

## PROFESSIONAL RUSSIAN LANGUAGE IN THE FIELD OF SERVICE AND TOURISM

**Abstract:** The given article deals with linguistic ecological problems which are demonstrated by English heuristic scientific texts. It is shown in the article that development of a cognitive science, which integrates a lot of sciences and the usage of anthropocentric approach for investigation of linguistic phenomena brought some problems for both oral and written communication connected with the ecology of the language.

---

### Author information:

**Teodora Rizova**  
Chief Assistant, PhD  
New Bulgarian University  
✉ [tedirizova@mail.bg](mailto:tedirizova@mail.bg)  
🌐 Bulgaria

### Keywords:

heuristic text, ecology, anthropocentric approach, communication, cognitive science

Для того чтобы определить, какие именно профессиональные навыки и умения необходимо формировать в процессе языковой подготовки, и, соответственно, содержание и методику обучения иностранным языкам будущих специалистов по сервису и туризму, необходимо, в первую очередь, учитывать лингвистические особенности профессионального общения в данной области.

Туристская индустрия – «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги гидов-переводчиков» [1, с. 24].

Исходя из данного определения, понятно, что будущий специалист по сервису и туризму может быть потенциальным работником службы приема и размещения гостиничного комплекса, туроператором, турагентом или гидом-переводчиком.

Одним из важных показателей профессионализма специалиста сферы сервиса и туризма является высокий уровень владения иностранными языками. В этой связи целесообразно рассмотреть особенности профессионального речевого общения и лексических норм, составляющих специальный язык представителей данной сферы.

Понятие «специальный язык» требует некоторых предварительных пояснений и, прежде всего, ответа на вопрос о том, какие конкретно ситуации актуализируют использование функционального языка. Главная из них, безусловно, – ситуация общения в пределах специальной сферы. Специальная тематика, специальные цели беседы побуждают специалистов переходить на профессиональный язык, который в меньшей степени связан с национальной принадлежностью его носителей и не должен зависеть от общественно-экономической формации, идеологии и мировоззрения.

Требуется выяснения и вопрос о том, кто является носителем специального языка и каковы его неотъемлемые качества. Самая общая черта коммуникации на данном языке сводится к тому, что общение осуществляется по системе человек – человек. Это человек, профессионально работающий в конкретной области знания. Иными словами, основным необходимым качеством носителя данного языка становится профессионализм, который требует владения понятийно-категориальным аппаратом определенной сферы деятельности и соответствующей ему системой терминов.

Владение языком для специальных целей – явление вторичного характера, поскольку его носители изначально должны быть носителями национального литературного языка. Поэтому,

прежде всего, речь представителя определенной профессиональной сферы должна соответствовать речевым нормам, составляющим культуру речи.

*Речевой нормой* называется совокупность наиболее устойчивых традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закреплённых в процессе общественной коммуникации. Языковое явление считается нормативным, если оно характеризуется такими признаками, как:

- 1) соответствием структуре языка;
- 2) массовой и регулярной воспроизводимостью в процессе коммуникации;
- 3) общественным одобрением и признанием [2, с. 43].

Знание речевых норм является основой культуры речи человека. Культура речи человека играет важную роль в процессе речевой коммуникации, в одну из задач которой входит желание произвести хорошее впечатление на собеседника, т.е. позитивная самопрезентация.

*Культура речи* – это «владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, стилистики), а также умение использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи» [3, с. 247].

Другими словами, культура речи – это умение правильно говорить и писать, а также умение употреблять слова и выражения в соответствии с целями и ситуацией общения. Таким образом, выделяются два показателя, или критерия, культуры речи – правильность и коммуникативная целесообразность. Но этими критериями культура речи не ограничивается. Другими критериями культуры речи, определёнными ещё с древнейших времен, являются: точность, логичность, ясность и доступность, чистота, выразительность, разнообразие, эстетичность, уместность [4, 5].

Очень важным для представителя сферы сервиса и туризма является знание этических норм, которые воплощаются в специальных этикетных речевых формулах и выражаются в высказываниях целым ансамблем разноуровневых средств: как полнозначительными словоформами, так и словами неполнозначительных частей речи (частицами, междометиями) [6].

Этикетные формулы, фразы к случаю – важная составная часть коммуникативной компетенции; их знание – показатель высокой степени владения языком. Более того, подобные этикетные формулы выполняют *контактоустанавливающую*, или *фатическую* функцию общения, основная ситуативно-целевая задача которой – говорить, чтобы высказаться и встретить понимание [7, 8].

Определим некоторые специфические черты профессионального подязыка, которым оперирует специалист сферы социально-культурного сервиса и туризма.

В целом, язык специалиста по сервису и туризму остается тем же национальным литературным языком, но в профессиональном узусе он редуцируется, насыщается специальными словами и выражениями, использование которых предполагает тот же профессионализм, т.е. компетентность. Набор средств выражения в сфере специальной лексики столь разнообразен, что не может быть представлен исключительно лингвистическими единицами. Однако основу его составляют вербальные средства (слова, словосочетания, фразеологические единицы). Именно поэтому представляется целесообразным остановиться на них более подробно.

Как и всякое массовое средство выражения, вербальные средства имеют тенденцию к формированию некоего ядра (центра), составляющего основной наиболее функционально нагруженный лексико-семантический фонд, и периферии, роль которой существенно иная, но не менее значимая.

Специальный словарь основного лексического фонда, естественно, представлен терминологией, которая помимо собственно номинативного терминологического пласта (выраженного, как правило, именами существительными) содержит терминологические слова, выраженные и другими частями речи (термины – глаголы, прилагательные, наречия) [9, 10].

Периферию лексики составляют те языковые средства, которые присутствуют в специальной речи как общеупотребительные, но, тем не менее, присущие именно этой сфере деятельности.

Основной лексический фонд работников службы приема и размещения гостиничного комплекса представлен следующими словами и выражениями:

А) Обозначение типов гостиниц (Человек, не являющийся представителем сферы сервиса и туризма, обычно для обозначения комплекса, предоставляющего туристам услуги проживания,

использует слово «гостиница». Однако у работников специальной сферы существует четкая градация в обозначении того или иного типа гостиницы):

Гостиница при аэропорте – airport hotel – hotel de l'aéroport

Загородная гостиница – inn – auberge

Международная гостиница – international hotel – hotel international

Курортная гостиница – resort hotel – hotel de station balneaire и др.

Б) Обозначение гостиничных служб (обычно данные обозначения встречаются, в основном, в гостиничных комплексах):

Закуски и напитки – food and beverage department – service boissons et restauration

Служба носильщиков – hall porter's department – service de porteurs

Служба уборки – housekeeping department – service de l'hotel и др.

В) Обозначение типов комнат (у специалистов сферы сервиса и туризма также существует четкая градация для обозначения типов гостиничных номеров):

Одноместный номер – single room – chambre pour une personne (chambre simple)

Соседние / смежные комнаты – connecting / adjoining rooms – chambres voisines / chambres communicantes

Семейный номер – family room – chambre pour une famille

Номер-люкс – suite – suite и др.

Г) Резервирование и регистрация:

Журнал регистраций – reservation diary – registre de l'hotel

Регистрационная карточка – registration card – fiche de voyageur

Заполнить формуляр – to fill in a form – remplir le formulaire и др.

Словарь составлен по материалам, представленным в учебном пособии [см.11].

Лексика, которую можно отнести к периферийной, может быть представлена следующими средствами выражения:

Резервировать – to make a reservation – reserver

Подтвердить заказ – to confirm a reservation – confirmer une reservation

Снимать номер – to rent a room

Регистрация – check-in – enregistrement и др.

Лексическое ядро подъязыка, используемого представителями туристических фирм, может быть представлено следующими словоформами:

Туристская индустрия – tourist industry – industrie du tourisme

Социальный туризм – social tourism – tourisme social

Туризм внутренний – internal tourism – tourisme interieur

Таймшер (система владения клубным отдыхом) – time-share

Таймшер-неделя – time-share week

Красный сезон (пик сезона) – red season – saison rouge и др.

К периферийным компонентам подъязыка можно отнести следующие:

Турист – tourist – touriste

Оздоровительный курорт – health resort – station de cure

Климатический курорт – climatic resort – station climatique

Путешествие – traveling – voyage

Средства обслуживания, удобства – facilities – facilites и др.

Что касается лексики, характерной для профессиональной деятельности гида-переводчика, она, прежде всего, служит для описания исторических и культурных достопримечательностей какого-либо объекта, поэтому базовыми лексическими единицами этого профессионального подъязыка будут следующие:

Достопримечательности – attractions – curiosites Памятник – monument – monument

Искусство – art – art

Культура – culture – culture

Дворец – palace – palais и др.

Отметим, что деление лексики на три разные подгруппы, характеризующие профессиональный язык представителей гостиничной службы, туристических агентств и гида-переводчика, весьма условно, поскольку, как было сказано, это три взаимодополняемые составляющие огромной туристской индустрии. Конечно же, языковые средства, используемые в профессиональной речи специалистами сферы сервиса и туризма, не ограничены перечисленными выше словами и выражениями, однако рамки данной статьи не позволяют представить лексический пласт подъязыка представителя данной сферы в полном объеме.

Исследовав лингвистические особенности подъязыка специалиста по социально-культурному сервису и туризму, обратимся к рассмотрению экстралингвистических факторов, характеризующих профессиональный язык этой сферы.

Как известно, основная форма общения представителя сферы сервиса и туризма – это диалог, т.е. процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей [5].

Речевое поведение каждого участника диалога можно разбить на такты: один такт – речь, другой – молчание. Эти такты постоянно сменяют друг друга, что позволяет считать диалог ритмическим процессом. Это означает, что специалист сферы сервиса и туризма, имея высокий уровень инициативности и коммуникабельности, добьется большего профессионального успеха, нежели его молчаливый безынициативный коллега.

Если в коммуникативном взаимодействии представителя гостиничной службы или турагентства и клиента инициатива переходит к последнему, вновь стать инициатором общения возможно посредством изменения коммуникативной тактики, используя инициативные реплики.

Например:

Насколько я понял (-а) – As far as I understood

Да, Вы правы, однако... – You are right, but...

Итак, вы хотели бы – So, you would like.

Если хотите, я могу вам предложить другой номер (тур) – If you want I can propose you another room (tour).

Важным компонентом профессионального речевого акта является адресат, партнер по коммуникации.

Психологические и социальные особенности статуса отправителя речи и адресата позволили исследователям выделить в качестве самостоятельных интерпрофессиональную и интрапрофессиональную коммуникацию [10].

Проанализировав специфику деятельности работника социально-культурного сервиса и туризма, мы выяснили, что его основным партнером является клиент, т.е. адресат, партнер по коммуникации, не специалист в области сервиса и туризма.

Следовательно, профессиональное общение представителей сферы сервиса и туризма осуществляется, в большей части, в условиях *интерпрофессиональной коммуникации*, представляющей собой речевые акты, в которых профессиональные роли коммуникантов не совпадают [10, с. 32].

Этот факт будет определять еще одну особенность профессионального общения специалиста по сервису и туризму – наличие большого количества вопросов со стороны адресата – клиента, с целью уточнения каких-либо моментов, связанных с референцией. Например, клиент, желающий снять номер в гостинице, захочет уточнить, что представляет собой номер-люкс, или же каким образом можно связаться со службой уборки и т.д.

Клиент туроператора, желающий совершить туристическую поездку, непременно будет задавать вопросы, связанные с организацией и условиями путешествия.

Гиду-переводчику будет задана масса вопросов, касающихся той или иной исторической или культурной достопримечательности.

Таким образом, в процессе коммуникативного взаимодействия специалиста сферы сервиса и туризма и клиента происходит совместное решение определенной задачи, связанной с удовлетворением потребности клиента в гостиничном комплексе, турагентстве или на экскурсии [7].

Исследовав лингвистический аспект профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму, нам представляется необходимым сделать следующие выводы.

Основу профессионального языка представителя этой сферы составляет литературный язык, с характерными для него речевыми нормами. Знание речевой этики, предполагающей употребление определенных этикетных формул, способствует установлению контакта с клиентом, что положительно влияет на дальнейшие взаимоотношения фирмы и клиента. Лексический пласт подъязыка специалиста сферы сервиса и туризма представлен словоформами, обозначающими объекты профессионального общения (гостиница, туризм выездной, достопримечательности и пр.).

Основной формой речевого общения представителя сервисной деятельности является диалог в условиях интерпрофессиональной коммуникации, в ходе которого реализуется информативная функция общения. Успех в подобном виде профессионального взаимодействия достигается с помощью умения брать инициативу в общении на себя: профессионально представить интересующую клиента информацию, быстро реагировать на поставленный вопрос,

давать четкий исчерпывающий ответ, т.е. следовать максимуму принципов кооперации и принципам вежливости, составляющим коммуникативный кодекс сферы социально-культурного сервиса и туризма.

### References:

1. Senin B. S. (2000) .Organizaciya mezhdunarodnogo turizma. M.: Finansi i statistika
2. Golub I. B. (2001) Russkij yazik i kultura rechi: ucheb. posobie. M.: Logos, 432 s.
3. Lingvisticheskiy znciklopedicheskiy slovar. M., 1990.
4. Golub I. B., Rozental D. E. (1993) Sekreti horoshej rechi. M.: Mezhdunarodnie otnosheniya, 456 s.
5. Gojhman O. Ya., Nadeina T. M. (1997) Osnovi rechevoj kommunikacii: uchebnyk dlya vuzov; pod red. prof. O. Ya. Gojhmana. M.: INFRA-M, 272 s.
6. Formanovskaya N. I. (1989) Rechevoj etiket i kultura obshcheniya. M., 387 s.
7. Borozdina G. V. (2000) Psihologiya delovogo obshcheniya: ucheb. posobie. M.: INFRA-M, 224 s.
8. Klyuev E. V. (2002) Rehevaya kommunikaciya: ucheb. posobie dlya universitetov i institutov. M.: RIPOL KLASSIK320 s.
9. Denisov P. N. (1980) Leksika russkogo yazika i principi ee opisaniya. M., 346 s.
10. Garbovskij N. K. (1989) Professionalnaya rech (funkcionalno-stilisticheskiy aspekt) // Funkcionirovanie sistemi yazika i rechi. M., S. 30–42.
11. Adamson D. (1997) International Hotel English. Communicating with the international traveller. Prentice Hall International English Language Teaching, Prentice Hall Europe,