

## З ТУРИЗМУ В НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Оксана Баранівська

Ягеллонський університет (Польща)

**Анотація.** Статтю присвячено особливостям навчання туристичної лексики української мови в польськомовній аудиторії. Запропоновано тематичні блоки і способи опанування туристичної лексики. Представлено результати анкетування, проведеного серед студентів-україністів Ягеллонського університету (запитання стосувалися вивчення лексики з туризму).

**Ключові слова:** іноземна мова, українська мова як іноземна, навчання іноземних мов, туристична лексика.

Наше дослідження ґрунтується передовсім на опитуванні, яке ми провели серед студентів-україністів Ягеллонського університету. Було поставлено три запитання, але не одночасно. Спочатку запропоновано укласти за ієрархією десять типів спеціалізованих текстів (гуманітарні (історичні, філологічні), політичні, економічні, медичні, фармацевтичні, косметичні, з точних наук, технічні, туристичні, юридичні), які, на думку студентів, є важливими у вивченні української мови як іноземної.

Ось які результати ми отримали. До першої трійки потрапили гуманітарні, політичні і туристичні тексти. Фактично сюди можна додати й економічні, тому що кількість відповідей, яка вивела туристичні тексти на третю сходинку, була не набагато меншою (20 – туристичні, 18 – економічні). Далі медичні, фармацевтичні, косметичні, юридичні. Останніми у рейтингу важливості були технічні тексти і тексти з точних наук.

Друге наше запитання було пов'язане з першим. Ми вибрали один тип спеціалізованих текстів – серед перших трьох типів у рейтингу. До уваги взяли тексти з галузі туризму і запропонували студентам відповісти на таке запитання: чи вважаєте, що лексика зі сфери туризму вам – майбутнім філологам-україністам – стане у пригоді? Обґрунтуйте свою відповідь.

Чому наш вибір зупинився саме на цій лексиці? Туризм, який останніми десятиліттями розвивається щораз інтенсивніше, суттєво впливає на різні сектори економіки, а також є одним з найперспективніших напрямків її розвитку. У зв'язку з цим зміцнюються міжнародні контакти, міжнародна співпраця. Відкриті кордони дають змогу не тільки подорожувати, а й уможливають навчання за кордоном чи працевлаштування. Сучасний туризм є тією сферою економіки і життєдіяльності

суспільства в цілому, яка тією чи іншою мірою інтегрує практично всі галузі. Сьогодні це одна з найприбутковіших індустрій, з розвитком якої постає необхідність забезпечувати туристичну галузь працівниками з відповідними фаховими вміннями. Відтак вивчення лексики з цієї галузі стає дедалі актуальнішим.

У зв'язку з цим нам видається доцільним впроваджувати лексику з туризму на заняттях з української мови як іноземної (зокрема на старших курсах).

Кожен студент-іноземець повинен опанувати лексичний мінімум, який дасть змогу послуговуватися ним як в усному, так і письмовому варіанті. І хоча більш популярними є англійська, французька чи іспанська мови, проте не слід забувати, що політичні і економічні відносини Польщі зі східноєвропейськими країнами вимагають, а то й сприяють ознайомленню поляків з Україною, Росією чи Білоруссю. Відкриті кордони дають змогу частіше подорожувати, і якщо про західноєвропейські країни пересічному туристові з Польщі відомо багато, то східний бік кордону Польщі і все, що є за ним, залишається інколи не відкритим, певною мірою таємничим. Передовсім про це свідчить популярність східнослов'янських філологій у вищих навчальних закладах Польщі. Останніми десятиліттями люди їздять щораз частіше. Мета цих поїздок – різна. Це і службова, і приватна, і туристична. Зрештою, змінюють місце проживання – переїжджають. У будь-якому разі, якого б типу ця поїздка не була, потрібне знання мови тієї країни, до якої виїжджаємо. Навіть елементарне.

Важливою мотивацією є те, що щораз частіше знання мови потрібне на ринку праці. Сьогодні без знання мов важко здобути омріяне робоче місце чи, у випадку студентів, виїхати на річне чи піврічне стажування за кордон.

Останнім часом у навчальних програмах вузів з'явився предмет „Język biznesu”. Зрозуміло, що в умовах вільної ринкової економіки, відкритих кордонів знання мови бізнесу, ділового мовлення дуже потрібні. Лексику з цього предмета можемо зарахувати до спеціалізованої лексики, з якою теж, поряд з іншими типами спеціалізованих текстів (наприклад, медичними, технічними чи туристичними), потрібно ознайомлювати студентів-україністів або осіб, що вивчають українську мову на мовних курсах.

Усі студенти\*, без винятку, висловилися за те, що лексику з туризму потрібно вивчати, тому що:

– вона є дуже важливою для опанування іноземної мови. Сьогодні багато акцентується на туризмі і промуванні національних культурних багатств і цікавих місць з огляду на історію чи географію. Популярною є реклама своєї країни на міжнародній арені власне з підкресленням

---

\* Тут і далі подаємо результати опитування. Кожна відповідь (окремого студента) починається з нового рядка.

її туристичних переваг. Чим охочіше відвідують країну, тим більшим є дохід від туристичної галузі, що означає нові робочі місця в туристичному секторі. Тому лексика з туризму потрібна кожному філологу;

– нині люди багато подорожують (інколи у Кракові шукали осіб, зокрема студентів, які хотіли б проводити час з українцями, розповідати їм про Краків, пам'ятки архітектури міста). Крім того, більш поширеними є тексти зі сфери туризму ніж тексти, пов'язані з технікою або косметикою. Звичайно, це залежить від того, де хтось хоче працювати і чим хоче займатися у майбутньому. Однак справжній філолог-україніст повинен знати різноманітну лексику і не боятися перекладати жодних текстів;

– сьогодні туристична лексика є важливою у словниковому запасі кожного молодого філолога (перспектива спільного проведення Євро-2012). Реалії ринку щораз частіше диктують нам свої умови: легше знайти роботу екскурсовода для іноземних туристів, аніж перекладати художню літературу;

– ця галузь послуг постійно розвивається і стає дуже важливою для економіки України (як і інших країн), а в майбутньому нам може трапитися робота у цій сфері;

– ринок туризму постійно розвивається. Як у Польщі, так і в Україні є місця, які найчастіше відвідують туристи. Саме у цій сфері можна буде працевлаштуватися;

– часто ця лексика трапляється у повсякденному житті і може нам дуже допомогти під час різних подорожей. Майбутні філологи матимуть нагоду використовувати таку лексику під час різних перекладів, адже в художніх текстах вона також трапляється;

– щоб у майбутньому вільно їздити в Україну. Без знання цієї лексики будемо подорожувати перелякані і невпевнені;

– те, чи вона стане нам у пригоді, залежить від того, чим будемо займатися в майбутньому;

– сьогодні ринок праці дає молоді щораз більше можливостей працевлаштуватися саме в цій галузі;

– лексика з туризму обов'язково стане в пригоді, адже ми вивчаємо іноземну мову, передовсім тому, щоб згодом поїхати до країни, мову якої вивчаємо (це є важливим стимулом), а володіння туристичною лексикою часто стає основою нормального „існування” в іншій державі;

– з року в рік туризм розвивається все більше і більше.

Як впливає з опитування, на сучасному етапі лексика зі сфери туризму посідає неабияке місце у процесі вивчення і навчання іноземної мови. Тому перед викладачем стоїть ряд завдань, які він мусить реалізувати у дидактичному процесі.

У навчанні спеціалізованої лексики і граматичних особливостей, які характерні для цього типу текстів, потрібно звертати увагу на кілька

аспектів. Це передовсім термінологія (зокрема фахова), значна кількість запозичень, інтернаціоналізмів, вживання модальних дієслів, а також дієслів пасивного стану. Крім цього, спеціалізовані тексти послуговуються певними символами і міжнародними знаками<sup>1</sup>. Проблема засвоєння туристичної термінології, яка становить основу майбутнього фаху студента-іноземця, пов'язана не тільки з методикою викладання української мови як іноземної, але й з актуальними проблемами сучасного термінознавства<sup>2</sup>. З цим тематичним блоком можна ознайомлюватися тоді, коли студенти уже володіють певними знаннями, уміннями і навичками з іноземної мови, зокрема певним лексичним мінімумом іноземної мови і граматичними структурами тієї мови. Адже вивчення такої лексики вимагає від студента передовсім розуміння цього типу текстів, а також уміння послуговуватися ними на письмі і в мовленні (не подаємо читання, бо просто до середнього рівня студент без уміння читати просто не дійде). Якщо ж це все-таки початковий рівень, то доцільно залучати наочність<sup>3</sup> (зокрема зображальну – різні види транспорту (напр. в Україні – в Києві є *фунікулер*), визначні пам'ятки міста, музейні експонати, види відпочинку, посуд тощо), а також пояснення спеціальної лексики рідною мовою студента. Іноді при засвоєнні туристичної лексики добре скористатися антонімічними парами: *прибуття – відправлення* (напр. поїзда), *ввезити – вивезити* тощо.

Для успішної реалізації цих цілей, тобто навчання розуміння і писання, а також уміння послуговуватися цією лексикою на письмі, потрібно передовсім використовувати автентичні тексти. Вивчення лексики може відбуватися кількома шляхами.

Важливим моментом є те, з якою метою вивчається лексика туризму. Як зазначають Й. Тамбор і А. Майкевич, навчання може бути реалізоване в двох варіантах<sup>4</sup>:

- 1) для осіб, для яких туризм є хобі;
- 2) для осіб, які професійно пов'язані з туризмом (екскурсоводи, працівники готелів, туристичних агентств).

Проте в університетській аудиторії не до кінця відомо, хто зі студентів до якої з груп належатиме (про це можуть знати одиниці, які роблять перші кроки у цій галузі) і чи взагалі належатиме. У будь-якому разі зміст і способи подавання матеріалу повинні стосуватися таких аспектів:

<sup>1</sup> Цит. за: J. Tambor, A. Majkiewicz, *Polski język turytyki jako cel nauczania cudzoziemców*, w: *Języki specjalistyczne — zagadnienia dydaktyki i przekładu*, Katowice, Śląsk, 2003, s. 87.

<sup>2</sup> Т.М. Лагута, О.М. Вержанська, *Вивчення туристичної лексики у курсі російської мови як іноземної*, w: *Викладання мов у вищих закладах освіти*, випуск 16, 2010, s. 138.

<sup>3</sup> *Ibidem*, s.142.

<sup>4</sup> J. Tambor, A. Majkiewicz, *Polski język turytyki...*, s. 88.

а) Етапи підготування подорожі:

– усний і письмовий способи зв'язку з фірмою, збирання інформації (ознайомлення з типовими структурами, характерними для телефонної розмови, а також структурами, властивими написанню листа);

– інформація про готель;

– формальності (страхування, правила дорожнього руху, паркування ітд.);

б) етапи подорожі:

– способи доїзду (елементи географії, власні назви, які відрізняються в обох мов, напр. *Сена – Sekwana, Кельн – Kolonia, Сілезія – Śląsk*); *плани міст, топографічні визначення*;

– проспекти готелів, рекламні проспекти, історія (культурні елементи). Потрібно звернути увагу на граматичні елементи – пасивний стан дієслів і безособові дієслова;

– екскурсії (лексика з галузі історії, географії. Тут найкраще використати туристичні інформатори);

– покупки.

в) закінчення подорожі:

– ситуаційні діалоги;

– різні випадки (аварія, втрата документів, у лікаря).

До цього можна додати складніші теми (вже більш вузькі) (за умови більшої кількості годин і для осіб, які професійно займаються туризмом):

– зайнятість у сфері туризму;

– туристичні оператори;

– бізнес-поїздки;

– екіпаж літака;

– продаж і маркетинг у сфері туризму;

– вирішення скарг;

– світові тенденції розвитку галузі туризму.

Ці тематичні частини відповідають реальним ситуаціям, відтак найкраще ознайомитися з лексикою завдяки проспектам, брошурам, статтям з туризму. Річ очевидна, що такі матеріали слід добирати за двома критеріями: тематичним і граматичним. Тексти також повинні містити інформацію про культурні особливості регіону. Не можна оминати способів звертання – мовних формул. Наприклад, в Україні можна звертатися, *pani+ ім'я, ім'я і по батькові* або тільки *pani*. У Польщі прийняті тільки перша і третя формули, але вони не є рівнозначними з українськими, що інколи може призвести до непорозумінь.

Які найдієвіші способи опанувати цю лексику? Фактично ознайомлення з лексикою туризму не настає щойно на 3 чи 4 курсі (тепер першому курсі магістерської програми). Деякі слова, що трапляються у вище згаданих тематичних групах, студент вивчає ще на 1 чи 2 курсі

(покупки, поїздки, у лікаря, у готелі, але це тільки окремі структури чи слова, особливо дві останні).

Під час практичних занять з української мови для вивчення лексики з туризму ми використовуємо статті українською мовою (ознайомлення зі структурами, характерними для мови туризму, новими словами), статті польською мовою (для перекладу їх українською), брошури, інформатори.

Третє питання нашого анкетування стосувалося найдієвіших способів опанування туристичної лексики української мови. Ось які відповіді на питання *Який спосіб ознайомитися з туристичною лексикою української мови є найдієвіший? Переклади, читання текстів з туризму (українською мовою), вивчення самої лексики?* ми зафіксували:

– найкраще ознайомлюватися з туристичною лексикою завдяки перекладам (особливо з польської на українську), а також читанню текстів. Це допоможе швидше запам'ятати лексику (вона вживається в даному контексті, з відповідними прийменниками), ніж виписувати слова і вчити їх напам'ять;

– найдієвішим способом навчання є, мабуть, переклади (в обидва боки);

– найкраще вивчати цю лексику можна завдяки перекладам текстів з цієї галузі (7 однакових відповідей);

– можна вивчати лексику традиційним способом, але важливо ознайомлюватися з текстами, в яких уже відомі нам слова знаходять практичне застосування (подані в контексті);

– читання цікавих текстів, наприклад, з туристичних сайтів (українською мовою) або туристичних путівників;

– вивчення самої лексики, без контексту, не є дуже ефективним методом, і краще ознайомлюватися зі словами і їх функціонуванням у текстах, наприклад у статтях із журналів або уривках із книжок, путівників, буклетів туристичних агентств;

– читання текстів з одночасним підкресленням важливих слів (2 відповіді);

– найдієвішим способом ознайомитися із туристичною лексикою є перечитування туристичних брошур, журналів та газет, перегляд фільмів мовою оригіналу на тему подорожей тощо, а також переклад туристичних текстів;

– читання текстів українською мовою;

– вивчення самої лексики;

– найбільш результативний – це переклад і сама лексика, оскільки можна одразу порівняти дві мови (українську і польську).

Як впливає з нашого дослідження, вивчення спеціалізованої – туристичної – лексики на заняттях з української мови є однією зі складових навчального процесу. Майже всі з опитуваних не відкидають того, що ця лексика, порівняно з усіма іншими видами спеціалізованої лексики, може

стати у пригоді і то дуже швидко. Тому мова туризму у вивченні української мови як іноземної має стати однією з пріоритетних, якщо хочемо зробити нашу країну привабливою в очах іноземних туристів, а передовсім найближчих сусідів – поляків.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Tambor J., Majkiewicz A., 2003. *Polski język turystyki jako cel nauczania cudzoziemców*, w: *Języki specjalistyczne – zagadnienia dydaktyki i przekładu*, Katowice, Śląsk, s. 85–91.
- Лагута Т.М., Вержанська О.М., 2010. *Вивчення туристичної лексики у курсі російської мови як іноземної*, w: *Викладання мов у вищих закладах освіти*, випуск 16, s. 137–146.

#### TOURISM VOCABULARY IN TEACHING UKRAINIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

**Summary.** The article is dedicated to the issue of teaching tourism vocabulary to Polish students of the Ukrainian language studies. The author suggests some theme blocks and methods of teaching vocabulary from the mentioned language area. The results presented in the article come from a survey which was carried out on students of the Jagiellonian University. The questions referred to assimilation of tourism vocabulary.

**Key words:** Ukrainian as a foreign language, foreign language studies, tourism vocabulary