За умови вдумливого, відповідального, уважного вивчення теоретичного матеріалу та виконання всіх завдань студенти підвищують свій рівень орфоепічної компетенції, стараються блокувати помилки, які вони робили раніше, та контролювати своє усне мовлення.

Отже, орфоепічна компетенція – важливий складник професіоналізму журналіста. Це частина культури мовлення та загальної культури особистості. На заняттях з дисципліни спеціалізації «Основи культури усного публічного мовлення» студенти ІІІ курсу мають змогу опанувати теоретичні та практичні знання, навички та вміння з української орфоепії, потрібні для майбутньої роботи в галузі соціальних комунікацій.

Література:

1. Михайличенко Н. Орфоепічна культура телерадіожурналіста. Практикум. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 112 с.
2. Орфоепічний словник / укладач М. І. Погрібний. К. : Рад. школа, 1983. 629 с.
3. Сербенська О. Культура усного мовлення. Практикум : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 212 с.

DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-313-5-23

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Поздняков О. В.
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов і країнознавства, факультету туризму
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
м. Івано-Франківськ, Україна

Успішна професійна діяльність у сфері гостинності вимагає високого рівня володіння іноземною мовою. Тому цей освітній компонент вважається невід'ємною складовою університетської програми підготовки фахівців. Метою викладання та вивчення іноземної мови є підготовка студентів до ефективного спілкування

в академічному та професійному середовищах. Водночас, слід брати до уваги специфіку досліджуваної галузі знань, де фахова діяльність передбачає постійні контакти з клієнтами та партнерами, які почасти є носіями різноманітних соціально детермінованих комунікативних субкодів. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність формування в процесі навчання іноземної мови поряд із лінгвістичною також соціально-комунікативної компетентності. Остання складається, виходячи з досвіду спілкування в соціумі, і формується безпосередньо в умовах взаємодії з навколишніми людьми [1, с. 31].

За О.М. Гомонюк, «… соціально-комунікативна компетентність вимагає певної сформованості знань, умінь і навичок, що здобуваються у процесі спеціально організованого навчання» [1, с. 31]. На думку дослідниці, це поняття можна вважати явищем як лінгвістики, так і педагогіки, оскільки воно співвідноситься зі знаннями, навичками й уміннями, що найбільш точно відображають багатогранність комунікативної компетентності, її важливу роль у розвитку особистості [1, с. 31].

З іншого боку, актуальність пропонованого дослідження зумовлена активним використанням фахової лексики сфери гостинності поза межами професійного спілкування, зокрема на рівні побутової комунікації. Одним з важливих чинників поширення зазначених лексичних і фразеологічних одиниць є їх емоційне забарвлення, що сприяє посиленню прагматичного впливу на цільову групу чи конкретного комунікативного партнера. Тому важливим вважаємо встановлення ролі й функцій конотації та емотивності у формуванні іншомовної соціально-комунікативної компетентності в умовах використання професійного вокабуляру в галузі гостинності.

Аналіз наукових джерел дозволяє зробити висновок про комунікативне значення емоційної семантики, частотності вживання емотивно маркованих лексичних і фразеологічних одиниць у процесі прагматичного впливу на реципієнта, а також емоційної самоідентифікації.

У нашому дослідженні пропонуємо використовувати визначення конотації з точки зору комунікативної лінгвістики як «додаткові до основного значення слова, фразеологізму, словосполучення, висловлення, тексту (дискурсу) відтінки (у тому числі і національно-культурні), які надають їм особливого, неповторного забарвлення в спілкуванні й корелюють з поставленими комунікативними завданнями» [3, с. 84].

Професійна діяльність у сфері гостинності передбачає низку комунікативних ситуацій, де емоційний компонент може вплинути на кінцеві комунікативні результати (наприклад, ведення переговорів,

продаж товарів чи послуг, переконання клієнтів або ділових партнерів тощо). У сучасній лінгвістиці однією з ключових функцій конотації є виявлення оцінного ставлення до відповідних людей, речей, процесів. Таким чином, воно реалізується переважно без зміни морфологічної структури слів і сполучень.

Типове комунікативне середовище фахівців сфери гостинності тісно пов'язане з використанням мови як засобу обміну інформацією, з одного боку, і джерела для створення суспільно орієнтованих повідомлень, з іншого. Провідну роль відіграє емотивне забарвлення та власне емотивність, яка є «підкатегорією інформативності, що виявляється в емоційному навантаженні модулів дискурсу й компонентів тексту; властивістю мовної одиниці передавати почуття, емоції» [2, с. 261].

У процесі формування іншомовної соціально-комунікативної компетентності майбутні фахівці сфери гостинності часто стикаються з проблемами вивчення професійної лексики, оскільки вона має складнішу семантичну структуру. Проту саме цьому вокабуляру віддають перевагу для привернення уваги потенційних клієнтів і ділових партнерів. З іншого боку, слід брати до уваги кореляцію суспільного середовища та соціального статусу комунікативних партнерів й цільових груп.

Водночас, реалізація прагматичної функції фахової лексики відбувається на тлі стилістично нейтральних мовних одиниць. Емоційно насичені мовні одиниці виділяються своєю прагматичною дієвістю, відображаючи суб'єктивні компоненти у своїй семантиці [4, с. 29]. Процес передачі інформації супроводжується суспільним позиціонуванням, детермінуючи його доцільність з відповідних професійних міркувань (наприклад, при оформленні брошур, флаєрів, листівок, рекламних матеріалів тощо). Отже, враховуючи значимість експресивного забарвлення фахової лексики, слід враховувати вплив конотації на вивчення та використання цих лексичних і фразеологічних одиниць у професійних цілях.

До складу системи мови входять емотивні інновації, що виникають у тих комунікативних ситуаціях, де виникає потреба за допомогою засобів вираження створити щось нове чи незвичне [4, с. 30]. Індустрія гостинності в сучасних умовах ринкової конкуренції є сприятливим середовищем для мовних інновацій, перш за все, через їхню прагматичну цінність.

У процесі вивчення іноземної мови рекомендується ряд вправ для підвищення рівня соціально-комунікативної компетентності, необхідного в рамках програми закладів вищої освіти. Насамперед, ці завдання повинні бути спрямовані на розвиток навичок усної іншомовної

комунікації. Парні або групові види роботи, обмін думками через обговорення в аудиторії, аудіювання, підготовлене мовлення є ефективними засобами для досягнення бажаних результатів при моделюванні комунікативної поведінки в соціально гетерогенному середовищі. Також вважаємо, що одним з дієвих видів практики для реалізації зазначеної мети є робота з текстами, що може включати читання та переклад, відповіді на запитання, висловлювання на тему, переказ тощо.

Джерелами навчального матеріалу можуть слугувати інтернет-ресурси, а також залучення до навчального процесу носіїв мови. Забезпечення автентичності створює передумови для подальшого використання вивчених слів, словосполучень, синтаксичних конструкцій у професійній діяльності.

Таким чином, для формування необхідного рівня іншомовної соціально-комунікативної компетентності, слід організувати навчальний процес з врахуванням умов відповідного комунікативного середовища, застосовуючи комплекс релевантних методів навчання. Це створює передумови для підвищення ефективності використання студентами сфери гостинності здобутих знань у майбутній професійній діяльності.

Література:

1. Гомонюк О. М. Особливості формування соціально-комунікативної компетентності майбутніх офіцерів в освітньому процесі ВВНЗ. *Молодь і ринок*. 2022. № 3–4 (201–202). С. 29–34.

2. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т. 1. 402 с.

3. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т. 2. 350 с.

4. Сукаленко Н. І. Про конотаційний аспект мовної діяльності людини. *Мовознавство*. 1985. № 2. С. 29–33.