



УДК 378.147

СПЕЦИФІКА ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ ГАЛУЗІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Довженко І.В., к. пед. н., доцент,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті розкрито тему специфіки вивчення термінів сфери обслуговування. Наведено ефективні методи і прийоми навчання щодо засвоєння лексики спеціальності галузі гостинності. Звернено увагу на сучасні підходи до вивчення термінології майбутнього фаху студентів немовних вищих навчальних закладів.

Ключові слова: терміни, гостинність, методи навчання, бізнес, сучасний підхід.

В статье раскрыта тема специфики изучения терминов сферы обслуживания. Описаны эффективные методы и приемы обучения для усвоения лексики специальности индустрии гостеприимства. Рассмотрены современные подходы к изучению терминологии будущей профессии студентов неязыковых высших учебных заведений.

Ключевые слова: термины, гостеприимство, методы обучения, бизнес, современный подход.

Dovzhenko I.V. SPECIFICITY OF THE STUDY OF TERMINOLOGY THE IN SERVICE SECTOR

The article reveals the topic of the specificity of the study of terms of the service sector. Effective methods and methods of teaching for mastering the vocabulary of the hospitality industry specialty are described. Modern approaches to the study of the terminology in the future profession of students at non-linguistic institutions of higher education are considered.

Key words: terms, hospitality, teaching methods, business, modern approach.

Постановка проблеми. Терміни – це лексика мови будь-якої спеціальності. Знання термінології сфери обслуговування – умова високої професійності працівників різних напрямів зазначеної галузі. Будь-яка термінологічна система є дуже мобільною з погляду реагування на ті чи інші соціальні зміни. Англійська термінологія сфери обслуговування становить динамічну, широко розгалужену терміносферу, що, з одного боку, перебуває під впливом загальномовних тенденцій, а з іншого – має свої специфічні особливості.

Розвиток сфери обслуговування, у зв'язку з відкритими кордонами з європейськими державами, зумовив посилений інтерес до професійної діяльності працівників цієї галузі. Дослідження їхнього мовлення, моніторинг документації, помилки в меню свідчать про низький рівень володіння іноземною професійною лексикою, уміннями застосовувати термінологію відповідної галузі під час виконання службових обов'язків.

Актуальність проблеми визначається соціальним замовленням на підготовку освічених спеціалістів сфери обслуговування, що володіють навиками іноземного спілкування, професійною термінологією зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою дослідження термінів у системі професійного мовлення займалися І. Верхратський, Г. Винокур, Г. Вороніна, В. Даниленко, Т. Канделакі, І. Корунець, В. Левицький,

Д. Лотте, Т. Руденко, О. Курило, О. Огоновський, І. Пулюй, Т. Панько та інші. Але, на жаль, їхні праці не подають вичерпної методики засвоєння професійної термінологіки як комунікативного базису майбутнього фахівця сфери обслуговування.

Постановка завдання. Мета статті – визначити характерні особливості засвоєння професійної термінології майбутніми фахівцями сфери обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із розділів лексики є термінологія, що охоплює терміни різних галузей науки, техніки, мистецтва, суспільного життя; сукупність усіх термінів якоїсь мови. Існує багато тлумачень поняття *термін*. Наведемо декілька з них.

Терміном називається одиниця історично сформованої термінологічної системи, що виражає поняття і його місце серед інших понять, позначається словом або словосполученням, слугує для спілкування людей, пов'язаних між собою єдністю спеціалізації, належить до словникового складу мови й підпорядковується всім її законам [1, с.5].

Термін – слово або словосполучення, що виражає чітко окреслене поняття певної галузі науки, культури, техніки, мистецтва, суспільно-політичного життя. Від слова *термін* утворено слово *термінологія*, яке означає сукупність термінів з усіх галузей знання. Науку, що вивчає термінологію, називають *термінознавством*.

Термін – це спеціальне слово, яке має дефініцію. Конкретний зміст поняття, визначеного терміном, стає зрозумілим лише завдяки цій дефініції – лаконічному логічному визначенню, яке зазначає суттєві ознаки предмета або значення поняття, тобто його зміст і межі.

Характерні ознаки терміна:

а) належність до певної термінологічної системи;

б) наявність дефініції (визначення);

в) однозначність у межах однієї терміносистеми;

г) точність;

д) стилістична нейтральність;

е) відсутність синонімів та омонімів у межах однієї терміносистеми;

є) відсутність експресивності, образності, суб'єктивно-оцінних відтінків [1, с. 7].

На формування термінології впливають як мовні чинники, зумовлені рівнем розвитку лексичної системи, так й екстралінгвальні фактори, які залежать від рівня розвитку науки й техніки. Крім того, постійна поява нових понять створює проблему й нових номінацій, які творять спеціалісти, отже, певним чином надають термінові суб'єктивного характеру.

Відомо, що основними функціональними стилями сучасної літературної мови є офіційно-діловий, науковий, публіцистичний, художній, розмовний. Головними для сфери обслуговування ми вважаємо офіційно-діловий, науковий і розмовний стилі. На особливу увагу заслуговує використання термінології в ділових паперах. Оскільки студенти освітніх закладів сфери обслуговування – це майбутні фахівці, то вони мають володіти вмінням оформлювати документацію, кореспонденцію, а отже, вміло (точно) застосовувати професіоналізми в діловому спілкуванні.

Існують такі вимоги до використання термінів у діловому мовленні:

1) термін мусить бути стандартним, тобто його потрібно вживати лише в тій формі, яка зафіксована в словнику, напр., *автобіографія*, а не *життєпис*; *меню*, а не *стравопис* тощо;

2) термін має вживатися з одним значенням, теж зафіксованим у словнику;

3) якщо термін є багатозначним, мовець має висловлюватися так, щоб одразу було зрозуміло, яке значення терміна він має на увазі [1, с. 8].

Терміни поділяють на *загальнонаукові* та *вузькоспеціальні*.

Загальнонаукові терміни – звичайні слова, які набули значного поширення, наймену-

вання предметів, якостей, ознак, дій, явищ, які однаково використовуються в побутовій мові, художній літературі, діловому спілкуванні.

Вузькоспеціальні терміни – це слова чи словосполучення, які позначають поняття, що відображають специфіку конкретної галузі, наприклад, сфери обслуговування: *портъє*, *метрдотель*, *швейцар*, *турагент*, *туроператор*, *стінна шафа*, *дверний замок*, *настінні прикраси*, *килими* тощо.

На терміни також із часом перетворюється значна частина професіоналізмів, однак деякі з них не набувають загального поширення й літературного нормування. Оскільки й терміни, і професіоналізми покликані визначати поняття певної галузі виробництва, культури, науки, то звідси впливає найважливіша ознака професійного мовлення студентів освітніх закладів сфери обслуговування – точність, що значною мірою залежить від глибини знань та ерудиції студентів – фахівців певної професійної галузі.

Термін уживається для точного вираження поняття з певної галузі знань (наприклад, сфера обслуговування): *довідкове бюро*, *покоївка*, *бронювання*, *портъє*, *швейцар тощо*. Крім термінів-слів і термінів-словосполучень, бувають терміни-речення: *«Автоматичне управління зовнішніми пристроями з терміналу портъє (фіскальні принтери, зчитувачі кредитних карток, зв'язок із системою управління замками)»* [4, с. 34].

Визначаючи особливості термінологіки сфери готельного господарства, варто орієнтуватись на особливості діяльності сфери обслуговування готельного господарства. Лексика цієї сфери характеризується високою мірою неоднорідності: з одного боку, вона максимально близька до повсякденного життя, а з іншого – містить специфічні терміни, що мають конкретну понятійну орієнтацію (*інгредієнти*, *попільничка*, *постачальник*, *рахунок*, *портъє* тощо). Поява подібних термінів зумовлена особливостями сфери обслуговування, зокрема готельних послуг.

Готельна послуга – це результат діяльності суб'єктів підприємницької діяльності (в цьому випадку готельного підприємства), спрямована на задоволення відповідних побутових потреб індивідуального замовника (туриста), тому процес обслуговування – це інформаційна взаємодія між клієнтом та обслуговуючим персоналом [4, с. 44]. Засоби розміщення класифікуються за багатьма ознаками. Є готельні підприємства й додаткові засоби розміщення. Готелі, у свою чергу, відрізня-



ються залежно від розташування, набору та вартості послуг, що надаються, рівня обслуговування й кількості номерів, форми власності тощо. Усі ці умови зумовлюють появу відповідних термінів, характерних для сфери готельного обслуговування.

Зрозуміло, що, плануючи працювати у сфері гостинної індустрії, студент має досконало володіти не лише рідною, а й іноземними мовами, зокрема англійською. Очікується, що він також обізнаний у термінології означеної галузі. Ці терміни включають, наприклад, розмір ліжок:

- single bed/twin bed (around 39 x 74 inches) – a twin bed is the smallest type of bed, where one person can sleep. It's also sometimes called a single bed;

- full-size bed (around 54 x 74 inches) – nowadays, a full-size bed is usually for one person, but two people could sleep in it (very close together). These are also called double beds;

- queen-size bed (around 60 x 80 inches) – a queen-size bed is bigger than a full bed, and usually shared by two adults;

- king-size bed (around 76 x 80 inches) – a king-size bed is the largest size of standard beds, and can comfortably sleep two people.

Класифікація номерів:

- single room – a single room is for one person, and usually has a full-size bed (double bed);

- double room – a double room usually has space for two guests, with a double bed (full-size) or queen-size bed;

- twin room – a twin room usually has space for two guests, but in two separate beds (twin/single beds);

- triple room – a triple room can sleep three guests, either in one double bed and a single bed, or a different combination of three;

- suite – a suite is bigger than your normal hotel room. In fancy hotels, suites could even have multiple rooms. You might also see an executive suite or a family suite;

- adjoining/connecting rooms – this means that two rooms are connected together by a door going from one room directly into the other. Large groups of people or families might ask to be put in adjoining rooms.

Зручності, наявні в готелі:

- amenities – amenities is just another way of saying “features,” often used in the hotel business;

- AC – air conditioning (usually shortened to “AC”) keeps rooms cool when the weather is hot;

- heating – when the weather is cold, heating will keep the rooms and hotel warm.

- bathroom – this is the room where you'll find a toilet, sink and shower. Most hotel rooms have their own bathroom attached;

- internet access – if a hotel has internet access, it means guests can use the internet somewhere inside. They might have Wi-Fi (wireless internet), which could be free, require a password to access or cost money to use;

- wireless printing – this allows guests to print from their own computers to a printer somewhere else in the hotel (without being connected to the printer with a wire);

- fan – some rooms might have ceiling fans or electric fans to move air around in a breeze and stay cool.

- balcony – a balcony is a platform outside that's enclosed by some type of railing, connected to the hotel room. Balconies are on floors higher than the ground level (second floor and higher);

- patio – a patio is a paved area outside (on ground level) that usually has an outdoor table and chairs;

- smoke-free – if rooms are smoke-free, it means that smoking is not allowed. Smoking and non-smoking are two other terms used to describe if smoking is allowed or not.

Зручності в номері готелю:

- complimentary – this word means “free”. Often hotels will serve a complimentary breakfast (included in the cost of your room), or have complimentary shampoos and soaps in the bathroom;

- bathtub – a bathtub is in the bathroom, where people can clean themselves by taking a bath;

- shower – showers allow people to wash themselves while standing up. The shower head is the part that sprays water, and the drain is on the floor, where the water leaves. Most bathtubs have showers in them, but a standing shower is in a smaller space by itself (without a bathtub);

- towel – people use towels to dry themselves off after taking a shower or a bath. There are also hand towels, which are smaller, and a bath mat—a towel you put on the floor to stand on;

- robes – some hotels provide robes for guests to wear after they shower. They are also called bathrobes;

- toiletries – toiletries are small personal items you might use in the bathroom, such as shampoo/conditioner (for washing hair), soap, toothbrush and toothpaste (for brushing teeth);

- hair dryer – most hotels will have an electric hair dryer for guests to use to dry their wet hair after washing it. In standard hotels, hair dryers are attached to the walls with a cord. These are also called blow dryers;

• sink – the sink is where people wash their hands. It has a faucet, where the water comes out, and a drain, where the water leaves [2].

Таким чином, особливості сфери обслуговування визначають особливості її термінологіки. Здебільшого це слова та словосполучення, властиві мовленню фахівців сфери обслуговування. Так, у лексиці сфери обслуговування переважатимуть професіоналізми, що безпосередньо стосуються, наприклад, готельного обслуговування: назви обладнання (*кондиціонер, телевізор, радіоприймач, освітлювальні прилади* тощо), назви меблів (*стінна шафа, дверний замок, настінні прикраси, килими*), назви посад обслуговуючого персоналу (*посильний, ліфтер, швейцар, покоївка, метрдотель*), стан номеру (*охайний, привабливий, чистий*), перелік готельних послуг (*пральня, хімчистка, харчування, напої*) тощо.

Засвоєння професійної термінології має ґрунтуватися на сприйнятті й репродуктивному відтворенні мовних засобів. Такі прийоми навчання забезпечують усвідомлення структури мови, формують цілісне уявлення про логіко-понятійну систему наукових понять фаху. До них можна зарахувати вправи, пов'язані з роботою над значенням терміна, що передбачають запис дефініції терміна, складання словника до тексту, добір синонімів та антонімів, переклад окремих термінолексем тощо. Наприклад:

Запишіть подані терміни англійською мовою. Поясніть їх правопис. З'ясуйте за словником значення кожного терміна.

Бергамот, адміністратор, ліфтер, швейцар, ремонт взуття, хімчистка, перукар, страва, меню, офіціант, бармен, бар, ресторан, готель, номер, пилосос, обслуговуючий персонал, кухня.

Основу формування вмінь створювати власні висловлювання становлять комунікативні вправи, складені так, щоб кожен студент у процесі їх виконання відчував потребу в професійному спілкуванні. Вони мають базуватися на основі навчальних професійних мовленнєвих ситуацій. Це передбачає співпрацю викладачів-мовників із викладачами фахових дисциплін, які допоможуть скласти термінологічні мінімуми для комунікативних завдань. Виконуючи вправи, студент повинен відчувати себе в умовах, близьких до дійсності. Цьому сприяє використання інтерактивних методів навчання, зокрема ділових ігор. Наприклад:

1. Напишіть звіт англійською мовою на тему «Удосконалення роботи працівників готелю».

2. Перекладіть текст англійською мовою, зверніть увагу на написання професійних слів. Перевірте роботу один в одного.

Кваліфікований офіціант повинен прагнути підвищення продажів за рахунок уважного й доброзичливого ставлення до відвідувачів. Він не має просто стояти в очікуванні замовлення. Безвідповідальність і байдуже ставлення офіціанта під час складання відвідувачем замовлення – справжній спосіб зниження об'єму продажів. Разом із тим до одного з випробуваних варіантів його підвищення – персональної рекомендації – варто поставитися з відомою обережністю: у більшості клієнтів техніка пропозиції не викликає почуття комфорту. Якщо офіціант хоче просто допомогти гостю зробити замовлення, це, звичайно, можливо. Але пропонувати щось з однією лише метою змусити його більше витратити – означає чинити не на користь гостю й ресторану [4, с. 13].

3. Відтворіть професійну ситуацію. Ви наймаєтесь на роботу офіціантом у ресторан. Повідомте керівникові ресторану короткі відомості про себе, свою сім'ю, свої професійні здібності, досвід роботи тощо.

4. Побудуйте монолог англійською мовою на тему «Форми харчування в готелі».

5. Складіть і відтворіть діалог в парі з іншим студентом на тему «Організація обслуговування в номерах».

6. Складіть і відтворіть полілог англійською мовою на тему «Правила етикету вчора й сьогодні».

7. Побудуйте розмову офіціанта з відвідувачем на тему «Карта вин – обличчя ресторану».

8. Складіть текст за фаховою тематикою за допомогою опорних слів і словосполучень: *персонал, формування інтер'єра, меню, реклама, флористика, стиль, єдність кухні та дизайну ресторану.*

9. Підготуйте розгорнуту усну відповідь на запитання: «Як Ви розумієте вислів бути «душею компанії»?»

Вивчення термінів на основі симуляції – найкращий і найшвидший спосіб їх засвоєння, оскільки він дає змогу спостерігати за чужими помилками й учитися на них протягом потенційної професійної ситуації.

Специфіка вивчення термінології галузі обслуговування, як уже вище зазначалося, – у практичному поєднанні знань мови та фахових предметів. Працівник означеної сфери має володіти низкою компетентностей, що допоможуть йому професійно справля-



тися із ситуаціями на роботі. Досконале володіння лексикою спеціальності потрібне задля складання креативно привабливого меню; розроблення брошури місця розташування готелю або ресторану відповідно до маркетингових цілей і стандартів; складання прогнозу витрат і продаж; написання резюме та супроводжувальних листів, що вигідно підкреслять переваги й сильні сторони шукача певного робочого місця; демонстрації купівельної відповідальності, враховуючи тренди ринку; складання довгострокових і короткострокових цілей тощо.

Гостинність – динамічна конкурентна індустрія. Кваліфікований персонал – це актив, який дає переваги перед іншими. Інновації в навчальних методах і прийомах роботи полегшують щоденну рутинну роботу й дають моральний імпульс для співробітників цієї галузі. Компетентність персоналу – на першому місці в готельному бізнесі. Сучасні споживачі вимагають високого рівня обслуговування. Отже, працівники мають бути на вершині, щоб забезпечити виживання й розвиток готельного закладу. Популярність готелю зростає за рахунок професійних знань і навичок персоналу. Піднесення необхідності оперування лексикою фаху під час навчання дає студентам можливість відчутти важливість обраної унікальної спеціальності для задоволення потреб людей.

Висновки з проведеного дослідження. Для майбутніх спеціалістів сфери обслуговування засвоєння фахової термінології активно вплине на вміння спілкуватися на робочому місці за умов:

- систематичної роботи над вивченням іноземної термінології;
- професійної мовленнєвої підготовки, що враховує роль термінологічного аспекту в процесі навчання спеціалістів сфери обслуговування;
- застосування спеціальних завдань, що сприятимуть розумінню та засвоєнню відповідної іноземної термінології з фаху;
- використання інтерактивних методів навчання (відео-, аудіоматеріали);
- оптимального співвідношення фахових і гуманітарних дисциплін, а також теоретичного та практичного навчання студентів вищих закладів освіти;
- розроблення методики професійної мовленнєвої підготовки, в яку включити вивчення термінологічної лексики відповідного фаху;
- використання в процесі навчання професійних іноземних навчальних текстів;
- включення в зміст програми ділової англійської мови таких розділів, як «Різновиди ділового спілкування», «Труднощі й бар'єри комунікації», «Засоби публічного мовлення» тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вакулєнко М. Сучасні проблеми термінології та української наукової термінографії. Київ: ВПЦ Київський університет, 2009. 64 с.
2. URL: <http://www.fluentuenglishlanguageandcultureblog.org/>.
3. Корунець І. Теорія і практика перекладу (англійською і українською мовою). Київ: Вища школа, 1998. 175 с.
4. Круль Г. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2011. 368 с.
5. Никишина О. На блюдечке. Боулінг спорт. 2016. № 8. С. 21.