

8. Мерхаба С. Понятие коммуникации и её место в антропологии Карла Ясперса [Електронний ресурс] / С. Мерхаба // Молодой учёный, 2011. – № 7. – Т. 1. – С. 128–132. – Режим доступу : <http://www.moluch.ru/archive/30/3462/>
9. Парасюк Оксана. Мультикультуралізм як соціокультурний феномен [Електронний ресурс] / Оксана Парасюк. – Режим доступу : <http://naub.ua.edu.ua/2013/multykulturalizm-yak-sotsiokulturnyj-fenomen/>
10. Почебут Л. Г. Кросс-культурная и этническая психология / Л. Г. Почебут. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 336 с.
11. Ситникова Ирина Олеговна. Система языковых средств аргументации и воздействия на адресата в философских трудах Мартина Хайдеггера / Ирина Олеговна Ситникова : дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – Санкт-Петербург, 2003. – 162 с.
12. Ситниченко Л. А. Комуникативно-діалогічна концепція ідентичності в контексті сучасних філософських дискусій [Електронний ресурс] / Л. А. Ситниченко // Мультиверсум. Філософський альманах. – К. : Центр духовної культури, 2005. – № 48. – Режим доступу : http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_48/Sytmychenko.htm
13. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. – М. : УРСС Эдиториал, 2007. – 257 с.
14. Тейлор Ч. Джерела себе: творення новочасної ідентичності: пер. з англ. / Ч. Тейлор ; заг. ред. пер. з англ. А. Васильченко ; Національний ун-т «Києво-Могилянська академія». Центр європейських гуманітарних досліджень. – К. : Дух і літера, 2005. – 691 с.
15. Тейлор Ч. Етика автентичності / Ч. Тейлор ; пер. А. Васильченко. – К. : Дух і літера, 2002. – 128 с.
16. Тейлор Ч. Мультикультуралізм і «Політика визнання» / Ч. Тейлор ; пер. з англ. Р. Й. Димерець ; ред. з комент. Е. Гутман [та ін.]. – К. : Альтерпрес, 2004. – 172 с. – (Сучасна гуманітарна бібліотека).
17. Хайдеггер М. Путь к языку / Хайдеггер М. Время и выступление. – М. : Республика, 1993. – 447 с. – С. 259–273.
18. Хайдеггер Мартин. Язык : пер. и прим. Б.В.Маркова / Хайдеггер Мартин. – С.-Петербург : ЛО Всесоюзный благотворительный фонд «Интеллект», 1991. – 20 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://lib.ru/HEIDEGGER/yazyk.txt>
19. Jaspers K. Philosophie. – Berlin, 1956. – Bd. 2. – Berlin, Göttingen, Heidelberg. – 202 S.
20. Jaspers K. Die geistige Situation der Zeit. – Berlin; Leipzig, 1932.
21. Heinrich D. Über Selbstbewußtsein und Selbsterhaltung / Heinrich D. Selbstverhältnisse. – Stuttgart : Reclam, 1993. – 221 S. – S. 109–131.

УДК 378.147:811.111

Н. М. Рекун,*Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ*

ЛІНГВО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Стаття присвячена аналізу лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, які впливають на методичні аспекти навчання англійської мови для туризму. Представлено типологію туристичних термінів, визначено прийоми їх семантизації, укладено відповідні методичні рекомендації.

Ключові слова: зміст навчання, лінгвістичний аспект, дискурс, лексика, туристична термінологія, семантизація.

Статья посвящена анализу лингвистических и экстралингвистических факторов, которые влияют на методические аспекты обучения английскому языку для туризма. Представлена типология туристических терминов, определены приемы их семантизации, составлены соответствующие методические рекомендации.

Ключевые слова: содержание обучения, лингвистический аспект, дискурс, лексика, туристическая терминология, семантизация.

The article analyzes the linguistic and extralinguistic factors which affect the methodological aspects of teaching English for Tourism. The typology of tourist terms is exposed, the techniques of their semantization are defined, the methodological guidelines are developed.

Key words: content of learning, linguistic aspect, discourse, lexis, tourist terminology, semantization.

Вирішення завдання професійної іншомовної підготовки фахівців туризму передбачає дослідження так званої підмови спеціальності, яка обслуговує туристичну сферу діяльності, забезпечуючи в ній усну та письмову мовну комунікацію для досягнення професійно значущих цілей. Термін підмова туризму вживається для позначення сукупності мовних, переважно лексичних, засобів, що використовуються в текстах однієї тематики. Успішна підготовка з англійської мови фахівців сфери туризму потребує обов'язкового оволодіння підмовою спеціальності, що ґрунтується на специфічній системі термінів.

Проблема підготовки фахівців сфери туризму в контексті ефективного оволодіння ними туристичним термінологічним апаратом вже стала об'єктом уваги філологів, соціолінгвістів, методистів (О. Н. Вержанська, Н. К. Іванова, Т. Н. Лагута, О. Н. Масленнікова, І. В. Процик та інші). На рівні дисертаційних досліджень Е. Т. Белан (2009) та Л. В. Виноградовою (2011) проведено лінгвістичний аналіз термінології туризму англійської та російської мови у синхронному та діахронному аспектах. У роботах О. В. Скібіцької систематизовано оптимальні шляхи перекладу безеквівалентної лексики в туристичних Інтернет-текстах на українську мову, О. С. Насонову, Ю. В. Привалову (2013) актуалізовані питання особливостей перекладу рекламних текстів з туризму, А. Ю. Чуфарлічевою (2010) розроблено методiku навчання створення англійськомовних туристичних проектів майбутніми менеджерами туризму. Слідом за науковими пошуками Г. Денна (1996), А. Яворські (2003), Г. Каппеллі (2006), Д. Брайса (2007), Р. Фокс (2008) продовжено вивчення соціолінгвістичної складової туристичного дискурсу та перспектив розвитку міждисциплінарного потенціалу мови туризму. Не зважаючи на пошук інтересу серед науковців до сфери туристичного обслуговування та термінології туризму проблема якісної іншомовної підготовки фахівців туристичної галузі потребує подальшої розробки та залишається актуальною як в лінгвістичному, так і в методичному планах.

Отже, метою статті є аналіз особливостей викладання англійської мови для фахівців туристичної сфери у контексті лінгвістичного та методичного аспектів такого професійно спрямованого навчання. Конкретизованими завданнями дослідження, що пропонується, є такі: аналіз лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів впливу на процес іншомовної підготовки фахівців туризму; визначення специфіки відбору лінгвістичного компоненту змісту навчання англійської мови для туризму; розробка відповідних методичних рекомендацій.

Для вирішення поставлених завдань були узагальнені ті *новітні тенденції* в сучасному освітньому просторі України, які зумовлюють необхідність оновлення та удосконалення процесу професійної іншомовної підготовки фахівців з туризму. Стисло окреслимо низку таких чинників:

- підвищення мотивації щодо вивчення англійської мови як мови міжнародного туризму та розширення цільової аудиторії тих, хто її вивчає, як серед фахівців галузі, так і серед туристів;
- поява нових форм організації професійної іншомовної підготовки для підвищення кваліфікації туристичних кадрів на місцях;
- вихід специфічних туристичних термінів та понять за межі вузької професійної групи, їх використання як спеціалістами в галузі туризму, так і користувачами туристичних послуг;
- широке застосування зразків туристичного дискурсу на Інтернет-сторінках та в ЗМІ;
- потреба в оновленні предметного змісту через стрімкий розвиток туристичної терміносистеми як в англійській, так і в українській мовах;
- розширення функцій туристичного дискурсу від комунікативної та інформативної до прагматичної функції текстів рекламного характеру;
- збільшення значення соціокультурного потенціалу мови туризму для побудови успішного діалогу культур у процесі міжкультурної інтеграції.

На нашу думку, методично доцільним з точки зору організації професійної іншомовної підготовки є виокремлення специфічних *етапів навчання*, кожен з яких має своє завдання та дозволяє конструювати курс англійської мови для туризму на основі загальнодидактичних принципів посильності, доступності, системності та послідовності:

- 1) *підготовчий*, метою якого є накопичення базових фонових знань зі спеціальності, у тому числі лінгвістичних;
- 2) *основний*, із завданням формування лінгвістичних навичок в усіх видах мовленнєвої діяльності для комунікації за широким колом питань; накопичення фонових лінгвосоціокультурних знань з суміжних дисциплін (історії, географії, культури, мистецтва, економіки, юриспруденції);
- 3) *просунутий*, організований з метою удосконалення набутих лінгвістичних навичок спілкування у вузькопрофесійних ситуаціях робочого середовища; формування навичок користування стратегіями «навчання протягом життя».

При укладанні професійно орієнтованих курсів іноземної мови принциповою є правильна послідовність відбору компонентів змісту навчання. Визначення комунікативного компоненту на основі аналізу потреб уможливує перехід до відбору на рівні текстів та мовного інвентарю, які складають *лінгвістичний аспект* змісту. Процедура передбачає відбір із аутентичних джерел та укладання моделей дискурсів, створення на їх основі навчальних текстів для письмового та усного мовлення та переліка основних мовних функцій та одиниць [8, с. 46–47]. Відбір моделей туристичного дискурсу має свою чергу співвідноситись із завданнями визначених вище етапів професійного іншомовного навчання.

На сучасному етапі розвитку міжнародного туризму спеціальна туристична лексика переживає неологічний бум, пов'язаний з низкою *лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів*. За нових соціоекономічних та соціокультурних умов, притаманних українському суспільству, з'явилося як нове наповнення поняття «туризм», так і нова лексика для позначення реалій туристичного сервісу. Велика Британія вважається країною, яка започаткувала туризм як економічну діяльність, тому при розвитку терміносистем різних національних мов в якості мови-донора активно виступає саме англійська [2, с.5]. У період після перебудови виникло багато туристичних компаній, але термінологічний апарат для рекламування турпродукту був відсутній та включав реалії, яких не існувало в українському середовищі. Отже, з'явилася тенденція запозичення англійського термінологічного шару лексики/англіцизмів, яким властивий інтернаціональний характер (*бекпекер, готель'єр, трансфер, хостел*) [2, с. 19]. З іншого боку, англійська мова активно продовжує фіксувати нові позначання в сфері диференційованого туризму з його розмаїттям потреб, чим спричинює появу англійських неологізмів (*architourism, poorism, weather tourists, voluntourists, transumers, daycation, mancation*) [3].

Наступним фактором, що потребує уточнення, є лінгвістична типологія туристичних термінів, яка широко використовується в туристичному дискурсі. По-перше, це позичені з англійської мови терміни для позначення реалій, які ніколи не існували в Україні, а саме запозичення отримані шляхом калькування, транскрипції і транслітерації (*тур, дайвінг, рафтинг, сноубординг*) та варваризми (*Executive Suite, Super Deluxe, Studio*). До другої групи належать запозичення нових термінів для вже існуючих старих понять з причини їх престижності та моди. За визначенням О.Є. Сафонової, вони є різновидом піджин-інгліш (прайс-лист – преїскуррант; шопінг-тур – поїздка за покупками; сервіс – обслуговування; фешенебельні – модні; сателітна – супутникова). Третю групу складають туристичні терміни-кліше, властиві тільки російськомовним та україномовним туристичним текстам. У цьому випадку застосовується конвенціональна лексика, але їй надається конкретний зміст (*палаючі нутівки/гарячі пропозиції*, британський термін – *late deals*, американський – *last-minute specials*) [6, с.70–73].

Дослідники відзначають, що вітчизняна термінологія з міжнародного туризму знаходиться на донауковому етапі свого розвитку, про що свідчать такі явища як розгалужена синонімія термінів, велика кількість запозичень, наявність багатослівних словосполучень, в яких атрибутивні компоненти можуть мати від 2 до 11 елементів, наявність квазітермінів, передтермінів і довгих псевдотермінів (*екскурсія уздовж морського узбережжя на водному транспорті; потяг для екскурсантів за зниженим тарифом; персонал готелю, який безпосередньо спілкується з гостями*) [1, с. 24].

При відборі моделей туристичного дискурсу слід враховувати низку чинників, які полегшуватимуть або ж навпаки ускладнюватимуть процес засвоєння туристичної лексики. Так з методичної точки зору позитивним є той факт, що термінолексичні туризму властива значна кількість загальноживаних слів. Явища термінологізації слів загальноживаної мови та детермінологізації спеціальної туристичної лексики виявляються тими факторами, які дозволяють швидше та ефективніше засвоювати нову терміносистему вже на підготовчому етапі професійного іншомовного навчання. З іншого боку, розуміння безлічі аутентичних туристичних текстів вимагає від фахівців ґрунтовних знань у сфері туризму та суміжних галузей, а також знань про соціокультурні реалії. У багатьох випадках для туристичного дискурсу характерною є безеквівалентна лексика, тобто культурно-специфічні лексичні одиниці, які позначають об'єкти повсякденної діяльності, мистецтва, культури, традицій, звичаїв. Принцип наявності країнознавчого та соціокультурного потенціалу є обов'язковим у процесі відбору усіх груп туристичних текстів (інформативних, соціально-побутових, художніх, навчальних) [10, с. 89], що робить навчальний матеріал більш важким для засвоєння на початковому етапі, однак повною мірою відповідає завданням основного та просунутого етапів професійного іншомовного навчання.

Для вивчення туристичної лексики більшість *приймів семантизації* виявляється прийнятною, однак слід зумовлювати їх вибір етапом навчання, рівнем знань загальноживаної лексики, накопиченим словниковим запасом. Окремі прийоми семантизації мають при вивченні термінології свої особливості [4, с.3]. Явище синонімії є характерним для ранніх етапів формування термінологічної системи, його рівень є відносно високим як в англійській, так і в українській мовах. Ми вважаємо, що синонімія як прийом семантизації саме лексики туризму він має великий методичний потенціал:

administrator – receptionist (адміністратор); stewardess – cabin girl (покоївка); second class – economy class (другий клас); accommodation – room (кімната) [1, с.19-20]. Ефективними прийомами семантизації туристичних термінів є також використання антонімів (*зліт – посадка, в'їзний – виїзний, прибувати – відправлятися, зареєструватися у готелі – виписатися з готелю*), віднесення до родового слова / певної лексичної групи, не коментуючи ознак, які відрізняють предмет, названий цим словом, від предметів, названих іншими словами тієї ж групи (*мотель – вид готеля; яхта – вид водного транспорту; метрдотель – працівник ресторану; люкс – вид номеру в готелі*), перерахування слів, які позначають частини того, що позначено словом, яке семантизують (*клас – перший, бізнес, економ; рейс – міжнародний, чартерний, внутрішній*). Одним з найважливіших прийомів є опис, що може мати форму логічної дефініції, пояснення за допомогою словосполучення, простого речення або коментаря, тобто невеликого пояснювального тексту [5, с. 26]. Описовий переклад як найбільш вживаний прийом при перекладі безеквівалентних лексичних одиниць терміносистеми сфери туризму (*tax free – система часткового повернення податку на додану вартість в ряді країн при купівлі та вивозі товару іноземцями*) [7], має широко використовуватись для вирішення завдань основного та просунутого етапів навчання.

Сформулюємо низку висновків у формі *методичних рекомендацій* щодо текстів та мовного інвентарю курсу англійської мови для туризму з урахуванням етапів професійного іншомовного навчання.

1. На підготовчому етапі доцільно використовувати потенціал термінологізованої лексики із загальнонавчальної англійської мови. В основу відбору моделей дискурсу слід покласти туристичну лексику науково-популярних текстів публіцистичного стилю. Бажано уникати текстів перенасичених безеквівалентною лексикою або описами культурних реалій.

2. Варто використовувати потенціал українських туристичних термінів, запозичених з англійської мови (англіцизмів), як бази для формування потенційного словника вже з підготовчого етапу. Англійські псевдотерміни та багатослівні словосполучення з великою кількістю атрибутивних компонентів рекомендовано включати до словників-мінімумів не раніше основного етапу.

3. На основному етапі відбір усіх груп туристичної лексики бажано проводити на основі аутентичних текстів з туризму (інформативних, соціально-побутових, художніх, навчальних) та суміжних дисциплін (історії, географії, культури, мистецтва, економіки, юриспруденції).

4. На просунутому етапі слід зміщувати акценти на соціокультурний аспект, у текстах може переважати безеквівалентна лексика та інформація краєзнавчого характеру. В основу відбору зразків туристичного дискурсу рекомендовано покласти вузькоспеціалізовану лексику фахової літератури.

5. На усіх етапах для семантизації туристичної лексики прийнятними є варіативні прийоми, а саме використання наочності, перекладу, синонімів, антонімів, віднесення до родового слова, перерахування, опис у формі дефініції, пояснення або коментаря.

Таким чином, визначення особливостей наповнення лінгвістичного компоненту змісту навчання англійської мови для туризму має стати підґрунтям для подальшої розробки навчально-методичних комплексів, орієнтованих на різні цільові аудиторії та варіативні моделі організації професійної іншомовної підготовки фахівців туристичної галузі.

Література:

1. Белан Э. Т. Особенности формирования новых терминосистем (на материале английской и русской терминологий международного туризма): автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Э. Т. Белан. – М., 2009. – 29 с.
2. Виноградова Л. В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Л. В. Виноградова. – Великий Новгород, 2011. – 22 с.
3. Иванова Н. К. Некоторые особенности современной терминологии туристики или к чему еще может/должен быть готов культуролог [Электронный ресурс] / Н. К. Иванова, О. Н. Масленникова. – Режим доступа : <http://www.isuct.ru/e-publ/gum/en/node/713>
4. Лагута Т. Н. Изучение туристической лексики в курсе русского языка как иностранного [Электронный ресурс] / Т. Н. Лагута, О. Н. Вержанская. – Режим доступа : <http://uapryal.com.ua/training/laguta-t-n-verzhanskaya-o-n-izuchenieturisticheskoy>
5. Процик І. В. Презентація нової лексики в лінгводидактиці для чужоземців / І. Процик // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2007. – Вип. 2. – С. 24–30.
6. Сафонова О. Е. Английский лингвистический компонент в языковой ситуации современной России / О. Е. Сафонова // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Вып. 2. – Воронеж, 2000. – С. 68
7. Скібіцька О. В. Деякі аспекти перекладу англійської туристичної лексики [Електронний ресурс] / О. В. Скібіцька. – Режим доступа : <http://www.stationline.org.ua/filologiya/87/15706-deyakiaspektiperekladu>
8. Тарнопольський О. Б. Методика обучения английскому языку для делового общения : Учебное пособие / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. – К. : Ленвіт, 2004. – 192 с.
9. Чуфарлічева А. Ю. Методика навчання майбутніх менеджерів туризму створення англомовних туристичних проектів : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / А. Ю. Чуфарлічева. – Київ, 2010. – 329 с.
10. Fox R. English in Tourism : A Sociolinguistic Perspective / R. Fox // Tourism and Hospitality Management. An International Journal of Multidisciplinary Research for South-Eastern Europe. – Opatija, Vienna, Thessaloniki, 2008. – Vol. 14. – No. 1. – Pp. 13–22.

УДК 371.15+327

О. В. Сніговська,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

ПРОФЕСІЙНА ІНШОМОВНА ПІДГОТОВКА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

У статті розглянуто професійну іншомовну підготовку як структурний елемент системи формування міжкультурної компетентності студентів в аспекті кваліфікаційних орієнтирів бакалаврів, які навчаються за спеціальністю «Міжнародні відносини». Охарактеризовані сучасні напрямки професійної іншомовної підготовки представників соціономічної галузі діяльності, а також шляхи і засоби удосконалення кваліфікаційної системи професійної компетентності фахівців з урахуванням особливостей впровадження фасилітаційного супроводу в навчально-виховний процес ВНЗ в контексті становлення їх міжкультурної компетентності.

Ключові слова: професійна іншомовна підготовка, іноземна мова, фасилітаційний супровід, міжкультурна компетентність, майбутні фахівці з міжнародних відносин.