

ІНОЗЕМНА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Василенко Г. В.

**кандидат філологічних наук, доцент
кафедра іноземних мов професійного спілкування
Запорізький національний технічний університет**

В умовах сьогодення, коли темп життя постійно прискорюється, зростає швидкість надходження нової інформації та урізноманітнюються процеси її обробки, а події і ситуації професійної сфери вимагають прийняття стрімких і вірних рішень, вміння ефективно вживати мовні знання відіграє одну з головних ролей в успішному становленні фахівця індустрії туризму. Значне зростання туристичної галузі в останні десятиліття призвело до потреби у великій кількості професійних кадрів по всьому світу. Мова стала знаряддям ведення успішного бізнесу, вирішальним фактором у суспільно значущій діяльності в мультикультурних контекстах.

Цивілізаційні зміни глобального характеру накладають свій відбиток на методику викладання іноземної мови в галузі туризму та на процес її опанування студентами. Так, 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].

Поряд із традиційним навчанням іноземної мови з'являються форми дистанційного онлайн навчання (e-learning) та набувають поширення змішані форми. Зосередимося далі на двох основних аспектах викладання іноземної мови в галузі туризму, що вирізняють особливості даної дисципліни серед інших і зумовлюють певну специфіку навчання, а саме: професійному і культурологічному.

Професійний аспект навчання передбачає засвоєння спеціальної лексики, граматики в контексті туризму, штамів професійного етикету спілкування, набуття навичок слухового сприйняття повідомлення і відповідної реакції на нього. Лексика мови туризму включає не тільки професійну термінологію і словник надання послуг у типових робочих ситуаціях, а також мову описових текстів країнознавчого, історичного, культурологічного і мистецького змісту, що відображають тексти екскурсій, туристичних брошур і путівників, дорожніх нотаток і журналів. При вивченні лексики варто звертати увагу на комбінаторику слів у словосполученнях; вживання ідіом, власних імен, екзотизмів і варваризмів; застосування стилістичних засобів епітета, метафори і порівняння в усному чи письмовому зображенні туристичного об'єкта.

Грамматика в контексті туризму має на увазі засвоєння тих граматичних явищ, що притаманні кожній професійній темі. Наприклад, пасивний стан дієслів у текстах про пам'ятки архітектури, рукотворні атракціони, процес виробництва пива або вина в межах теми 'Tourist attractions', означальні підрядні речення в описових текстах, що містять етнокультурні реалії і символи під час вивчення теми 'Cultural traditions', умовні та спонукальні речення, неозначені займенники в промо-текстах, презентаціях розважальних програм в рамках тем 'Destinations', 'Recommending and promoting sights', 'Hotel entertainment'. Крім того, добірка граматичних вправ для самостійної домашньої роботи має обов'язково бути в контексті туризму.

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 мовні вміння в різних контекстах професійної комунікації в усіх чотирьох видах мовленнєвої діяльності: читанні, письмі, аудіюванні та усному мовленні [3, р. 278]. Професійний аспект накладає певні обмеження на викладача і студента, позаяк не відводиться часу на повторення чи тренувальні вправи. Передбачається, що студент на початок вивчення іноземної мови в

галузі вже має достатню мовну підготовку (language background), що, в силу різних причин, буває не завжди.

У дослідженні професійного аспекту навчання іноземної мови в галузі неможливо оминати його міждисциплінарні зв'язки. Часто знання професії допомагає у проходженні окремих тем з іноземної мови, іноді, навпаки, деякі професійні теми розглядаються раніше на заняттях з іноземної мови в галузі. 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 [1, р. 216]. Нині в глобальному світі спостерігаються дві протилежні тенденції: універсалізація, уодноманітнення і, рівночасно, інтерес до унікального й іншого, етнокультурне розмаїття, пошук своєї культурної ідентичності.

Культурологія має стати філософським підґрунтям, основою професійного світогляду майбутнього фахівця міжнародного туризму. 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 мовним 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]. Важливо також добирати автентичні для галузі тексти, або ж такі, що мають міжкультурні елементи разом із професійними.

На кінець зазначимо, що добре знання своєї української культури в поєднанні з вмінням професійно спілкуватися іноземною мовою відкриває перспективи для створення нових туристичних продуктів, сприяє розвитку внутрішнього і в'їзного туризму. Україна ще досі мало відома світові як туристична дестинація, однак, її культура з прадавніх часів і дотепер є багатим і поки що недостатньо використаним туристичним ресурсом. Отже, іноземна мова в галузі туризму є суттєвим чинником кар'єрного становлення, вирішення професійних задач та протистояння викликам у ситуаціях міжкультурної професійної комунікації.

Література

1. 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. – The resource is available: <http://dx.doi.org/10.1080/14781700902937730>
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.