать с точки зрения функционально-структурной классификации. В основании такой классификации находится противопоставление типа структуры жанра, в рамках которой реализуется его цель. При такой классификации учеными выделяется бинарная: простой–сложный, первичный–вторичный, примарный–секундарный (М. М. Бахтин, М. Н. Кожина, А. Г. Баранов, Ст. Гайда, М. Ю. Федосюк и др.) и трехместная оппозиция, противопоставляющая «субжанр»–«жанр»–«гипержанр» / «макрожанр» (К. Ф. Седов, О. А. Казакова, Ф. Л. Косицкая). В рамках данных типологий жанр контактной экскурсии рассматривается как сложный жанр, в структуре которого выделяются простые жанры, или гипержанр, представляющий собой жанровое макрообразование, сопровождающее социально-коммуникативные ситуации и объединяющее в своем составе несколько жанров [10: 33]. М. В. Лиханов выделяет в жанре контактной экскурсии такие жанры, как «приветствие», «экскурсионная инструкция», «информационное сообщение», «экскурсионная метка», «прощание» и др. [1: 17]. Данные жанры существуют и отдель-

но от жанра экскурсии, обслуживая разные сферы человеческой деятельности, но для реализации информирующей и презентационной целей экскурсии трансформируются, соединяются и упорядочиваются, формируя жанровое единство и превращаясь в итоге в отдельный и цельный жанр [1: 17].

С позиции данного подхода мы обращаемся в определенной степени к хронометражу текста индивидуализированной экскурсии в туристическом дискурсе. По мнению Л. Е. Бахваловой, даже на предтекстовом этапе и в письменных экскурсионных текстах «будущий» экскурсант выступает в роли гипотетического идеального обобщенного адресата и является соавтором экскурсионного текста [8: 204]. В ситуации же непосредственного устного экскурсионного общения экскурсия представляет собой взаимодействие адресанта (экскурсовода) и адресата (экскурсанта), то есть процесс или событие, в котором имеет место развитие коммуникации (зачастую спонтанное). В данном случае речь идет об экскурсии как коммуникативном событии, которое является самым масштабным структурным сегментом языкового общения или единицей макроуровня дискурса с точки зрения теории речевых актов. Примерами таких событий, по мнению М. Л. Макарова, могут быть урок в школе, заседание суда, деловое совещание, беседа и т. п. [11: 187]. Экскурсовод в процессе экскурсии «приспосабливается» к коммуникативным возможностям реального адресата, «придает тексту те структурно-динамические формы, которые в наибольшей степени (для данной ситуации и данных участников) способны реализовать их индивидуальные и совместные намерения» [12: 125]. Л. Е. Бахвалова считает, что заложенная в потенциальном («индивидуальном») варианте экскурсионного текста модель взаимоотношений адресанта-экскурсовода и экскурсанта может меняться при смене адресата «идеального» адресата «реальным» (в живом непосредственном экскурсионном общении) [8: 199]. На это обращает внимание и П. Н. Донец, который отмечает полиадресованность экскурсии, в связи с чем заготовленный текст подвергается значительным изменениям в зависимости от состава группы [4: 281]. При этом в силу того что акциональные единицы, традиционно выделяемые в рамках теории речевых актов, слабо учитывают контекст и являются в определенной степени механистичными для анализа процесса реальной коммуникации, для дальнейшего структурирования дискурса нами приняты другие единицы: *речевая стратегия*, *речевая тактика* и *тактический ход* [см.: 13: 253].

Под *стратегией* мы понимаем линию речевого поведения субъекта общения в условиях социального взаимодействия или план коммуникации, направленный на достижение коммуникативной цели и решение задачи общения. Каждая стратегия реализуется с помощью целого комплекса *речевых тактик*, представляющих собой одно или несколько речевых действий, посредством которых говорящий решает конкретную коммуникативную задачу. Их выбор описывается в акциональных единицах – *тактических ходах*, представляющих собой вербальное выражение речевых тактик [14: 206]. Для моделирования коммуникативного события экскурсии важным с точки зрения коммуникативных вкладов его участников мы воспользовались понятием *коммуникативный стиль*, представляющий собой доминирующую манеру общения экскурсовода, которая проявляется в большинстве коммуникативных ситуаций в рамках экскурсии. Данное понятие абстрактное, поэтому его изучение и анализ включают в себя описание типичных речевых стратегий и тактик, с помощью которых оно реализуется.

В настоящее время существует несколько типологий коммуникативных стилей, в основе которых лежат различные критерии. Нами была предложена классификация, включающая 4 коммуникативных стиля экскурсовода: информационный, доминирующий, паритетный, конформистский. Классифицирующими основаниями выступают психологический тип личности экскурсовода, макроинтенция экскурсионной деятельности и функции речи [15: 115–120]. Говоря о целях экскурсионного общения, мы не должны забывать об основных интенциональных направленностях экскурсии, которые исходят из самого определения данного понятия и которым должен следовать экскурсовод. Б. В. Емельянов считает, что экскурсия может совершаться с целью отдыха или иметь следующие возможные функции: учебную, научную, общеобразовательную, культурно-просветительскую, культурно-воспитательную [9: 20]. При этом экскурсовод как коммуникативная личность преследует определённые индивидуальные цели общения и оказывает с их учетом речевое воздействие на адресата в ходе взаимодействия.

Соотношение коммуникативных стилей, макроинтенций экскурсионной деятельности, функций речи и ядерных речевых тактик представлено в табл. 1.

В качестве примера приведем несколько речевых тактик (далее – РТ) экскурсовода и способов их речевого воплощения в разных коммуникативных стилях (табл. 2, 3).

Текстовый материал, представленный в табл. 2 и 3, безусловно, не является исчер-

пывающим примером акционального анализа, поскольку в данном случае мы не обращаемся к полной версии контактной экскурсии. Вводя понятие коммуникативного стиля, мы хотим подчеркнуть его потенциальную продуктивность для изучения дискурсивных фрагментов, соответствующих речевым жанрам. Предлагаемый подход направлен на выявление специфики коммуникации в рамках одного жанра, той специфики, которая обусловлена личностными особенностями субъектов общения. Эти особенности укрупненно могут быть маркированы различными коммуникативными стилями. Для исследования специфики данного рода, мы полагаем, целесообразно

обращаться к динамическим единицам (речевой стратегии и речевой тактике). Основой классификации названных динамических единиц является интенциональность, которая, по нашей мысли, может быть признана «пусковым механизмом» коммуникации.

Таким образом, теория речевых жанров и теория речевых актов позволяют рассматривать контактную экскурсию, с одной стороны, как жанр, а с другой стороны, как коммуникативное событие. Первый подход даёт возможность анализировать вербальную наличность и выявлять специфические лексикограмматические особенности жанра, однако слабо учитывает фактор коммуникативной

Таблица 1 / Table 1

Макроинтенции и функции речи экскурсовода как основания типологии коммуникативных стилей экскурсовода. Соотношение коммуникативных стилей экскурсовода с ядерными речевыми тактиками

Macro intentions and speech functions of the tour guide as the basis of the typology of communication styles of the tour guide. The correlation of the tour guide's communicative styles with dominant speech tactics

Коммуникативный стиль экскурсовода	Макроинтенция	Функция речи (по Виноградову)	Ядерные речевые тактики
Информационный	Информирование	Сообщение	Сообщение необходимой информации, констатация фактов
Доминирующий	Самопрезентация и самоутверждение	Воздействие	Доминирование, самопрезентация, требование, просьба, разрешение
Паритетный	«Диалог с экскурсантом»	Общение	Побуждение, приглашение
Конформистский	Клиентоцентричность	Сообщение + общение	Речевые тактики обратной связи

Таблица 2 / Table 2

РТ приглашения

Speech tactic (ST) of the invitation

Коммуникативный стиль	Речевая тактика приглашения
Информационный	РТ констатации фактов <i>Характеристика:</i> сообщение информации о дальнейших действиях <i>Пример:</i> Сейчас мы ИДЁМ к следующему объекту нашей экскурсии
Доминирующий	РТ требовательного приглашения <i>Характеристика:</i> призыв к дальнейшим действиям, выраженный категоричным императивом <i>Пример:</i> СЛЕДУЙТЕ за мной к следующему объекту нашей экскурсии. Мы ДОЛЖНЫ (НАДО, НЕОБХОДИМО, НУЖНО, СЛЕДУЕТ) посетить
Паритетный	РТ деликатного приглашения <i>Характеристика:</i> побуждение к совместным действиям <i>Пример:</i> ДАВАЙТЕ пройдем к следующему объекту нашей экскурсии
Конформистский	РТ запрашивающего приглашения <i>Характеристика:</i> побуждение к дальнейшим действиям с учетом интересов туристов <i>Пример:</i> ВСЕ, КОМУ ИНТЕРЕСНО, могут подойти вместе со мной к следующему объекту нашей экскурсии

Таблица 3 / Table 3

РТ отказа (реакция на просьбу / предложение туристов, не входящие в планы экскурсии)
Speech tactic (ST) of the refusal (reaction to the request / the offer of the tourists which are not included in the plans of the excursion)

Коммуникативный стиль	Речевая тактика отказа
Информационный	РТ игнорирования <i>Характеристика:</i> сообщение необходимой информации, не предполагающей объяснения причины отказа. <i>Пример:</i> Сейчас мы ИДЁМ в музей
Доминирующий	РТ категоричного отказа <i>Характеристика:</i> отказ, не предполагающий объяснения или компромиссного решения. <i>Пример:</i> Это НЕ ВХОДИТ в нашу программу. Сейчас мы ДОЛЖНЫ идти в музей
Паритетный	РТ отложенного отказа <i>Характеристика:</i> отказ, предполагающий обсуждение позже. <i>Пример:</i> ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ это после посещения музея, если будем укладываться в график ...
Конформистский	РТ компромиссного отказа <i>Характеристика:</i> поиск компромиссного решения. <i>Пример:</i> ХОТЯ это не входит в планы нашей экскурсии, желающие могут вместо посещения музея выбрать другой маршрут по своему усмотрению

процессуальности и динамический характер коммуникации в процессе непосредственного взаимодействия экскурсовода с экскурсантами во время экскурсии. Акциональный или деятельностный подход, в основе которого лежит теория речевых актов, является функционально ориентированным. Он позволяет учитывать перлокутивный эффект и рассматривать экскурсию как коммуникативное событие, в котором имеет место развитие коммуникации (зачастую спонтанное). Оно может быть описано с помощью акциональных единиц, а именно речевых стратегий и тактик, через которые реализуется коммуникативный стиль, представляющий собой типичную / типовую манеру речевых действий экскурсовода. Единицы данного рода представляют собою

ценный материал для собственно лингвистического изучения. Как отмечает С. В. Мкртычян в своей статье «Об альянсе стиля и жанра» [16: 40–47], коммуникативный стиль является абстрактной категорией (свойством коммуникативной деятельности), которая реализуется и конкретизируется посредством речевого жанра, обладающего когнитивно-коммуникативными характеристиками [16: 45]. Иными словами, понятие коммуникативного стиля может рассматриваться как в определённой степени «примиряющее» и объединяющее обе лингвистические теории. Предлагаемый подход соответствует продуктивной современной тенденции интегративности научного знания в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лиханов М. В. Речевой жанр экскурсионной метки: коммуникативно-прагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2019. 28 с.
2. Слезко Ю. В. Феноменологическое пространство туристического дискурса // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2013. № 15. С. 155–162.
3. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса // Вестн. Моск. гос. гуманит. ун-та им. М. А. Шолохова. Филологические науки. 2012. № 2. С. 76–82.
4. Донец П. Н. Экскурсия по городу как жанр дискурса // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ИЦ «Наука», 2009. Вып. 6. Жанр и язык. С. 278–284.
5. Шмелёва Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 88–99.

6. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. 252 с.
7. Демидова Т. В. Фактор адресата как компонент дискурсивной деятельности при «порождении» экскурсионного текста // Проблемы языковой картины мира на современном этапе. Н. Новгород: Изд-во НГПУ, 2006. Вып. 5. С. 92–96.
8. Бахвалова Л. Е. Сравнительный анализ экскурсионной речи в режиме «автор – адресат» // Ярослав. пед. вестн. 2011. № 2, т. 1. С. 199–204.
9. Емельянов Б. В. Экскурсоведение. М.: Советский спорт, 2007. 216 с.
10. Дементьев В. В., Седов К. Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Саратов: Изд-во Саратов. пед. ин-та, 1998. 107 с.
11. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
12. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Речь, 2003. 304 с.

13. Янсон Т. А. Единицы структурирования устного туристического дискурса (терминологический аспект) // Вестн. Твер. гос. ун-та. 2019. № 4 (62). Сер. Филология. С. 251–256.

14. Мкртычян С. В. Стилистика устного делового дискурса. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 316 с.

15. Мкртычян С. В., Янсон Т. А. Основания моделирования коммуникативного стиля экскурсовода в туристическом дискурсе // Вестн. Твер. гос. ун-та. 2019. № 2 (61). Сер. Филология. С. 115–120.

16. Мкртычян С. В. Об альянсе стиля и жанра // Жанры речи. 2015. № 2 (12). С. 40–47.

REFERENCES

1. Lihanov M. V. *Rechevoy zhanr ekskursionnoy metki: kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt* [Speech genre of the excursion label: communicative and pragmatic aspect]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Kemerovo, 2019. 28 p. (in Russian).

2. Slezko Yu. V. Phenomenological space of tourist discourse. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013, no. 15, pp. 155–162 (in Russian).

3. Filatova N. W. Genre space of tourist discourse. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta imeni M. A. Sholohova, Filologicheskie nauki*, 2012, no. 2, pp. 76–82 (in Russian).

4. Donets P. N. The city excursion as a genre of discourse, *Zhanry rechi: sb. nauch. st., vyp. 6. Zhanr i yazyk* [Speech Genres: coll. sci. arts., iss. 6, Genre and Language]. Saratov, ITs “Nauka” Publ., 2009, pp. 278–284 (in Russian).

5. Shmeleva T. V. The model of the speech genre. *Zhanry rechi: sb. nauch. st., vyp. 1* [Speech Genres: coll. of sci. arts., iss. 1]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh” Publ., 1997, pp. 88–99 (in Russian).

6. Sternin I. A. *Vvedenie v rechevoe vozdeystvie* [Introduction to speech influence]. Voronezh, Izd-vo VGU, 2001. 252 p. (in Russian).

7. Demidova T. V. The addressee factor as a component of discursive activity by “generating” an excursion text. *Problemy azykovoy kartiny mira na sovremennom etape* [The Problems of the language picture of the world at the present stage]. Nizhii Novgorod, Izd-vo NGPU, 2006, iss. 5, pp. 92–96 (in Russian).

8. Bahvalova L. E. The Comparative Analysis of the Excursionist’s Speech in Conditions “Author-Recipient”. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 2011, no. 2, no. 1, pp. 199–204 (in Russian).

9. Emelyanov B. V. *Ekskursovedenie* [Tourist guidance]. Moscow, Sovetskiy sport Publ., 2007. 216 p. (in Russian).

10. Dementyev V. V., Sedov K. F. *Sotsiopragmaticheskiy aspekt teorii rechevykh zhanrov* [Sociopragmatic aspect of the “Speech genres” theory]. Saratov, Izd-vo Sarat. ped. in-ta, 1998. 107 p. (in Russian).

11. Makarov M. L. *Osnovy teorii diskursa* [The foundations of the discourse theory]. Moscow, Gnozis Publ., 2003. 280 p. (in Russian).

12. Dotsenko E. L. *Psihologiya manipulyatsii: fenomeny, mehanizmy i zaschita* [Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms, and protection]. Moscow, Rech Publ., 2003. 304 p. (in Russian).

13. Yanson T. A. The Units of oral tourist discourse structuring (terminological aspect). *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 2019, no. 4 (62), pp. 251–256 (in Russian).

14. Mkrtychian S. V. *Stilistika ustnogo delovogo diskursa* [Stylistics of verbal business discourse: monograph]. Tver, Tverskoy gosudarstvennyy universitet Publ., 2011. 316 p. (in Russian).

15. Mkrtychian S. V., Yanson T. A. The Base of the modelling of communicative style of the tour guide in tourist discourse. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 2019, no. 2 (61), pp. 115–120 (in Russian).

16. Mkrtychian S. V. On style-genre partnership. *Speech Genres*, 2015, no. 2 (12), pp. 40–47 (in Russian).

Поступила в редакцию 28.02.2020 / После рецензирования 28.04.2020 / Принята 23.06.2020

Received 28.02.2020 / Revised 28.04.2020 / Accepted 23.06.2020