

**ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ,  
СПРИЯТЛИВІ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНОЇ  
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ  
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ  
В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ**

*У статті досліджено ефективність використання на заняттях з іноземної мови діалогових форм мовлення для досягнення соціокомунікативної компетентності студентів. Визначено доречність оперування неповними реченнями в умовах діалогу на побутові теми; застосування еферентно-аферентних діалогів у вправах, спрямованих на формування професійних умінь майбутніх менеджерів з туризму.*

**Ключові слова:** менеджери туристичної галузі, соціокомунікативна компетентність, діалогічне мовлення, іноземна мова, навчальні вправи.

Сучасний стан розвитку туристичної галузі вимагає від фахівця вільного володіння іноземною мовою. При цьому він має бути спроможним спілкуватись іноземною мовою в різних соціальних ситуаціях, тобто виявляти соціокомунікативну компетентність.

Проблемі формування соціокомунікативної компетентності присвячено достатню кількість наукових праць. Так, Є. Пассов визначає важливість навчання іноземної мови з урахуванням змісту пріоритетних для людини соціальних контактів [2], у праці В. Сафонові соціокомунікативну компетентність розглянуто як чинник загальної комунікативної компетенції особистості [3], Л. Буняєва торкається проблеми компетентнісного підходу в навчанні іноземної мови, у межах якого тлумачить соціокультурну компетенцію як таку, що містить і соціолінгвістичну, тобто знання про соціокультурну специфіку країни мови, що вивчається, уміння будувати свою мовленнєву поведінку адекватно цій специфіці, уміння адекватно розуміти та інтерпретувати лінгвокультурні факти [1].

Таким чином, науковці визнають важливість набуття студентами соціокомунікативної компетенції як якості, що дає змогу реалізовуватись у соціальних (зокрема професійно необхідних) контактах. Водночас варто зазначити, що форми організації навчального матеріалу, оптимальні для формування соціокультурної компетентності майбутнього фахівця, є недостатньо вивченим аспектом наукової думки.

**Мета статті** – розглянути ефективність використання на заняттях з іноземної мови діалогових форм мовлення як засобів формування соціокомунікативної компетентності майбутніх менеджерів з туризму.

Діалогічне мовлення виконує функцію безпосереднього обміну висловлюваннями між двома або декількома особами. Особливостями діалогічного мовлення є коротка будова висловлювань, використання неповних речень,

широка практика оперування невербальними засобами спілкування (міміка, жести), яскраве інтонування. Особливо слід зауважувати на відходженні від книжкових форм мовлення (так званого класично “правильного” мовлення). Зокрема, якщо ми бажаємо надати нашим студентам дійсно практичних умінь користування іноземною мовою в діалогових ситуаціях загального вжитку, маємо спрямовувати їх до вичленювання суті комунікативної проблеми, яка має бути сформульованою у формі, близькій для розуміння носієм мови. Таке досить складне лінгвістичне завдання може бути здійснено за допомогою навчання студентів оперування неповними реченнями в діалогах на побутові теми. Наведемо приклади використання скорочених речень, створених від повних класично правильно побудованих у ситуації спілкування.

У поліклініці: “Je voudrais savoir dans quel bureau prend le thérapeute (Я хотів би знати, в якому кабінеті приймає лікар-терапевт)” – це мовленнєва норма, але вона в цьому випадку є ситуативно невиправданою. Скорочена норма (варіант мовленнєвої придатності), ситуативно виправдана: “Dites-moi, où le thérapeute prend? (Скажіть, де приймає терапевт?)”

На зупинці: “Dites-moi, s’il vous plaît, ce bus va jusqu’à l’arrêt “Rue de Natalia Ougevij? (Скажіть, будь ласка, цей автобус іде до зупинки “Вулиця Наталії Ужвій?)” – класична фраза. “À Natalia Ougevij nous gagnerons? (До Наталії Ужвій доїдемо?)” – ситуативно виправдана скорочена фраза.

У магазині: замість повного речення “J’aimerais acheter un jeans bleu taille 28 (Мені хотілось би придбати джинси синього кольору 28 розміру)” можна використовувати скорочене “Avez-vous des jeans taille 28? (У вас є сині джинси 28 розміру?)”

Таким чином, використання неповних речень дає людині змогу оперувати мовленням у швидкому, зручному для обох дійових осіб діалогу темпі, відчувати себе “на одній хвили” з носієм мови, уникаючи при цьому комплексу іноземця, який повільно, але правильно добирає для фрази слова.

Орієнтуючи викладачів іноземної мови на тематичне узагальнення мовленнєвих ситуацій, Т. Сахарова стверджує: “Ніколи й ніде не зустрічаються діалоги, повністю присвячені лише одній будь-якій темі” [4, с. 228]. Ураховуючи це, визначаємо ефективність такого добору лексичного матеріалу для діалогової роботи, який надаватиме змогу інтерпретувати фрази щодо їх предикативного навантаження. Слід зауважити, що інтенція щодо власного висловлювання з’являється в людини стосовно ситуації, а не теми розмови. Якщо тема являє собою предмет комунікації, її зміст, то ситуація виникає в межах теми і, власне, спричиняє інтенцію (намір). Водночас характеристикою ситуації є її міжпредметність, оскільки неможливо уявити, що, наприклад, ситуація “Je suis perdu dans la ville (Я заблукав у місті)” пов’язана лише з темою “Транспорт”.

Одиницею навчання діалогічного мовлення є діалогічна єдність – декілька реплік, пов’язаних за змістом та формою. Найбільш простим способом навчання діалогічного мовлення є застосування зразків діалогу, пов’язаних із мовленнєвою ситуацією. Отже, принцип ситуативності, який означає, що все

навчання мовлення відбувається на основі розуміння змісту певної ситуації, є одним з основних принципів навчання діалогового мовлення.

У навчанні діалогічного мовлення слід застосовувати різні види діалогів та форм роботи з ними: діалог-бесіда, діалог-інсценування, бесіда студентів між собою та з викладачем, бесіда студентів з носієм мовлення (як варіант – студентом-іноземцем цього самого навчального закладу) тощо. Основним засобом навчання діалогічного мовлення є вправи, у процесі виконання яких у студентів формуються вміння професійної спрямованості. Так, для майбутніх фахівців туристичної галузі такими визначаємо вміння запитувати інформацію, адекватно реагувати на репліку співбесідника, уточнювати почуте, заперечувати або пропонувати альтернативу, використовувати штампи діалогічного мовлення, комбінувати репліки тощо.

Серед видів діалогів за метою надання інформації розрізняють еферентні, діалоги з переважним виданням інформації, та аферентні, діалоги з переважним отриманням інформації. Так, еферентний діалог визначається рольовою пасивністю, яка спонукає до відповіді на запитання інтерв'юера (наприклад, у позиції готельний адміністратор та менеджер туристичної агенції – адміністратор, що відповідає на запитання менеджера, буде вести еферентний діалог, а менеджер – аферентний). На особливу увагу заслуговує навчання майбутніх фахівців з туризму еферентних діалогів, які сприятимуть залученню клієнтів до агенції. Еферентний діалог формує уміння повно та розгорнуто реагувати на репліку опонента, монологізувати висловлювання, що є професійно виправданим саме в туристичній галузі. Так, наприклад, на репліку потенційного туриста: “*Quel tour vous me conseillez?* (Який тур Ви мені порадите?)” можна підготувати та висловити ціле висловлювання, яке, по суті, буде лише черговою реплікою в діалозі. Слід зазначити, що при цьому важливою умовою зацікавлення клієнта є вміння впливати на його потенційні інтереси. Так, ефективними будуть фрази типу: “*Car vous avez de jeunes enfants, vous pouvez prêter attention à un voyage au Disneyland, où le programme est construit de telle façon que détruit l'ennui, donne la possibilité de communiquer avec leurs proches héros* (Оскільки у Вас є маленькі діти, можна звернути увагу на подорож до Діснейленду, де програма побудована таким чином, що знищує нудьгу, дає можливість спілкування з улюбленими мульт-героями)”.

Функціональним призначенням аферентного діалогу є формування ініціативного мовлення, спрямованого на отримання інформації, що вимагає вмінь ставити запитання, розуміти відповідь, подавати репліки, які регулюють мовленнєві дії партнера, примушуючи його моделювати своє повідомлення відповідно до потреб партнера по спілкуванню. У підготовці фахівців туристичної галузі аферентні діалоги досить активно використовують, коли слід уточнити, деталізувати відому в загальному вигляді інформацію. Наприклад, якщо програма туру містить так званий “*temps libre*” для самостійного ознайомлення туристів з містом або вибір ними іншого варіанта відпочинку, туристичний менеджер має бути обізнаним із видами додаткових послуг, які може надати готель, обраний для розселення туристів. Тому фахівців з тури-

зму слід готувати до спілкування за темою “Toute la gamme de services de l’hôtel (Спектр готельних послуг)”. Так, майбутніх менеджерів слід залучати до діалогів з орієнтовними запитаннями:

1. “Où sont les services de SPA, des salons? Quel est le prix de ces services? Y a-t-il des options pour ces services à un groupe de touristes? (Чи надаються в готелі послуги СПА-салонів? Яка ціна цих послуг? Чи є варіанти отримання знижок за умови замовлення таких послуг групою туристів?)”.

2. “Ya-t-il une salle de sport et une piscine? On peut organiser ces services pour les groupes de touristes? Quel temporaire de la durée du travail à la salle de sport et dans une piscine? Avez-vous besoin d’un accès médicale pour entrer à la piscine? (Чи є в готелі спортивна зала та басейн? Чи можуть гості готелю з організованих туристичних груп скористатись цими послугами? Який часовий термін роботи спортивної зали та басейну? Чи потрібні медичні довідки для можливості користування басейном?)”.

3. “Y a-t-il un guide privé (ou le shopping-guide) pour les touristes des pays de la CEI? (Чи надає готель послугу приватного гіда (або шопінг-гіда) для туристів із країн СНД?). (При цьому потрібно зазначити, що бажаною умовою для реклами такої послуги має бути володіння приватним гідом російською мовою). Quelles sont les options de paiement d’un hôtel pour ces services supplémentaires? (Які варіанти оплати може запропонувати готель щодо надання додаткових послуг?)”.

Діалогічність є частиною загальної стратегії навчання спілкування. Вона може виступати як головне (домінуюче) або супутнє завдання в тій частині навчання, де основною метою є вдосконалення певних видів умінь. При цьому вміннями, необхідними для ведення діалогічного комунікативного акту, є:

- усвідомлення та вміння чітко визначати своє мовленнєве завдання (умовити, переконати, проінформувати, дізнатись, порадити тощо);
- вміння планувати хід бесіди (організація ланцюжка реплік з урахуванням можливої реакції партнера);
- здатність до спонтанної перебудови своєї програми в ході спілкування;
- вміння перехоплювати ініціативу спілкування;
- вміння надавати партнеру можливості реалізовувати своє мовленнєве завдання.

Для формування таких умінь ефективною є організація спеціальних вправ, що дають змогу навчитись швидко та різноманітно реагувати на висловлене співбесідником, вміння підтримати бесіду. Суть таких вправ виявляється в можливості промовця реалізації стратегічного завдання відповідно до певного мовленнєвого завдання. Так, наприклад, для реалізації стратегічного завдання – *довести*, що недотримання обговорених домовленостей щодо умов заселення туристів у готелях певної категорії з боку сторони, яка приймає, свідчить про непрофесіоналізм, слід *пояснити*, як розуміє поняття “професіоналізм” той, хто розпочинає бесіду, *поцікавитись*, що думає з цього приводу співбесідник, *запропонувати* йому висловити свою думку із цього

приводу. При цьому кількість та якість проміжних завдань залежить не лише від розумових та мовленнєвих можливостей студента, а й від його навченості здійснювати тактику спілкування.

Для реалізації завдань навчання діалогічного мовлення здійснювали тактику використання наочних опор для обох партнерів. Для цього давали їм спільне завдання, наприклад, довести клієнту, що йому вигідно буде замовити раннє бронювання туру. При цьому використовували таку опору:

<i>Загальна рекомендація</i>	<i>згода</i>
<i>Аргументація</i>	<i>доповнення</i>
<i>Доповнення</i>	<i>оцінка</i>

Результатом використання мовленнєвих вправ, що дають змогу навчати будувати та реалізовувати діалоги, стає вдосконалення всіх видів комунікативних якостей, які допомагають досягати певної комунікативної мети.

**Висновки.** Отже, використання на заняттях з іноземної мови діалогових форм мовлення є ефективним засобом формування соціокомунікативної компетентності майбутніх менеджерів з туризму.

#### **Список використаної літератури**

1. Буняева Л.М. Компетентностный подход в обучении иностранному языку / Л.М. Буняева ; Информационно-методический центр Новомосковска / Педагогическая конференция 30–31 января 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imc-new.com/index.php/teaching-potential/58-metodrecommend/208-2011-04-19-06-21-56>.
2. Пассов Е.И. Ситуация, тема, социальный контакт / Е.И. Пассов // Общая методика обучения иностранным языкам : хрестоматия / сост. А.А. Леонтьев. – М. : Рус. яз., 1991. – С. 162–173.
3. Сафонова В.В. Коммуникативная компетенция: современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях / В.В. Сафонова. – М., 2004.
4. Сахарова Т.Е. Проблемные ситуации при обучении диалогической речи / Т.Е. Сахарова // Вопросы методики преподавания иностранных языков : сб. ст. / отв. ред. В.И. Баранова. – Тула, 1967. – С. 228.

*Стаття надійшла до редакції 24.02.2014.*

#### **Варава И.Н. Формы организации учебного материала, благоприятные для формирования социокоммуникативной компетентности будущих менеджеров туристической области в процессе обучения французскому языку**

*В статье исследуется эффективность использования на занятиях по иностранному языку диалоговых форм речи для достижения социокоммуникативной компетентности студентов. Определяется уместность оперирования неполными предложениями в условиях диалога на бытовые темы, применения эфферентно-афферентных диалогов в упражнениях, направленных на формирование профессиональных умений будущих менеджеров по туризму.*

**Ключевые слова:** менеджеры туристической отрасли, социокоммуникативная компетентность, диалогическая речь, иностранный язык, учебные упражнения.

#### **Varava I. The Forms of Teaching Materials Organization Used in the French Language Teaching to Enhance Social Communicative Competence of Future Tourism Managers**

*In the paper presented the effectiveness of dialogue activities in a foreign language teaching to develop a social communicative competence has been investigated.*

*The author proves that in teaching dialogue communication the situational approach determining the appropriate situation awareness is of particular significance.*

*It has been found that the use of incomplete sentences in real life situational dialogues is quite reasonable. In the paper different types of dialogues have been under consideration: conversations (student to student, student to teacher, student to native speaker (foreign student for instance), dramatizing, etc.) as well as afferent-efferent dialogues which are aimed at the development of future tourism managers' professional skills. The following skills to establish successful communication have been distinguished: to define the purpose of communication (to persuade, to inform, to find out, to advise), to plan the conversation properly, to redirect spontaneously the conversation programme, to take the initiative, to allow the partner to express the thoughts and achieve the communication purpose.*

*The author gives recommendations as to the types of activities aimed at communicative skills development and enhancement to achieve the level of communicative competence.*

**Key words:** *tourism managers, social communicative competence, dialogues, foreign language, communicative skills.*