

## КОМПЛЕКС ВПРАВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ-МЕНЕДЖЕРІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»

Л.Є.Шевніна

(старший викладач, Інститут іноземних мов Класичного приватного  
університету м. Запоріжжя)

*В статті пропонується комплекс вправ для формування мовної компетенції студентів-менеджерів спеціальності «Туризм» на основі жанрової матриці.*

*The article deals with complexes of activities designed to shape genre competence while training would-be managers in the sphere of "Tourism". The author explores on the notion of the genre matrix.*

При формуванні професійної комунікативної компетенції студентів-менеджерів спеціальності «Туризм» необхідною постає реалізація жанрового підходу, який є одним із різновидів когнітивно-комунікативного принципу в методиці навчання ділового спілкування. Він передбачає знайомство студентів зі зразками жанру, специфічними для сфери туризму.

Ми визначаємо професійну жанрову компетенцію як знання студентами комунікативних цілей, макроструктур і мовних особливостей текстів, характерних для цього регістру, та вміння продукувати власні тексти (1, 91). Жанровою компетенцією студентів немовного ВНЗ є дотримання таких комунікативних норм: об'єктивне відображення змісту соціальної ситуації, відповідність між складом інформації та типом висловлювання, використання розмовних формул – сталих зворотів, словосполучень, мовних зразків, термінів.

Мета цієї статті – презентувати комплекс вправ, на базі яких можливе формування вмінь і навичок створення усних і письмових текстів різних жанрів за мінімальний, обмежений термін навчання.

При формуванні професійної жанрової компетенції необхідно брати до уваги той факт, що у свідомості носія мови жанри існують у вигляді фреймів, сценаріїв, які є інструкцією у ситуації професійного спілкування. З погляду когнітології жанровий стереотип, чи жанровий фрейм, – це форма існування жанрів у свідомості. Власне жанровий фрейм визначає здійснення, оформлення та порядок мовних дій. Чим більше стереотипів існує у свідомості мовної особистості, тим вищий рівень її комунікативної компетенції у сфері професійного спілкування.

На основі вищезазначеного ми вважаємо, що жанр (фрейм) презентує особливу стереотипну ситуацію і містить у собі обов'язкові компоненти (слоти): учасники ситуації, стосунки між ними, функції тексту, тема, предмет мовлення, текстовий матеріал, уявлення і вираження, код, тобто компонентами фрейму постають ознаки жанру. Основу жанрового фрейму становить певний інваріантний набір текстової структури, що є загальним для текстів відповідного жанру та не залежить від мови. Ми називаємо його **жанровою матрицею (ЖМ)**.

Загальновідомо, що робота над фреймом включає такі етапи: репрезентація фреймової структури, етап її опрацювання та етап формування ментальної схеми фрейму. У зв'язку з цим ми переглянули зміст традиційних етапів формування вмінь і навичок: ознайомлення, тренування та вживання.

Отже, формування жанрової компетенції відбувається на трьох етапах: **репрезентація** структури жанрового фрейму, **партикуляція** (конкретизація) ЖМ та **формування ментальної схеми** фрейму. На першому етапі відбувається презентація структури жанрового фрейму та формування орієнтовної основи дій зі складання ЖМ. Другий етап передбачає конкретизацію структури жанрового фрейму і формування навичок зв'язного висловлювання. Третій етап включає самостійне складання текстів жанрів цього регістру.

Розроблений нами комплекс вправ представлений трьома групами вправ, він забезпечує поетапне засвоєння матеріалу у процесі створення жанрів спілкування. У річищі когнітивно-комунікативного підходу комплекс вправ спрямований на вирішення когнітивних, комунікативних та мовних завдань, і залежно від етапу одне із завдань стає головним. У процесі комунікації жодне із завдань не виконується окремо від вирішення супутніх задач. Превалюють комунікативні завдання, оскільки комплекс призначається для формування мовних навичок, що є невід'ємним компонентом умінь іншомовного ділового спілкування. Тому, слідом за І.В.Баценко (2) та Т.Н.Корж (3; 4), ми виділяємо у своїй класифікації такі вправи: когнітивно-комунікативні, лінгво-когнітивні, комунікативно-когнітивні.

На першому етапі виконуються когнітивно-комунікативні вправи, під якими ми розуміємо мовні дії, спрямовані на формування первинних когнітивних знань про структуру жанрового фрейму та формування орієнтовної основи дій зі складання жанрової матриці. Основними вправами є вправи на

асоціацію, семантизацію лексичного наповнення жанрового фрейму, а також на розвиток навичок визначення структури жанрової матриці, стратегій і тактик побудови текстів різних жанрів.

На другому етапі використовуються лінгво-когнітивні вправи, спрямовані на конкретизацію структури жанрового фрейму та засвоєння мовних особливостей текстів цього регістру, а також ті, що формують навички зв'язного висловлювання. Основні види вправ: категоризуючі та комбінуючі. Категоризуючі вправи пов'язані з класифікацією, групуванням, розподілом мовних одиниць за категоріями, визначенням схожих і відмінних характеристик. Комбінуючі вправи спрямовані на вибір та відтворення мовних одиниць, їх сполучуваність, трансформацію і репродукцію.

Третій тип вправ – комунікативно-когнітивні – розвиває вміння самостійного складання текстів жанрів певного регістру з використанням жанрової матриці. Вправи цього типу є інтерактивними та креативними з елементами проектної методики. Студенти складають власний текст за допомогою жанрової матриці.

Наведемо приклад комплексу вправ для кожної з трьох груп для формування жанрової компетенції у рекламі.

### Комплекс вправ для навчання написання рекламного оголошення

#### I. Група вправ для ознайомлення зі структурою ЖМ, стратегіями та тактиками побудови жанрів цього регістру

##### Вправа 1.

**Мета:** актуалізувати фонові знання про фреймову структуру, введення лексичних одиниць, що підлягають вивченню та входять у цю фреймову структуру.

##### Інструкція:

*The diagram below contains empty boxes for you to fill in. What facts does information about hotels usually contain? Think over this question and discuss with the class what possible information you could fill in the diagram.*

**Режим виконання:** «мозковий штурм», складання лексичної карти теми, жорсткий контроль з боку викладача.

##### Вправа 2.

**Мета:** ознайомити студентів зі структурою ЖМ.

##### Інструкція:

*Every advertisement is built according to the formula AIDA (attention, interest, desire, action). Think and decide what the matrix of the text of the advertisement looks like according to this formula.*

##### Приклад

Attention	The title
Interest	The slogan
Desire	The body
Action	The conclusion (optional)

**Режим виконання:** у мікрогрупах, з викладачем, усно.

##### Вправа 3.

**Мета:** формування навички визначення структури ЖМ.

##### Інструкція:

*Look at the text of the advertisement and define the structural elements of the advertisement.*

**Режим виконання:** у мікрогрупах, з викладачем, усно.

##### Вправа 4.

**Мета:** ознайомити студентів зі стратегіями й тактиками розгортання рекламного тексту.

##### Інструкція:

*What makes a successful advertisement? Think and answer the questions to work out the strategies and tactics of writing the advertisement. Compare your ideas with the answers in the table given by the teacher.*

1. What can attract attention in the advertisement?
2. What can call the reader's attention?
3. What can arouse the desire to buy the product?
4. What can make the customer buy the product?

##### Вправа 5.

**Мета:** формування навички визначення стратегій і тактик розгортання рекламного тексту.

##### Інструкція:

Look at the text of the advertisement in exercise 3 and define the strategies and tactics used to write the advertisement.

**II. Група вправ для формування лексико-граматичних мовних навичок та навичок побудови зв'язного тексту**

**1. Підгрупа вправ для формування лексичних навичок**

**Вправа 1.1.**

**Мета:** формування лексичних навичок.

**Інструкція:**

Put the words given below into the following categories: *types of accommodation, room types, facilities, adjectives to describe accommodation and facilities*

Golf-course, comfortable, elegant, swimming-pool, resort hotel, campsite, attractive, simple, double, restaurant, cabin, luxurious, suite, tent, parking, lounge, splendid, lodge, superb, conferences, lovely, single, fitness-centre.

**Вправа 1.2.**

**Інструкція:**

a) Match the adjectives with the nouns. Make as many variants as possible.

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 1. spacious  | a. hotel         |
| 2. gorgeous  | b. view          |
| 3. attentive | c. staff         |
| 4. courteous | d. service       |
| 5. superb    | e. entertainment |
| 6. ...       | f. atmosphere    |
| 7. ...       |                  |

b) Make a list of alternative adjectives, which can be used to describe these nouns.

**Вправа 1.3.**

**Інструкція:**

a) Match the figures and the letters to make hotel facilities

- |            |                  |
|------------|------------------|
| 1. central | e. heating       |
| 2. outdoor | f. center        |
| 3. ...     | g. swimming pool |
| 4. ...     | h. ...           |

b) Add to the list as many hotel facilities as you can.

**Вправа 1.4.**

Close Test

**Інструкція:**

Fill in the gaps using the words given below.

**2. Підгрупа вправ для формування граматичних навичок**

**Вправа 2.1.**

**Мета:** формування граматичних навичок.

**Інструкція:**

Make up one sentence out of two, using Participle II

- The Hilton is a 5 star hotel. It is located in the city centre.
- There are two conference rooms. They are all equipped with hi-tech equipment.
- ...

**Вправа 2.2.**

**Інструкція:**

Make up sentences from the words given below

- boasts /views /The Manor House /tranquil /rooms /each/ luxury /mountain /stylishly /with /mountain /or /furnished /garden
- city/ The Desert Palms Resort /and/the/ in /of /to reside /beauty /Alice Spring /scenic /place /is /the/ wonderful /enjoy /a
- ...

**3. Підгрупа вправ для формування навичок побудови зв'язного тексту**

**Вправа 3.1**

**Мета:** формування навичок побудови зв'язного тексту.

**Інструкція:**

Match the parts of the sentences. Match the numbers with the letters.

- The hotel is conveniently located in the very centre of the city
- Today the Atrium hotel is not only one of the main business centres of Ekaterinburg

3. ...

- a) but also a favourite entertainment place for both local people and visitors of the city.  
 b) near to the main governmental institutions, office blocks and entertainment facilities.  
 c) ...

**Вправа 3.2.****Інструкція:**

*Put the parts of the advertisement in the correct order*

**III. Група вправ для розвитку навичок самостійного написання рекламного тексту****Вправа 1.1.**

**Мета:** розвиток умінь написання реклами з використанням ЖМ.

**Інструкція:**

*Look at the text of the advertisement given below. Find mistake and drawbacks in it. Suggest your ideas to improve it.*

**Вправа 1.2.****Інструкція:**

*Read the body of the advertisement and work out the title and the slogan*

**Вправа 1.3.****Інструкція:**

*Read the information about the hotel and fill in the table*

1. <b>увага</b> назва	
2. <b>інтерес</b> Рекламний зачин	
3. <b>бажання</b> Основний текст	
4. <b>дія</b> Заключна частина	

**Режим виконання:** вправа виконується разом з викладачем; розмірковуючи уголос та аналізуючи інформацію, студенти заповнюють таблицю-матрицю. Письмово, під керівництвом викладача, жорстке керування з його боку.

**Вправа 1.4.****Інструкція:**

*Work in pairs. Using the table write the hotel advertisement.*

**Вправа 1.5.****Інструкція:**

*Read your advertisement to the class. Let the class comment on it stating its strong and weak points.*

**Вправа 1.6.****Інструкція:**

*Think of your hotel and write your hotel advertisement.*

Поданий комплекс вправ є моделлю формування професійної жанрової компетенції. Завдання варіюються залежно від ознак жанрів цієї сфери (комунікативної мети, учасників спілкування, місця, мовного змісту). Під час формування умінь та навичок третій етап виноситься за межі аудиторних занять і студенти одержують домашні завдання з написання різних документів, що входять до репертуару професійних жанрів студентів-менеджерів спеціальності «Туризм».

1. Шевніна Л.Є. Формування жанрової компетенції студентів-менеджерів сфери туристичного і готельного обслуговування // Держава та регіони. Сб. наук. праць. Гуманітарний університет «ЗІДМУ». Серія: Гуманітарні науки. – 2007. – № 3.
2. Баценко И.В. Формирование у студентов неязыкового вуза иноязычного лексикона (на материале английского языка): Автореф. ... дисс. канд. пед. наук. – Мн., 2003.
3. Корж Т.Н. Комплекс упражнений по обучению аннотированию профессионально ориентированных текстов с использованием текстовой матрицы // Иноземні мови. – К., 2006. – № 3.
4. Корж Т.Н. Навчання студентів вищих навчальних закладів анутовання англійських професійно-орієнтованих текстів: Автореф. дис... канд. пед. наук. – К., 2008.