

5. Schnotz, Wolfgang (2005): An Integrated Model of Text and Picture Comprehension. In: Mayer, Richard (Hrsg.): The Cambridge Handbook of multimedia learning. Oxford: Cambridge University, 49–69.

Примак О.М.

старший викладач кафедри німецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Прокопчук Л.В.

старший викладач кафедри німецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

НАПИСАННЯ ТЕКСТІВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Анотація. В статті наголошується на рекомендації щодо написання текстів на спеціальну тематику в галузі туризму з урахуванням основних критеріїв та сучасних методологічних досліджень.

Ключові слова: іношомовний код, соціокультурні фонові знання, аутентичні тексти, культурний контраст, культурна ідентичність.

Summary. The article emphasises the recommendations for writing texts on special topics in the field of tourism, taking into account the main criteria and modern methodological research.

Key words: foreign language code, socio-cultural background knowledge, authentic texts, cultural contrast, cultural identity.

Постановка проблеми. Читання належить сьогодні до базової компетенції кожної сучасної людини, оскільки процес читання відбувається як свідомо, так і підсвідомо через те, що багато інформації ми отримуємо сьогодні у письмовій формі та в різних жанрах. Туризм як міждисциплінарна дисципліна охоплює, серед іншого, сфери економіки, соціальних відносин та географії.

Всесвітня туристична організація визначає туризм як соціальне, культурне та економічне явище, що складається з подорожей людей на період до одного року з професійних або приватних причин до місць, де вони зазвичай не живуть. Тому постає завдання розробити глобальну перспективу розвитку та організації туристичної структури таким чином, щоб організація туристичного послуг і товарів могла бути оптимально здійснена з урахуванням усіх залучених агентів.

Мультидисциплінарний профіль програми відкриває можливості роботи для студентів туризму в дуже різноманітних і широких галузях, таких як економіка, культура, соціологія, антропологія або технологія.

Аналіз останніх досліджень. Визначним в дослідженні стратегій написання текстів в галузі туризму є те, що авторів поєднує принцип того, що наукові статті, як правило, є аргументованими, аналітичними текстами, призначеними для

спеціалізованої аудиторії. Мова, що використовується, з відповідною спеціалізованою лексикою, є орієнтиром для написання текстів на певну тематику [7]. Написання текстів у сфері туризму є конкретним і точним. Власна думка автора не з'являється в тексті, тому студенти повинні знати мовні форми вираження, які підкреслюють необхідну об'єктивність, наприклад, використання третьої особи однини (Diese Arbeit präsentiert neue Daten über touristische Reiseströme in Frankreich am Ende des letzten Jahrhunderts.), або пасивного стану (In dieser Arbeit wurden zwei allgemeine Ziele formuliert.) [6].

Мета дослідження. З'ясувати та охарактеризувати принципи стратегій написання текстів в галузі туризму відповідно до завдань підготовки студентів на заняттях з німецької мови як іноземної для розвитку іншомовної компетенції з читання при врахуванні сучасних методологічних досліджень.

Основна частина. Під час навчання майбутні фахівці з туризму повинні продовжувати розвивати свою мовну виразність, щоб мати можливість завжди правильно спілкуватися і гнучко реагувати на ситуації. Наприклад, вони повинні вміти правильно висловлюватися в наступних ситуаціях:

- Студенти, які вивчають туризм, повинні чітко усвідомлювати, який мовний стиль є доречним у конкретній ситуації.

У письмових текстах у сфері туризму(рекламних текстах або інших типах текстів) вони повинні оволодіти різними мовними реєстрами від технічної мови до загальної мови, щоб висловлюватися чітко і лаконічно.

- Вони повинні вміти чітко передавати свої повідомлення у своїх текстах, і завжди реагувати з повагою та відповідно до ситуації. Необхідно завжди поважати приватне життя партнерів по комунікації. За жодних обставин не можна допускати, щоб особисті упередження щодо певних груп проступали в текстах.

- Студенти також повинні вміти впевнено орієнтуватися у віртуальному просторі в письмовій формі.

Для того, щоб бути компетентними, вони повинні бути знайомі з цифровими інструментами, методами та контентом, що мають відношення до туризму: електронний туризм (туризм та Інтернет), m-туризм (мобільний туризм за допомогою смартфонів і планшетів) і туризм 2.0 (соціальні мережі для туризму).

- Студенти повинні оволодіти різними типами текстів (аргументаційними, інформаційними, описовими), щоб успішно спілкуватися з клієнтами. Креативне письмо також має своє місце в програмі для досягнення цих цілей. В рамках академічної підготовки в університеті студенти туризму вчать правильно спілкуватися в письмовій формі в різних ситуаціях з різними цілями в будь-який час [3].

- Студенти працюють над багатьма проєктами з розвитку туризму під час навчання, використовуючи описові, аргументаційні та аналітичні тексти. Для цього абсолютно необхідним є розвиток критичного ставлення та аналітичних навичок. Вони повинні вміти розуміти та аналізувати інформацію, щоб інтегрувати її у власне мислення у зрозумілий спосіб, звичайно, завжди в рамках конвенцій для академічних робіт та посилаючись на джерела. Аргументи повинні бути вагомими і переконливими [3].

Академічні статті зазвичай мають досить фіксовану структуру, однак, певні місця публікації можуть також вимагати застосування специфічних стандартів, яких необхідно дотримуватися. Тексти повинні робити вагомий внесок в академічну дискусію.

Наукова стаття повинна продемонструвати академічній спільноті, що оригінальна основна теза, яку вона містить, ґрунтується на існуючих роботах, що метод, використаний для отримання даних, був належним, що аналіз був проведений у повному обсязі, а результати є значущими та релевантними. Тексти повинні переконувати читацьку аудиторію через якість наданої інформації. Вона має бути подана таким чином, щоб читачі могли оцінити її самостійно. Для цього та для більшої довіри до тексту необхідно дотримуватися наступних вимог:

- Зазначити джерела, в яких міститься представлена інформація.
- Пояснити метод, за допомогою якого були зібрані використані дані.
- Базувати теоретичні побудови на об'єктивних даних.
- Представляти та аналізувати конкуруючі гіпотези та надавати рекомендації щодо написання текстів на певну тему.
- Чітке та зрозуміле використання мови [4].

Структура наукових текстів складається з таких елементів: Заголовок повинен містити основну інформацію чітко і коротко. Він призначений для того, щоб допомогти читачам швидко розпізнати основний зміст та оцінити його актуальність. Наукові доповіді пишуться з урахуванням адресата та його вимог. Як і у всіх наукових роботах, тут також рекомендується використання чіткої, точної мови, оскільки основна мета тексту – донести інформацію до адресата. З цією метою форма документа також повинна бути привабливою, наприклад, за допомогою графіки або використання різних шрифтів для привернення більшої уваги тощо [4].

Наукові доповіді завжди повинні бути об'єктивними. Використані джерела повинні бути добре задокументовані, а також необхідно намагатися дотримуватися аналітичного та критичного ставлення до досліджуваного об'єкта чи явища. Якщо доповідь повинна містити оцінку, голос автора – без перебільшення – може виходити на перший план. (У цьому випадку звіт не лише подає та аналізує інформацію, але й оцінює її).

Рецензія – це текст, який містить інформацію про книги, статті, твори або інші види мистецької творчості (наукові дослідження, кіно, театр тощо) та формулює критичну оцінку [6].

В академічній сфері рецензія має три основні цілі: зрозуміти текст, ретельно проаналізувати його та оцінити його у зв'язку з підготовкою детальної бібліографії. Дискусія є інструментом спілкування між двома або більше людьми і повинна розглядатися в контексті.

Рецензія складається з двох основних частин: формального опису обговорюваного твору (автор, назва, підзаголовок, місце видання, видавництво, збірник, номер у збірнику, рік видання і кількість сторінок) і власне основної частини, в якій твір і автор поміщаються в контекст, дається короткий підсумок обговорюваного твору і додається особиста оцінка з аргументованою аргументацією [2].

Окрім згаданих вище текстів, студенти також повинні володіти іншими, неакадемічними типами текстів. Після завершення навчання вони повинні бути здатними брати участь у внутрішній та зовнішній комунікації компанії у своєму

професійному середовищі. Використовуючи електронну пошту, текстові повідомлення та соціальні мережі, вони відповідатимуть на запити клієнтів та передаватимуть інформацію, прийматимуть бронювання, змінюватимуть та підтверджуватимуть, організовуватимуть заходи з іншими професіоналами тощо. Також необхідні знання інших типів текстів: рахунки-фактури, кошториси, річні звіти, звіти, ділові листи та скарги, реєстраційні форми та форми замовлень, меню, рецепти тощо. У своєму професійному житті як фахівці з туризму студенти також повинні вміти писати тексти для широкої аудиторії, такі як каталоги, брошури, рекламні оголошення, рекламні плакати, програми, путівники та загальні статті [6].

У процесі навчання студенти повинні ознайомитися зі специфікою стилю рекламних текстів у туристичній індустрії. Для того, щоб досягти бажаної комунікативної мети (проінформувати, переконати, ...), студенти повинні бути знайомі з необхідними стилістичними прийомами: прикметники (Adjektive), іменники (Nomen), номіналізації (Nominalisierungen), ступені порівняння (Komperativ та Superlativ) [3]. Студенти також повинні вміти використовувати різноманітні таблиці, графіки, ілюстрації та карти та правильно інтегрувати їх в своїх роботах.

Студенти повинні бути знайомі зі спеціалізованою термінологією та туризму, щоб мати змогу адекватно спілкуватися. Наприклад, терміном «Besucher» (гість) визначається особа, яка з різних причин (бізнес, відпочинок, інші) здійснює подорож в інше місце, ніж її рідне місто, і не залишається там більше року.

Якщо «Besucher» залишається на ніч у місці призначення, то про нього вже говорять як про «Touristen» (туриста), а не про «Tagesausflüger» (екскурсанта) [3].

Крім того, слід звертати увагу на вживання скорочень та аббревіатур, які є міжнародно визнаними та вживаними, наприклад, *Rax* є міжнародною аббревіатурою для позначення терміну «подорожуючий», «турист».

Check-In (заселення) або німецькою *Einchecken* – це всі дії, необхідні для мандрівника, щоб заселитися в номер у туристичному закладі розміщення. *Check-out* (виїзд) або чек-аут включає в себе дії, необхідні для від'їзду. ІАТА, Міжнародна асоціація повітряного транспорту, запровадила загальноприйняті скорочення для

аеропортів, валют і мов по всьому світу, наприклад для країн (USA, UA) або валюти (EUR, USD) [1].

Висновки. Написання фахових текстів є однією з основних компетенцій студентів, котрі вивчають німецьку мову, яка має велике значення для їх професійного становлення. При написанні текстів студенти повинні дотримуватися основних вимог, добре володіти фаховою термінологією та відповідати міжнародно визнаним компетенціям в сфері туризму. Окрім академічних текстів, студенти також повинні опанувати інші, неакадемічні типи текстів, такі як рахунки-фактури, кошториси витрат, річні звіти, звіти, ділові листи та скарги, реєстраційні форми та форми замовлень, меню, рецепти тощо, необхідні для їх подальшої професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. Всесвітня організація туризму (UNWTO). URL: <https://www.coe.int/de/web/culturalroutes/world-tourism-organization>.
2. Gesellschaft für deutsche Sprache. URL: <https://gfds.de/>
3. Tourismus: Fachbegriff & Reiselexikon. URL: <https://www.hotelier.de/tourismus/reiseund-urlaub/42335-tourismus-fachbegriffe-und-reiselexikon>
4. Servei de Llengües (UAB), Serveis Lingüístics (UB), Servei de Llengües Modernes (UdG), Institut de Llengües (UdL), Servei Lingüístic i de Publicacions (URV). Ausgabe: März 2020. Zweite Auflage (nach Kriterien zur barrierefreien Textproduktion): Oktober 2023. URL: <https://www.uab.cat/idiomes-campus/>.
5. Die ganze Welt des Reisens in Stichworten – Travelscout24. Themengebiete von A-Z. URL: <https://www.travelscout24.de/glossar/>.
6. Stefan Jeuk. Zusammenfassung: Grundlagentext Zweitspracherwerb. Ludwig-Maximilians-Universität, 2019/2020. URL: <https://www.studocu.com/pe/document/ludwig-maximilians-universitat-munchen/daz-modellschule/zusammenfassung-grundlagentext-zweitspracherwerb-von-stefan-jeuk/10130186>
7. Sasa Jazbec. Beiträge zur Fachkommunikation. Die Schlüsselkompetenz Lesen: Fachtexte und wissenschaftliche Texte strategisch lesen. Maribor, 2016. URL: <http://eprints.nbu.bg/id/eprint/4112/1/beitr-ge-zur-translation-und-fachkommunikation-2019.pdf>

Приходько Н.Г.

старша викладачка кафедри німецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

РЕФЛЕКСИВНИЙ ПІДХІД У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Сучасний освітній процес не можливо уявити без рефлексивного навчання. Воно є його важливою складовою, оскільки сприяє досягненню найоптимальніших