

МУЛЬТИКУЛЬТУРНА ОБІЗНАНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНОМУ СТАНОВЛЕННІ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Доц., канд. філол. наук Г.В. Василенко

*Національний університет «Запорізька Політехніка», м. Запоріжжя,
Україна*

На сучасному етапі розвитку суспільства міжкультурні контакти стають доволі інтенсивними. Це явище особливо притаманне туристичній галузі, яка значно виросла за останні десятиліття і потребує фахівців, здатних ефективно працювати в мультикультурних середовищах. Основним чинником формування мультикультурної обізнаності є знання іноземних мов. Майбутнім менеджерам туризму належить мати дійсно добрі міжкультурні і мовні вміння для того, щоб успішно реалізуватися в обраній ними професії. Цивілізаційні зміни глобального характеру накладають свій відбиток на методiku викладання іноземної мови в галузі туризму та на процес її засвоєння студентами.

Певний вплив як на розвиток туризму, так і на викладання іноземної мови в цій галузі мало поширення інтернету та технологій. Останні тенденції викладання англійської для спеціальних цілей, зокрема включають такі форми: онлайн навчання, дистанційне навчання, мобільне навчання, змішані форми, створення і поширення контенту, гейміфікація тощо. При цьому зростає потреба в комплексних соціальних і когнітивних вміннях, коли вживається не лише англійська, а й рідна та інші мови, посилюється ступінь взаємодії між вчителем і студентом, важливе місце посідає всепоглинаюче навчання (*embodied learning*), коли учні мають бути задіяні емоційно, інтелектуально, фізично і соціально. Набуває ваги питання підтримки особливих потреб учнів, викликаних необхідністю глокалізації в умовах глобалізації [1].

Комунікація більше не вважається метою, а розглядається як знаряддя для участі в соціально важливих видах діяльності у повсякденних і професійних умовах буття. Метою стає розвиток багатомовної компетентності для роботи в мультилінгвальному середовищі, де англійська мова відіграє роль посередника в цьому процесі [2, р. 138]. Спираючись на власний досвід викладання та публікації останніх років, маємо на меті висвітлити два основні аспекти формування мультикультурної обізнаності майбутніх фахівців туристичної галузі, а саме: іншомовна професійна компетентність та міжкультурна освіченість.

Іноземна мова для туризму включає ряд особливостей, які слід враховувати в навчальному процесі, а саме: специфіка туристичної лексики і термінології, зокрема природна комбінаторика слів у словосполученні, поширені ідіоми та фразеологізми; мова тексту туристичної брошури чи екскурсії, його насиченість топонімами, власними

іменами, етнокультурними реаліями, описовими формами з позитивною семантикою; граматики в контексті туризму з акцентом на тих структурах і явищах, що мають частотність і значущість у практичному вжитку; етикет спілкування в ситуаціях професійної сфери; вміння досягати комунікативних цілей.

Так, практика викладання доводить, що суттєво знати й розуміти сполучуваність слів, аби уникнути інтерференції рідної мови у формі невірного калькування та невластивого іноземній мові слововживання. Вміння знаходити і правильно вживати словосполучки та слова дає змогу ясно й дохідливо висловити думку, описати ситуацію чи подію. Словниковий запас студента також має постійно збагачуватися, мовлення ставати цікавішим, змістовнішим, таким, що відображає індивідуальність мовця, коли набувається вміння уникати частого вживання нейтральної повсякденної лексики, а натомість формується і розвивається навичка вживання стилістичних синонімів, експресивних порівнянь, вірного порядку означень в атрибутивному словосполученні.

Майбутнім фахівцям туристичної галузі потрібно добре засвоїти притаманні описовому туристичному тексту стилістичні особливості, які, зокрема, включають розмаїття описових елементів з позитивною семантикою, що виражено в експресивних адвербіально-ад'єктивних формах (*supremely confident, zealously detailed chronicle, subtly realistic portrayal*), усталених висловах (*to escape the crowd, savour the renowned landscapes in our heartland, get back to nature, wander off the beaten track*), сурядних словосполученнях (*rambles, hikes and treks, flora and fauna*), художніх формах епітетів (*awe-inspiring views, sublime pleasure, unsurpassed quality*).

Власні імена в туристичних друкованих джерелах виконують функцію стилістичного маркера, оскільки їм притаманна смислова насиченість, унікальність, локальна забарвленість і екзотична привабливість. До того ж, інтерес до відбитого у власному імені об'єкта сприяє активізації пізнавальних можливостей реципієнта. Етнокультурні символи та реалії, ідіоми подорожей і розваг, відображають особливості світосприймання, колорит і характер культури в контексті туризму та виконують мовні і прагматичні функції емпізи, пожвавлення змісту, посилення інтересу до туристичних продуктів і послуг.

На кожному практичному занятті викладач має довести, а студент усвідомити мету опрацювання і подальше практичне втілення тих чи інших мовних зразків. Результатом має бути дискурсивна компетентність – здатність продукувати мовленнєві вміння в різних контекстах професійної комунікації в усіх чотирьох видах мовленнєвої діяльності: читанні, письмі, аудіюванні та усному мовленні [3, р. 278].

Практичне заняття з англійської мови – це свого роду практика міжкультурної комунікації, оскільки ця мова відображає англomовний світ та його культуру, за кожним словом криється культурно зумовлене й усвідомлене уявлення про світ. Досягнення комунікативної компетентності

неможливе без оволодіння певним обсягом культурологічної інформації. Інтерактивне навчання за зразком міжкультурної комунікації в ході мовної глобалізації ефективно реалізується саме при вивченні англійської мови. Опанування англійської мови забезпечує природну людську потребу у взаєморозумінні, яке неможливе без міжкультурної комунікації, тобто без взаємодії з *іншим*.

Важливу роль у розвитку мовленнєвих вмінь і міжкультурної компетентності відіграють вправи на переклад. Це зумовлено тим, що власне переклад у туристичному бізнесі вимагає високого ступеня міжкультурної комунікації і передбачає процес локалізації – культурної адаптації певного контенту до цільової аудиторії і її мови. У зв'язку з цим в галузі туризму виник сервіс креативного перекладу, засобу, що допомагає у створенні мультилінгвального контенту високої якості шляхом вживання граматики і нюансів цільової мови для створення культурно адаптованого меседжу [4].

Lingua franca сучасного світу, англійська мова – це перша іноземна мова фахівців індустрії подорожей і відпочинку. Крім англійської професіоналу сфери туризму слід засвоїти мову і культуру країни, в якій він працює, та мову клієнтів, яким надаються туристичні послуги. Наприклад, під час тривалої літньої практики в Туреччині студенти різною мірою вживають українську, російську, англійську і турецьку. Останню засвоюють перебуваючи в мовному середовищі і в процесі контактів з турецькими колегами.

У дослідженні професійного аспекту навчання іноземної мови в галузі неможливо оминати його міждисциплінарні зв'язки. Серед предметів, дотичних до іноземної мови в галузі, варто вирізнити такі: культурологія, психологія, переклад, готельний бізнес, туроперейтинг, маркетинг, екскурсійна справа. Міждисциплінарний підхід до викладання мови для кар'єри в туризмі є доволі ефективним, оскільки сприяє збагаченню світогляду, розвитку вмінь аналізу і синтезу, критичного мислення, систематизації знань.

Культурологічний аспект іноземної мови в галузі туризму має розкривати розуміння того, що власне культура бере на себе фундаментальну роль у сучасному суспільстві. Якщо в минулі віки Бог або Природа вважалися основою, на якій трималися смисли, то в епоху постмодерну саме культура покликана бути базисом епістемічної та онтологічної когерентності [5, р. 216]. Нині в глобальному світі спостерігаються дві протилежні тенденції: універсалізація, уодноманітнення і, рівночасно, інтерес до унікального й іншого, етнокультурне розмаїття, віднаходження і ствердження своєї культурної ідентичності. Країни і окремі регіони прагнуть відроджувати і розвивати місцеві традиції кухні, побуту і одягу, мистецтва і ремесла, святкування подій, перекази і легенди, що в галузі туризму має назву туристична ідентичність.

Культурологія має стати філософським підґрунтям, основою професійного світогляду майбутнього фахівця міжнародного туризму. Вивчення іноземних мов та практика спілкування сприяє саме формуванню його міжкультурної освіченості. Вченими сформульовано поняття глобальної компетентності, що є вмінням, яке активізує знання, навички і належне ставлення через рефлексію і вчинки, та є однаково дієвим для всіх мов і культур і, водночас, торкається взаємних зв'язків між мовами і культурами [2, р. 142]. Увагу зосереджено на толерантності, визнанні іншої мови і культури, на спілкуванні відповідно культурним і мовленнєвим нюансам, що є суттєвим в індустрії туризму та гостинності.

При складанні навчальних програм з іноземної мови в галузі рекомендується враховувати принципи глобальної компетентності, а саме: здатність управляти лінгвальною і культурною комунікацією в контексті іншості; вміння конструювати і розширювати багатомовний і культурний репертуар; здатність до децентрації; хист збагнути зміст незнайомих мовних чи культурних особливостей; здатність до дистанціювання; вміння піддавати критичному аналізу комунікативну або навчальну ситуацію та пов'язану з нею діяльність; здатність розпізнавати та визнавати *інше* та *іншість* [2, р. 143]. Висловлюючись мовою туризму, осягнення іноземної мови – це довга подорож, сповнена чудових відкриттів.

Разом з тим слід зазначити, що важливу роль у формуванні майбутнього фахівця міжнародного туризму відіграють і такі освітні чинники: знання рідної мови і культури та усвідомлення себе її часткою; емоційна обізнаність (EQ – emotional intelligence); відповідальність за власні вчинки; екологічна свідомість; здатність постійно вдосконалювати мовні знання та мовленнєві навички, використовуючи сучасні джерела інформації; відкритість для творчості і нових ідей у безперервно змінному світі.

Висновки:

1. У сучасному глобалізованому світі, де туристична галузь вважається найглобальнішою серед усіх індустрій, розуміння інших мов і культур є найголовнішим для фахівців сфери туризму. Вивчення іноземної мови в галузі туризму є суттєвим чинником формування мультикультурної обізнаності.
2. Культурологічний аспект має бути обов'язковим у процесі викладання і вивчення іноземних мов у галузі туризму для того, щоб майбутні фахівці індустрії подорожей і розваг мали мультикультурну обізнаність і могли успішно досягати професійних і комунікативних цілей.

Посилання

1. Chia Suan Chong. Ten trends and innovations in English language teaching for 2018 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/ten-trends-innovations-english-language-teaching-2018>. – Date of access: 11.06.2018.

2. Luka Ineta. Developing language competence for tourism students and employees in a blended learning course / Ineta luka // Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference. – 2016. – Vol. 1. – P. 137 – 157.
3. Maican Maria Anca. Teaching English to tourism students / Maria Anca Maican // Bulletin of the Transilvania University of Braşov. – 2014. – Vol. 7 (56). – No. 2. – P. 275 – 282.
4. Kaye Paul. The language of tourism – more than translation [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.teachingenglish.org.uk/article/translation-activities-language-classroom>. – Date of access: 10.10.2016.
5. Buden B. Cultural translation: an introduction to the problem, and responses [Electronic resource] / Boris Buden, Stephan Nowotny, Sherry Simon, Ashok Bery and Michael Cronin // Translation Studies. – 2009. – Vol. 2. – No. 2. – P. 196 – 219. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1080/14781700902937730>. – Date of access: 19.05.2014.

Multicultural awareness in professional development of tourism experts.

The article deals with the issue of cross-cultural education in the field of tourism by means of foreign language skills in professional and cultural aspects. Attention is focused on global changes, changes in methods and methodology of foreign language for specific purposes in teaching and learning. Great emphasis is placed on the importance of multicultural awareness in cross-cultural professional communication.

Key words: *language of tourism, language skills, cross-cultural competence, multicultural environment, professional communication.*

Мультикультурная осведомленность в профессиональном развитии специалистов туристической отрасли.

В статье рассматривается вопрос формирования межкультурной компетентности посредством изучения иностранного языка в сфере туризма в двух аспектах – профессиональном языковом и культурологическом. Внимание сосредоточено на глобальных изменениях, изменениях в методике преподавания и изучения иностранного языка профессионального общения. Подчеркивается важность мультикультурной осведомленности в межкультурной профессиональной коммуникации.

Ключевые слова: *язык туризма, речевые навыки, межкультурная компетентность, мультикультурная среда, профессиональная коммуникация.*