

Карташова Валентина Николаевна, Демина Евангелина Романовна

ПОДГОТОВКА ОБУЧАЮЩИХСЯ К ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАК ПРОБЛЕМА

В статье рассматриваются методические основы подготовки обучающихся к иноязычному общению в сфере туризма. По мнению авторов, содержание иноязычного школьного образования должно быть направлено на изучение туристического дискурса и базироваться на разножанровых текстах. Поясняется, что большим образовательным потенциалом обладают речевые жанры рекламно-туристического дискурса, в частности видеореклама.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/5-3/54.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 5(59): в 3-х ч. Ч. 3. С. 196-197. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/5-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 378.16

В статье рассматриваются методические основы подготовки обучающихся к иноязычному общению в сфере туризма. По мнению авторов, содержание иноязычного школьного образования должно быть направлено на изучение туристического дискурса и базироваться на разножанровых текстах. Поясняется, что большим образовательным потенциалом обладают речевые жанры рекламно-туристического дискурса, в частности видеореклама.

Ключевые слова и фразы: иностранный язык; иноязычное общение; туризм; туристический дискурс; креолизованные тексты; полижанровые ситуации.

Карташова Валентина Николаевна, д. пед. н., профессор
Демина Евангелина Романовна
Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина
kartashova_vn@mail.ru; evangelinacomedya@mail.ru

ПОДГОТОВКА ОБУЧАЮЩИХСЯ К ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАК ПРОБЛЕМА

На сегодняшний день процесс глобализации приобретает огромное значение для всех сфер общественной жизни, предъявляя новые требования к специалистам различных областей. Одно из таких требований касается уровня владения специалистом иностранным языком для осуществления межкультурной коммуникации.

Статус «глобального языка» сегодня, безусловно, принадлежит английскому. Стоит отметить, что данный термин имеет различные трактовки у ряда ученых. Так, по мнению Б. Качру, под термином «глобальный язык» следует понимать все варианты английского языка, существующие в коммуникативном пространстве [3, р. 67]. Ж.-П. Неррьер и Д. Хон считают, что для осуществления коммуникации на английском языке следует отобрать по степени частотности и важности определенный набор лексических единиц, который снимет языковые трудности и будет удовлетворять запросам собеседников [4]. «Глобальный английский» определяется как оптимальное средство для общения людей разных национальностей и называется *lingua franca*. Такой подход к термину «глобальный английский» получил широкое распространение и способствовал росту популярности интенсивных языковых курсов, направленных на получение быстрого результата.

Что касается обучения английскому языку в рамках школьной программы, то необходимо определить, какой подход следует использовать, чтобы ученик чувствовал себя уверенно при общении с носителем языка в контексте бытовых ситуаций. Безусловно, в период обучения ученик овладевает лексической, грамматической и фонетической стороной иноязычной речи. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего (полного) общего образования для предмета «Иностранный язык» предъявляет следующие требования к предметным результатам освоения базового курса: сформированность коммуникативной иноязычной компетенции; владение знаниями о социокультурной специфике страны изучаемого языка, умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран; сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях [2]. Цели сформулированы достаточно полно, но как происходит их достижение на практике?

Проведенный нами опрос не только учеников 9-11-х классов, изучающих английский язык, но и взрослых, выявил, что подавляющее большинство затрудняется осуществлять реальное англоязычное общение. В основном реальное англоязычное общение осуществляется нашими согражданами за границей. Как показал опрос, будучи на отдыхе в качестве туристов, а сегодня туризм выступает в качестве одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, респонденты испытывают значительные затруднения в ситуациях бытового общения в условиях реальной коммуникации (заказ еды в кафе/ресторане, покупка/бронирование билетов, бронирование номера в гостинице и т.д.). В то же время, как свидетельствуют данные опроса, у учащихся не возникает проблем в процессе описания своего хобби, дома, семьи, высказывания на традиционные темы, изучаемые в школьном курсе английского языка («Окружающая среда», «Театр или кино» и т.д.). В процессе опроса выяснилось также, что школьники испытывают затруднения при чтении туристических брошюр, проспектов, выдержек из блогов, так называемых специализированных дискурсивных текстов, которые являются основным средством вовлечения индивида в определенный вид туристической деятельности (познавательной, гедонистической, оздоровительной и т.д.). Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что при обучении школьников английскому языку необходимо акцентировать внимание на овладение ими туристическим дискурсом.

Туристический дискурс представляет собой «особый массово-информационный и статусно-ориентированный институциональный дискурс» [1, с. 618]. На его основе учащимися могут быть созданы разнообразные полижанровые ситуации, стимулирующие порождение различных диалогов (диалог туристов, туриста и турагента, туриста и гида, туриста и официанта и т.д.). Туристический дискурс, сочетающий в себе несколько стилей, опирается на определенный набор жанров, разнообразие которых адекватно разнообразию самой туристической действительности. Исследователи выделяют следующие жанры туристического дискурса: информационные издания, информационно-рекламные материалы туристических агентств, путеводители, энциклопедические статьи и книги о разных странах и городах, статьи в периодике и сети Интернет, дневники путешествий, статьи туристов о своих впечатлениях во время поездки на сайтах туристических агентств.

Многие образцы туристического дискурса являются пересечением двух и более других дискурсов. Так, в рамках диалога в ресторане можно выделить не только туристический, но и гастрономический дискурс. Беседа двух туристов чаще всего носит неформальный характер общения, в то время как диалог туриста с какими-либо служащими – более формальная форма общения. Это доказывает, что туристический дискурс является универсальным явлением.

Также большая часть образцов туристического дискурса – это креолизованные тексты, которые состоят из двух частей: вербальной (языковой) и невербальной (иллюстрации, символы и т.д.) Безусловно, иллюстративно-визуальный ряд, акцентирующий внимание адресата на тех или иных деталях, имеет большое значение при восприятии иноязычного текста. Такой прием способствует снятию ряда языковых трудностей, возникающих у туристов. Следует отметить, что использование иллюстративно-визуального ряда при изучении иноязычных текстов позитивным образом может сказаться на уровне обученности школьников, тяготеющих к невербальным средствам выражения. Более того, на наш взгляд, работа с креолизованными текстами может способствовать активизации познавательного интереса учащихся.

Рассматривая вопрос о средствах обучения иноязычному туристическому дискурсу, следует отметить актуальность использования речевых жанров собственно-туристического дискурса: контракт, договор, заявка на бронирование отеля, заказ билетов, деловая переписка, торгово-коммерческое соглашение, жалоба и т.п.

С методической точки зрения востребованностью пользуются речевые жанры рекламно-туристического дискурса: туристическая брошюра, каталог, рекламный вкладыш, презентация отеля, турагентства, ресторана, рекламное письмо по почте, культурная программа, путеводитель, буклет, проспект, информационный листок.

На наш взгляд, большим образовательным потенциалом обладает видеореклама, включающая сочетание звукового и зрительного воздействий. Под учебными рекламными видеоматериалами понимается тематически организованное аудиовизуальное средство, представляющее собой видеoinформацию. Видеореклама обеспечивает высокую степень вовлечения обучаемых в происходящее на экране и способствует лучшему усвоению материала благодаря изображению, звуку, движению и цвету.

Следует заметить, что ядром, раскрывающим основное содержание рекламного сообщения, является текст. Рекламный текст видеорекламы – это интеграция содержания и формы – ее видеоряда. В плане обучения иноязычному общению наибольший интерес для методиста представляют: рекламное сообщение, в котором есть рекламный заголовок; рекламное интервью, презентующее туристические услуги в диалоговой форме; рекламный рассказ, представляющий собой небольшое повествование с интересным сюжетом.

Использование рекламных видеоматериалов в процессе учебной деятельности способно оптимизировать процесс формирования умений иноязычного общения, поскольку рекламная информация представляет примеры реального иноязычного общения. Все это способствует более эффективному процессу усвоения иностранного языка.

Поскольку в существующих учебниках, используемых в учебном процессе, не содержится такого объема текстов, не представлена вся жанровая палитра английского туристического дискурса, можно прибегать к помощи сети Интернет. Привлекательность информационных материалов Всемирной Сети состоит в том, что они достаточно лаконичны, содержат конкретную информацию, отличаются «сиюминутностью»: расписание поездов, самолетов, погода в разных частях света и т.п.

В заключение хотелось бы еще раз отметить, что в век информационных технологий и развития сферы туризма в процессе обучения иностранному языку следует уделять особое внимание туристическому дискурсу и разработке методики работы с его образцами в современных школах. Все это будет способствовать развитию коммуникативной компетенции обучающихся, что в значительной мере облегчит их вхождение в современный поликультурный мир.

Список литературы

1. Михайлова Л. М. Основы туристического дискурса в современном английском языке // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 618-620
2. **Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (10-11 кл.)** [Электронный ресурс]. URL: <http://минобрнауки.рф/documents/2365> (дата обращения: 24.02.2016).
3. Kachru B. B. World Englishes and English-Using Communities // Annual Review of Applied Linguistics. 1997. № 17. P. 66-87.
4. Nerriere J.-P., Hon D. Globish the World Over. Lexington: International Globish Institute, 2009. 182 p.

TRAINING THE STUDENTS FOR FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION IN THE SPHERE OF TOURISM AS A PROBLEM

Kartashova Valentina Nikolaevna, Doctor in Pedagogy, Professor

Demina Evangelina Romanovna

Yelets State University named after I. A. Bunin

kartashova_vn@mail.ru; evangelinacomedya@mail.ru

The article examines methodical foundations to train students for foreign language communication in the sphere of tourism. According to the authors, the content of foreign language school education should be aimed to study tourist discourse and should be based on the multi-genre texts. The paper clarifies that the verbal genres of advertising and tourist discourse, in particular, video advertising, have a great educational potential.

Key words and phrases: foreign language; foreign language communication; tourism; tourist discourse; creolized texts; multi-genre situations.