

Василенко Г. В.
старший викладач
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя, Україна

ІНОЗЕМНА МОВА ЯК ВАЖЛИВИЙ СКЛАДНИК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМУ

У сучасному глобалізованому світі, де туристична галузь вважається найглобальнішою серед усіх індустрій, розуміння інших мов і культур є найголовнішим для фахівців сфери туризму. Майбутнім менеджерам туризму належить мати дійсно добрі міжкультурні і мовні вміння для того, щоб успішно реалізуватися в обраній ними професії. У зв'язку з цим велика відповідальність покладається як на викладачів іноземної мови в туристичній галузі, так і на студентів, майбутніх фахівців індустрії подорожей і відпочинку.

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 типу *big, small, good, bad,*

nice, very тощо, а натомість формується і розвивається навичка вживання стилістичних синонімів, експресивних порівнянь, вірного порядку означень в атрибутивному словосполученні. Наприклад, замість звичного *'We had a very good holiday in a nice little village surrounded by beautiful mountains'* студент, який засвоїв туристичну лексику, підбере стилістично доречні й естетично привабливіші форми, як то: *We had a fabulous holiday in a picturesque little village surrounded by spectacular mountains.*

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.

Практичне заняття з англійської мови – це свого роду практика міжкультурної комунікації, оскільки дана мова відображає англомовний 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*.

Отже, висловлюючись мовою туризму, осягнення іноземної мови – це довга подорож, сповнена чудових відкриттів. Разом з тим слід зазначити, що важливу роль у формуванні майбутнього менеджера туризму відіграють і такі освітні чинники: знання рідної мови і культури та усвідомлення себе її часткою; постійне прагнення пізнання інших культур та поважне ставлення до *іншості*; 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.