

УДК 338.48:81

С. В. Кубрак,

кандидат педагогічних наук, викладач

snezha.zt@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4236-1528

Н. В. Лихошвед,

старший викладач

(Житомирський національний агроекологічний університет)

sunnylightnl@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5773-2216

РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ІЗ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "ТУРИЗМ"

У статті обґрунтовано перспективність реалізації діяльнісного підходу до навчання іноземної мови студентів спеціальності "Туризм". Визначено необхідність підготовки фахівців до розробки інформаційних матеріалів для відвідувачів м. Житомир іноземною мовою. Визначено етапи навчання студентів розробки інформаційного стенду для туристів. Складено перелік вживаних слів та словосполучень англійською мовою для розробки інформаційних матеріалів. Визначено обсяг краєзнавчого матеріалу про м. Житомир, необхідний для опанування англійською мовою.

Ключові слова: інформаційний стенд, інформаційні матеріали для туристів, діяльнісний підхід до навчання іноземної мови, професійна підготовка менеджерів туризму.

Вступ. Рішучі кроки України в напрямку Євроінтеграції, високий рекреаційний потенціал країни та прогнозований масштабний потік туристів з-за кордону, пов'язаний із проведенням конкурсу Євробачення-2017 у м. Київ, обумовлюють нагальну потребу в розвитку внутрішнього туризму. Житомирська область, і, зокрема, м. Житомир можуть надати для вибору надзвичайно цінні пропозиції для відвідувачів.

Проте в м. Житомир немає туристичного офісу, який пропонує відвідувачам інформацію про місто або карту, а інформаційний портал "Житомирщина туристична" є лише проектом, який досі потребує фінансування, тому нагальною потребою працівників туристичної галузі є створення інформаційного центру в місті, який забезпечував би туристів краєзнавчою інформацією передусім англійською мовою. Таке завдання вимагає практико-орієнтованого підходу до навчання іноземних мов фахівців туристичної сфери.

Аналіз основних досліджень і публікацій із зазначеної проблеми. Питання ролі та особливостей іншомовного спілкування в сфері туризму, а також особливостей формування іншомовної комунікативної компетенції студентів спеціальності "Туризм" висвітлено в наукових роботах Г. І. Архіповатої, С. А. Гринько, О. Н. Козиревої, Л. В. Сакун, М. В. Соколової та інших. Незважаючи на багатоглядне вивчення підготовки майбутніх менеджерів у сфері туризму до іншомовної професійної комунікації, Я. В. Окопна підкреслює відсутність чіткої системи лінгвістичних та соціокультурних знань, мовленнєвих умінь та навичок, які повинен опанувати фахівець сфери туризму [1: 118]. Внаслідок цього методична база курсу іноземної мови не відповідає сучасним вимогам до підготовки студентів цієї спеціальності.

Метою статті є визначення обсягу знань та умінь, яких потребують випускники спеціальності "Туризм" з метою розробки інформаційних стендів та матеріалів для англомовних туристів.

Завдання:

- визначити етапи навчання студентів під час розробки інформаційного стенду англійською мовою для відвідувачів та гостей міста;
- скласти перелік вживаних слів та словосполучень англійською мовою для розробки інформаційних матеріалів;
- визначити обсяг краєзнавчого матеріалу (іноземною мовою) про м. Житомир, необхідний студентам спеціальності "Туризм".

Виклад основного матеріалу. Ми поділяємо погляди вчених, які розробляють концепцію діяльнісного підходу до навчання загалом (П. Я. Гальперін, Д. Б. Ельконін, Н. Ф. Талізін тощо) та до вивчення іноземної мови (П. Я. Гальперін, М. Ж. Ільсов). Зокрема, ми вважаємо доцільним організувати комунікативну практику студентів під час виконання завдань, які формують професійну компетентність. Саме "діяльнісні" завдання та вправи, які студенти вирішують за допомогою іноземної мови, визначають сутність компетентнісно-діяльнісного навчання іноземних мов [2: 256].

Отже, розглянемо приклад такого завдання – створення інформаційного стенду англійською мовою для відвідувачів м. Житомир.

Інформаційні стенди для туристів розташовуються в туристичних інформаційних центрах, готелях, аеропортах, вокзалах тощо, і повинні містити широкий діапазон інформації, зокрема:

- екскурсійні маршрути;
- мапи;
- довідники з оглядами ресторанів, магазинів, місць для розваг, готелів тощо;
- інформація про історичні пам'ятки та принади міста;
- інформація про транспорт та інше.

Отже, діяльність студентів із розробки такого інформаційного стенду англійською мовою проходить в чотири етапи:

I. Збір, аналіз, обробка та узагальнення інформації:

- а) краєзнавчого характеру,
- б) логістичного характеру.

II. Розробка інформаційних матеріалів: вибір змісту, розподіл по категоріях, дизайн.

III. Засвоєння мовного матеріалу, аналіз англійських джерел інформації для туристів з метою забезпечити належний рівень перекладу матеріалів англійською мовою.

IV. Підготовка та презентація інформаційного стенду.

На першому етапі збору краєзнавчої інформації студенти в групах обирають напрям своєї пошукової діяльності. У м. Житомир можна запропонувати безліч маршрутів, які будуть цікавими для представників різних професій, груп за інтересами, вікових категорій туристів, і матиме надзвичайний потенціал для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Слід зазначити, про необхідність вивчення краєзнавчого матеріалу з точки зору маркетингу туристичного продукту. Матеріали, які пропонуються туристам, повинні містити різну інформацію (як текстову, так і візуальну), яка викликає бажання відвідати відповідні пам'ятки. Дуже важливо уникнути академізму, сухості під час відбору, оформлення та презентації матеріалів. Туризм є містоутворюючим фактором, важливим елементом економіки міста виключно за умови його правильної маркетингової підтримки [3].

Зокрема, ми пропонуємо організувати пошукову роботу студентів з таких тем:

Історія міста:

- "Сліди німецької окупації": ставка райхсфюрера С. С. Генріха Гімлера під Житомиром, концентраційний табір військовополонених "Шталаг 358" на Богунії, "Бункер Сталіна" у м. Коростень тощо;

- "Археологічні знахідки Житомирщини": експонати Житомирського краєзнавчого музею, "Археологічна карта Житомира" О. О. Тарабукіна, Замкова гора, підземні ходи тощо.

Житомир для літераторів:

- Житомир у житті письменників та поетів (Оноре де. Бальзак, І. А. Кочерга, Саша Чорний, О. І. Купрін, М. О. Бердяєв, М. М. Коцюбинський, Є. В. Концевич, В. Г. Короленко);

- згадки про м. Житомир в літературі: "Варнак", "Чернець", "Заступила чорна хмара", "Гайдамаки", "Юродивий", "Відьма", "Прогулка с удовольствием и не без морали", Т. Г. Шевченко, пам'ятник Ларіосіку з Житомира ("Біла гвардія" М. А. Булгакова), "Житомирська весна" Ю. М. Косача.

Архітектура:

- Історичні пам'ятки та будівлі: Замкова гора та Торгові ряди, Будинок магістрату, головний корпус Національного агроекологічного університету, каплиця на честь Олександра II (пам'ять про замах Антона Березовського, який народився поблизу м. Житомир, на імператора Олександра II в м. Париж, зруйнована), магазин Лейбенгарца на розі вул. Великої Бердичівської та Михайлівської, Будинок взаємного кредиту, Пожежна вежа по вул. 1-го Травня, Водонапірна вежа на вул. Пушкінській, будинок нотаріуса Філіппова (нині "Дім української культури").

- Архітектурні стилі: класицизм (комплекс будівель Першої чоловічої гімназії, Губернське правління, будинок Кобилянського (нині – автодорожній коледж), Друга чоловіча гімназія, Державний банк); бароко (будинок нотаріуса Філіппова, окружний суд); неоготика (будинок Трібеля на розі вул. Михайлівської та Лятошинського, будинок Аршеневського (нині міська бібліотека для юнацтва по вул. Котовського); цегляна архітектура (музична школа № 4, колишній будинок нотаріуса Громачевського по вул. Лесі Українки); модерн – будинок католицької духовної консисторії (нині – Краєзнавчий музей), Азово-Донський банк (нині – дитяча хореографічна школа), особняк Куликовського (нині – Дитяча художня школа); необароко (костел Йоана з Дуклі).

Релігія:

- Кафедральний собор св. Софії, Єзуїтський монастир, Семінарійський костюл, Яковлевська церква на Вільському кладовищі, каплиця пам'яті жертв холерних морів, Свято-Преображенський кафедральний собор, Миколаївська, Успенська, Хрестовоздвиженська церкви.

Театр:

- Інформація про візит імператора Олександра I до м. Житомир, виступи Айри Олдріджа, Ф. І. Шаліяпіна, про театр ім. І. Кочерги та роль м. Житомир у житті Івана Кочерги.

Відомі житомир'яни:

- В. Г. Короленко, І. І. Огієнко, І. А. Фещенко-Чопівський, Борис Тен, Святослав Ріхтер, І. М. Сльота, С. П. Корольов, та ін..

Також на цьому етапі студенти підсумовують інформацію логістичного характеру: транспортні засоби, готелі, ресторани, клуби, музеї, пункти медичної допомоги тощо, для забезпечення туристів усією необхідною інформацією для пересування містом.

На другому етапі студенти розробляють інформаційні матеріали на власний розсуд: буклети, довідники, мапи екскурсій тощо. Залежно від тематики, обраної групою студентів, можлива розробка аудіо матеріалів, наприклад, добірка музичних творів, до яких належать твори композиторів, які жили в м. Житомир, записи Ф. Шаліяпіна, який відвідував місто з концертом, тощо. Такі аудіо записи повинні супроводжуватися текстовими коментарями, які пояснюють зміст.

Для дизайну інформаційних матеріалів студентам пропонується ознайомитися з наявними шаблонами, доступними в мережі інтернет, наприклад, на таких ресурсах:

http://www.brother.com/creativecenter/en_us/business/brochure/travel/

<https://designsmaz.com/travel-and-tourist-brochure-design-templates/>

<https://templates.office.com/en-us/Travel-brochure-TM00002002>

На третьому етапі студенти перекладають або складають текстові інформаційні матеріали англійською мовою. Залежно від рівня розвитку іншомовної комунікативної компетенції студентської групи, цей етап може проходити по-різному:

а) викладач надає студентам опорний матеріал – мовні одиниці, лексичні та граматичні структури, найбільш вживані у туристичному бізнесі. Наведемо приклади таких слів та словосполучень:

- типи турів та туризму: зелений туризм – rural tourism, самостійні подорожі – self-guided tour; тур вихідного дня – week-end tour тощо;

- проживання (accommodation): стандартний номер – standard room; середньодобовий тариф готельного номера – daily average rate (DAR); стандартний тариф за номер без урахування можливих знижок – rack rate; бронювання – reservation; скасування броні – cancellation; бронювати – to book; зручності – room facilities; SPA; готель з обмеженим переліком послуг – limited service hotel, рівень заповнюваності готелю – hotel occupancy rate; зареєструвати прибуття – check in тощо;

- харчування (catering): повний пансіон – full board, American plan, буфет – buffet, замовлення з меню – a la carte, система "все включено" – all inclusive, кав'ярня – coffee shop, чайові – tip, напівпансіон – half board тощо.

- транспорт: плата за проїзд – charge, квитки, які не підлягають поверненню – non-refundable tickets, квиток в обидва кінці – return ticket тощо;

- екскурсії (excursions): подорожник – itinerary, коротка поїздка – overnight trip, огляд пам'яток – sightseeing, пункт відправлення – departure point, місце зустрічі – meeting point, організована екскурсія – guided tour, екскурсивод – excursionist, місце культурної спадщини – heritage site тощо.

б) студенти аналізують запропоновані викладачем англійські джерела та самостійно складають словник найбільш поширених слів та словосполучень, які застосовуються в туристичних матеріалах американських, австралійських, британських міст.

Приклади вправ та завдань із опрацювання інформаційних матеріалів для туристів англійською мовою:

- ознайомтеся з текстом, виділіть та выпишіть звороти, слова та речення, які ви можете застосувати для свого проекту;

- прочитайте текст, змініть власні назви та іншу інформацію, щоб переробити його в буклет про м. Житомир;

- прочитайте уривки з інформаційних буклетів про різні міста – чи зрозуміли ви, про яке місто йдеться? Чому так/ні?

Також окрему увагу необхідно приділити навчанню студентів транслітерації та перекладу адреси, оскільки вона має специфіку в англійській мові. Порядок зазначення адреси англійською мовою такий: номер будинку, вулиця, індекс, місто. Окрім порядку слів, важливо правильно дібрати правильний географічний термін англійською мовою, дотримуватися правил передачі назв географічних об'єктів та одиниць адміністративно-територіального устрою України латиницею. Вищезазначені правила детально викладено в Наказі № 282 від 29 липня 2014 року Міністерства аграрної політики та продовольства України "Про затвердження Правил написання українських географічних назв на картах та в інших виданнях" [4: 92].

Наведемо приклади перекладу географічних термінів, які вживаються на картах, та які є актуальними для Житомирщини: автовокзал – bus station, автозаправна станція – filling station, автомагістраль – highway, аеропорт – airport, алея – alley, башта, вежа – tower, болото – marsh, swamp, брама – gates,

будинок – house, будівля – building, бульвар – avenue, boulevard, виставковий зал – exhibition hall, вузлова станція – railway junction, вулиця – street, готель – hotel, ґрунтова дорога – earth road, дамба – dam, заказник – game reserve, замок – castle, залізнична станція – railway station, кладовище – cemetery, майдан – square, міст – bridge, місто – city, town, монастир – monastery, музей – museum, область – region, oblast, палац культури – Palace of Culture, палац спорту – Palace of Sports, пам'ятник – monument, парк – park, паркінг – parking, перехрестя – crossroads, печера – cave, поштове відділення – post office, провулок – lane, side street, проспект – avenue, broad street, район – district, районна адміністрація – district administration, ресторан – restaurant, розкопки – excavations site, руїни – ruins, садиба – estate, селище – settlement, село – village, собор – cathedral, спорткомплекс – sports complex, турбаза – tourist centre, туристичний об'єкт – tourist site, церква – church, шосе – highway.

Також студенти повинні знати правила транслітерації для передачі назв географічних об'єктів англійською мовою: А – A; Б – B; В – V; Г – H; Ґ – G; Д – D; Е – E; Є – Ye (на початку слова) та ie (в інших позиціях); Ж – Zh; З – Z; Й – Y; І – I; Ї – Yi (на початку слова) та i (в інших позиціях); Я – Ya (на початку слова) та ia (в інших позиціях); К – K; Л – L; М – M; Н – N; О – O; П – P; Р – R; С – S; Т – T; У – U; Ф – F; Х – Kh; Ц – Ts; Ч – Ch; Ш – Sh; Щ – Shch; Ю – Yu (на початку слова) та iu (в інших позиціях); Я – Ya (на початку слова) та ia (в інших позиціях).

В рамках реалізації діяльнісного підходу до вивчення іноземної мови ми пропонуємо після перекладу студентами адрес та пам'яток м. Житомир, а також перевірки транслітерації викладачем, внести відповідні назви англійською мовою на карти GoogleMaps: <https://www.google.com.ua/maps>.

На останньому етапі студенти повинні зробити презентацію свого інформаційного стенду, який містить різноаспектну інформацію про м. Житомир для туристів. Доцільно влаштувати рольову гру та поділити студентів на "туристів" та "операторів" інформаційного центру. Кожен "турист" отримує деталі своєї ролі: вік, нахили, інтереси, сімейний стан, фінансовий стан тощо. "Оператор" повинен забезпечити "туриста" необхідною інформацією. Для підвищення зацікавленості студентів необхідно ставити практично орієнтовані завдання та визначати детальні вимоги до наданої інформації. Наприклад, "турист" має лише 1000 грн, і повинен прожити в м. Житомир 3 дні. Йому необхідно надати поради стосовно проживання, харчування та розваг, які пропонує місто, в рамках його бюджету. Студенти оцінюють презентації відповідно до задоволення потреб своєї ролі – чи впорався "оператор" із завданням.

Висновки та перспективи подальшого дослідження проблеми. Розробка інформаційних матеріалів для туристів є нагальною необхідністю розвитку внутрішнього та міжнародного туризму в Україні, і в Житомирській області зокрема. Підготовка менеджерів із туризму повинна враховувати потребу випускника в уміннях складати інформаційні буклети, стенди, довідники для туристів англійською мовою. Тому курс іноземної мови для студентів спеціальності "Туризм" повинен включати відповідні проектні завдання, враховувати специфіку презентації краєзнавчого матеріалу англійською мовою, розширювати знання студентів про власне місто та розвивати вміння успішної іншомовної комунікації та презентації краєзнавчої інформації англомовним туристам. Подальшої розробки потребує питання організації екскурсій, туристичних маршрутів та квестів містом для іноземних туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Окопна Я. В. Соціолінгвістичні засади формування професійно орієнтованої компетентності у майбутніх туристичних менеджерів німецькою мовою як другою іноземною / Я. В. Окопна // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. – Сер. : Педагогічні та психологічні науки. – 2014. – № 1. – С. 115–127. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnapv_ppn_2014_1_12.
2. Ваврів І. Я. Компетентнісно-діяльнісний підхід до професійної іншомовної комунікативної підготовки фахівців сфери туризму / І. Я. Ваврів // Збірник наукових праць Бердянського державного педагогічного університету. – Педагогічні науки. – 2009. – № 4. – С. 256–260.
3. Трохимчук О. Житомирський туризм: ідеї є, реалізація кульгає [Електронний ресурс] / Олександр Трохимчук. – 2015. – Режим доступу до ресурсу : http://zhitomir.today/news/analytics/zhitomirskiy_turizm_ideyi_ie_realizatsiya_kulgaie-id9647.html.
4. Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України № 282 "Про затвердження Правил написання українських географічних назв на картах та в інших виданнях" // Офіційний Вісник України. – 2014. – № 68. – С. 90. – Ст. 1903.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Okopna Ya. V. Sotsiolinhvistychni zasady formuvannya profesiino orientovanoi kompetentnosti u maibutnix turystychnykh menedzheriv nimetskoii movoiu yak druhoiu inozemnoiu [Socio and Linguistic Bases of Formation of Professional-Oriented Competence of Future Tourism Managers in German as a Second Foreign Language] / Ya. V. Okopna // Zbirnyk naukovykh prats Natsional'noi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy [Proceedings of the National Academy of State Border Service of Ukraine]. – Ser. : Pedagogichni ta psykholohichni nauky. – 2014. – № 1. – S. 115–127. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnapv_ppn_2014_1_12.

2. Vavriv I. Ya. Kompetentnisno-diiialnisnyi pidkhid do profesiinoi inshomovnoi komunikatyvnoi pidhotovky fakhivtsiv sfery turizmu [Competency and Activity Approach to Professional Foreign Communicative Training of Specialists in Tourism] / I. Ya. Vavriv // Zbirnyk naukovykh prats Berdianskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu [Proceedings of Berdiansk State Pedagogical University]. – Pedahohichni nauky. – 2009. – № 4. – S. 256–260.
3. Trokhymchuk O. Zhytomyrskiy turizm : idey ye, realizatsiia kulhaie [Tourism in Zhytomyr : There is an idea, but Implementation is Lame] [Elektronnyi resurs] / Oleksandr Trokhymchuk. – 2015. – Rezhym dostupu do resursu : http://zhitomir.today/news/analytics/zhitomirskiy_turizm_ideyi_ie_realizatsiya_kulgaie-id9647.html.
4. Nakaz Ministerstva aharnoї polityky ta prodovolstva Ukrainy № 282 "Pro zatverdzhennia Pravyi napysannia ukrainskykh heografichnykh nazv na kartakh ta v inshykh vydanniakh" [On Approval of Spelling Rules of Ukrainian Geographical Names on Maps and in other Publications] // Ofitsiinyi Visnyk Ukrainy [Official Journal of Ukraine]. – 2014. – № 68. – S. 90. – St. 1903.

Кубрак С. В., Лихошвед Н. В. Разработка туристических информационных материалов на занятиях по иностранному языку со студентами специальности "Туризм".

В статье обоснована перспективность реализации деятельностного подхода к обучению иностранному языку студентов специальности "Туризм". Установлена необходимость подготовки специалистов к разработке информационных материалов для гостей г. Житомир на иностранном языке. Установлены этапы обучения студентов разработке информационного стенда для туристов. Составлен список часто употребляемых слов и словосочетаний на английском языке для разработки информационных материалов. Определен объем краеведческого материала о г. Житомир, подлежащего изучению на английском языке.

Ключевые слова: *информационный стенд, информационные материалы для туристов, деятельностный подход к обучению иностранному языку, профессиональная подготовка менеджеров туризма.*

Kubrak S. V., Lykhoshved N. V. Developing Tourist Information Materials in the Course of Teaching a Foreign Language to Students Specializing in Tourism.

The issue of making the city of Zhytomyr attractive to visitors from Ukraine and abroad is directly related to the resources available for tourists. Despite the rich cultural heritage, having no tourist information office, the city cannot provide its visitors with information materials, tourist information and other resources required to promote the city. Therefore, there is a current need to teach and prepare future managers in the sphere of tourism who are capable of developing the materials for tourists and presenting them in the way to draw visitors to Zhytomyr and the region.

The article is aimed at defining the scope of knowledge and skills to be acquired by students specializing in tourism management in order to develop information boards and materials for English-speaking tourists. For that purpose the author develops the project task that takes students through the stages of developing an information board for tourists; compiles the list of most common words and phrases in English to be used in the tourist product developed by the students; and develops the framework of local heritage knowledge to be internalized by students specializing in tourism management.

The suggested project stages are as follows: 1) gathering and analyzing information on local heritage and logistics; 2) acquiring language material, analyzing English-speaking resources for tourists to ensure proper linguistic appeal of the final product; 3) developing information materials for tourists (selecting the subject matter, categorizing information, developing the textual matter and design); 4) Preparing and presenting the information board for tourists visiting Zhytomyr.

Key words: *information board, tourist information materials, hands-on approach to teaching a foreign language, professional training of tourism managers.*