

**РЕГИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ
БАКАЛАВРОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ**

© 2014

А.А. Сивухин, ассистент, аспирант*Амурский государственный университет, Благовещенск (Россия)*

Ключевые слова: коммуникативная компетенция; компетенция; компетентность; бакалавр туризм; регионально-ориентированная коммуникативная компетенция; регионализация.

Аннотация: Данная статья посвящена изучению феномена регионально-ориентированной коммуникативной компетенции бакалавров туристической индустрии. Рассматривается коммуникативная компетенция бакалавров туристической индустрии с учетом специфики будущего региона профессиональной деятельности. Цель статьи – определить понятие регионально-ориентированной коммуникативной компетенции бакалавров туризма и определить её структуру.

В последние десятилетия развитие туристической индустрии очевидно. Данные экспертов подтверждают, что туризм стал одним из самых прибыльных направлений в бизнесе: на его долю приходится около 7 % мирового капитала. В конце 90-х годов его доля составила более 10 % от мировой торговли услугами и товарами, что обеспечило ему почетное второе место после экспорта автомобилей и нефти. Сегодня туристическое направление активно развивается, специалисты пророчат ему первое место. Туризм, как экономическое явление, играет немаловажную роль в развитии страны и каждого региона в целом, что формирует потребность в квалифицированных специалистах туристической индустрии [1, с. 20].

Анализ требований к компетенциям, предъявляемых к профессиональной подготовке бакалавров по направлению туризм, показал, что коммуникативная компетентность является одной из ключевых компетенций менеджера туристической индустрии [2, с. 213].

Туристическая индустрия является одной из профессиональных сфер, где уровень коммуникативной компетентности напрямую влияет на качество и результативность осуществления поставленных профессиональных задач. Менеджер туристической компании должен быть готов к ведению деловой документации, проведению деловых переговоров с партнерами и клиентами, как на родном, так и на иностранном языке, соответственно он должен уметь ясно и четко формулировать свои идеи, показать владение всеми стилистическими богатствами языка, что безусловно влияет на уровень взаимопонимания как с клиентами так и с партнерами и как следствие влияет на результативность переговоров.

Понятие «коммуникативная компетентность» относительно новое, поэтому прежде чем начать подробное его изучение, нами был проведен анализ определений: «компетенция» и «компетентность» у авторов Д.И. Ушакова, А.В. Хуторского, И.А. Зимней, во избежание их синонимического употребления. В результате мы пришли к выводу, что компетенция представляет собой совокупность личностных качеств, необходимых для реализации конкретных задач, деятельности, в то время как компетентность подразумевает непосредственное владение необходимым набором компетенций, полученных эмпирическим путем в социальной и профессиональной деятельности, способствующая выполнению действий в компетентной сфере жизнедеятельности.

Изучение коммуникативной компетентности отражены в научных трудах Е.П. Герасименко, М.А. Вче-

рашней, А.В. Хуторского, И.Л. Бима, Ю.Н. Емельяновой, О.В. Бородачевой и т. д.

И.Л. Бим под коммуникативной компетентностью понимает готовность и способность к иноязычному общению в определенных заданной программой пределах, а так же развитие и воспитание личности по средствам иностранного языка [3, с.15].

И.И. Харченко рассматривает коммуникативную компетентность как «совокупность лингвистической, фонетической, морфологической, синтаксической и лексикологические компетенций, определяющих правила вербального и невербального взаимодействия и социолингвистической целесообразности» [4].

А.В. Хуторский под данной компетентностью понимает «знание языков, способов взаимодействия с окружающими и удаленными событиями и людьми; навыки работы в группе, коллективе, владение различными социальными ролями» [5].

Анализ изученных нами толкований понятия «коммуникативная компетентность» позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день существуют разные трактовки данной компетентности, вызванные разными углами восприятия/изучения данного аспекта. И, тем не менее, в доминирующем большинстве они имеют общую идею: коммуникативная компетентность представляет собой результат накопленных языковых компетенций, который направлен на успешное решение коммуникативных задач как на родном, так и на иностранном языке, с использованием вербальных и невербальных средств взаимодействия.

Коммуникативная компетентность – это способность говорящего воспроизводить и трактовать высказывания, которые соответствуют конкретной ситуации в соответствии с социальным контекстом страны. Соответственно, для процесса коммуникации не достаточно владеть только системой языка, необходимо знать и владеть правилами её применения [6]. Значит, коммуникативная компетентность наслаивается на совокупность других компетенций. Отметим некоторые из них, вызывающие наибольший интерес в нашей исследовании: лингвистическая, социолингвистическая, межкультурная, прагматическая.

Таким образом, под коммуникативной компетентностью бакалавров туристической индустрии, мы понимаем синтез языковых компетенций формирующих готовность и способность к решению коммуникативных задач в профессиональной деятельности, как на родном, так и на иностранном языках

Эффективность осуществления профессиональной деятельности специалиста туристической индустрии, главным образом, зависит от культуры его взаимодействия с потребителями туристического продукта, коллегами и партнерами. Формирование коммуникативной культуры бакалавра туристической индустрии происходит одновременно с формированием коммуникативных способностей, умений, навыков, оказывающих содействие установлению и поддержанию контактов с другими людьми на должном профессиональном уровне. Беря во внимание специфику общения специалистов туризма, мы понимаем, что общение происходит как на родном, так и на иностранном языке. Опыт общения с носителями иностранного языка показывает, что глубокие знания иностранного языка не гарантируют отсутствие непонимания и конфликтов с представителями иных культур. Именно поэтому при обучении иностранному языку бакалавров туризма, мы должны обучать и культуре изучаемого языка, особенностям национальной культуры, межкультурному общению.

Соответственно, для предотвращения конфликтов (особенности культуры, специфики применения лингвистических единиц, культуры общения, знание социальных норм в процессе коммуникации: правила хорошего тона, нормы общения с представителями разных возрастных групп, полов и т.д.) в процессе межкультурного общения специалистов туристической индустрии, в процессе формирования коммуникативной компетентности бакалавров туристического направления, необходимо учитывать региональный аспект – потенциальный регион в котором наш бакалавр будет осуществлять свою профессиональную деятельность. Территория нашей страны обширна и уникальна: Российская Федерация расположена на востоке Европы и на севере Азии, что в совокупности занимает 1/3 материка Евразии 1/9 поверхности земной суши. Европейская часть нашей страны, около 23 % от общей площади, охватывает территории к западу от Уральских гор; Азиатская часть России, которая занимает около 76 % территории, находится к востоку от Урала и называется также Сибирью и Дальним Востоком [7]. Если рассматривать территорию нашей страны с точки зрения туристической деятельности, её условно можно разделить на две составляющие: Европейская часть и центральная, которые в доминирующей части ориентированы на сотрудничество со странами Европы; Дальний Восток – направлен на страны Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Таким образом, профессиональная подготовка бакалавров туризма в Дальневосточном регионе ориентируется на подготовку специалистов, которые будут осуществлять профессиональную деятельность со странами АТР, в связи с этим целесообразно формировать коммуникативную компетентность с учетом особенностей данного региона, иными словами формировать регионально-ориентированную коммуникативную компетенцию.

Впервые понятие регионально-ориентированной коммуникативной компетенции введено А.А. Насыровой. Под регионально-ориентированной коммуникативной компетенцией автор понимает «компетенцию подчиненного порядка по отношению к коммуникативной компетенции бакалавра, которую образует кластер регионально-ориентированных компетенций (регио-

нально-языковой, регионально-речевой, регионально-социокультурной), включающих совокупность регионаловедческих и профессионально-регионоведческих знаний, речевых навыков и умений, позволяющих обучающемуся решать средствами иностранного языка индивидуально-значимые задачи общения в образовательной, профессиональной и других сферах жизнедеятельности региона» [8, с. 10].

В нашем исследовании «регион», в регионально-ориентированной коммуникативной компетенции, детерминируется процессом регионализации в образовании: учет особенностей региона в процессе профессиональной подготовке бакалавров туризма, с целью обеспечения каждого региона востребованными профессиональными кадрами. Принимая во внимание географию нашего региона, мы можем смело утверждать, что потенциальным рынком профессиональной деятельности будущих специалистов туристической индустрии Дальнего Востока будут являться страны АТР, в том числе Китай. По данным федеральной службы государственной статистики самой посещаемой россиянами страной остается Китай (в 2012 году 64,4 % от всех отправленных турфирмами за границу, в 2011г. – 86,4 %). Только в административном округе Хэйхэ в 2011 году количество туристов на внутреннем направлении составило 2,3 млн. человек (при ежегодном росте 20–25 %). Соответственно нашей задачей, при формировании регионально-ориентированной коммуникативной компетенции, является формирование регионально-ориентированной компетенции, направленной на профессиональную межкультурную коммуникацию в граничащих странах.

В нашей работе регионально-ориентированную коммуникативную компетенцию бакалавров туризма мы понимаем как составляющую компетентность коммуникативной компетентности, базирующуюся на совокупности регионально-языковой, регионально-речевой, регионально-социокультурной компетенциях направленную на бесконфликтную профессиональную межкультурную коммуникацию в туристической индустрии (Рисунок 1).

Рассмотрим основные структурные компоненты регионально-ориентированной коммуникативной компетенции бакалавров туризма подробнее.

Регионально-речевая компетенция специалиста туристической индустрии подразумевает знания, умения и навыки применения регионоведческих и профессионально-ориентированных регионоведческих лексических единиц для создания собственных программ речевого поведения (навыки говорения и письма), а также понимания чужих программ речевого поведения (навыки аудирования и чтения) на иностранном языке.

Регионально-социокультурная компетенция менеджера туризма представляет собой базу межпредметных знаний, которые полностью отражают специфику культуры, специфику профессиональной среды изучаемого региона, которая способствует грамотной интерпретации данных знаний и их применению на практике в процессе коммуникации на иностранном языке.

Регионально-языковая компетенция бакалавра туристической индустрии означает владение потенциалом регионоведческих и профессионально-ориентированными регионоведческими лексическими единицами с целью построения четких предложений, соответствующих

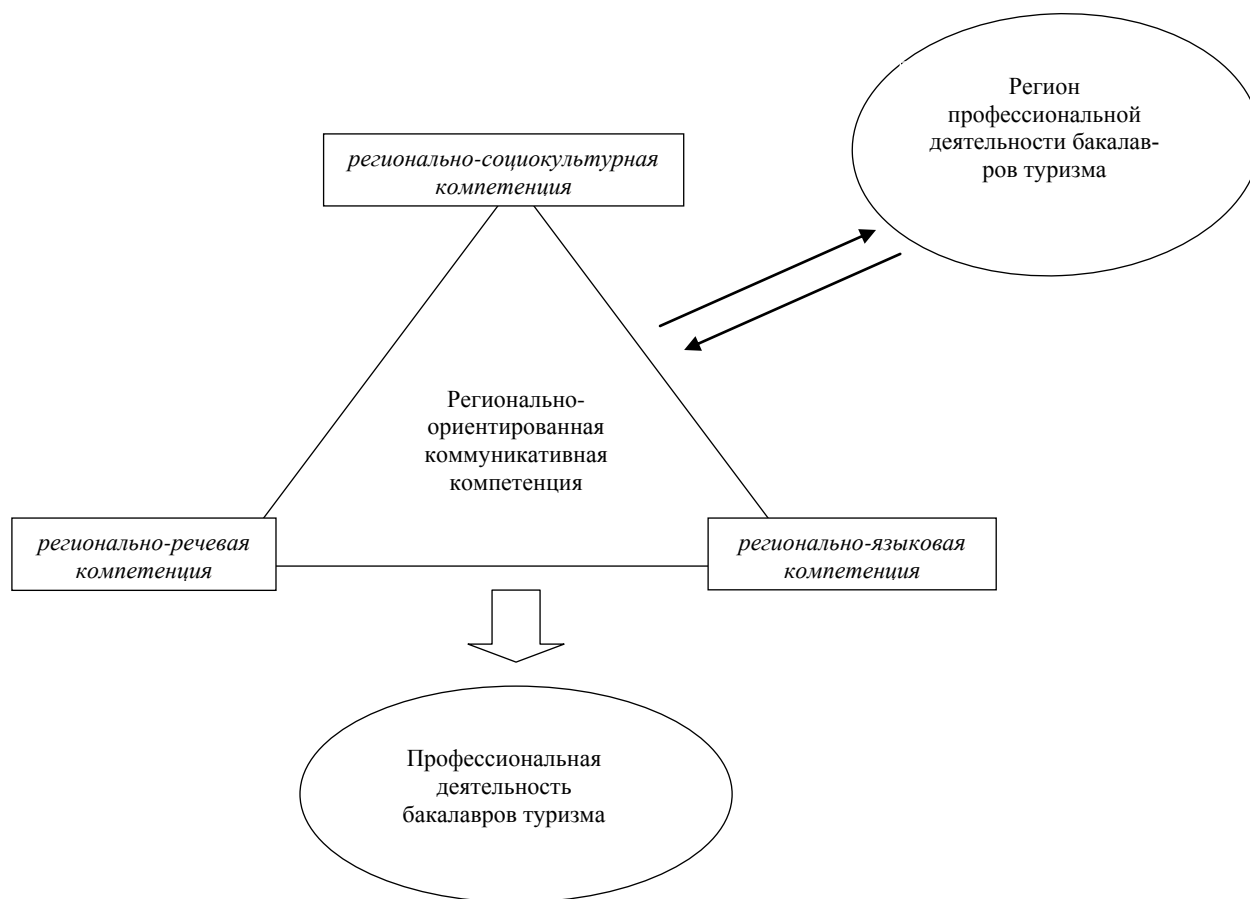


Рис. 1. Регионально-ориентированная коммуникативная компетенция бакалавра туризма

грамматическому строю языка, и несущих определенный смысл направленных на коммуникацию на иностранном языке.

Таким образом, регионально-ориентированная коммуникативная компетенция подразумевает не только знание иностранного языка, как средства общения, но и знание норм и правил поведения, духовных ценностей, культуры, образа мышления носителей иностранного языка.

ФГОС ВПО по направлению 100400 «Туризм» позволяет формировать регионально-ориентированную коммуникативную компетенцию бакалавров туризма в процессе изучения английского языка и второго языка связанного с регионально-территориальными особенностями субъекта.

Таким образом, регионально-ориентированная коммуникативная компетенция бакалавров туристической индустрии направлена на бесконфликтную межкультурную коммуникацию в процессе осуществления профессиональной деятельности в конкретном регионе страны, подразумевающая не только знания системы иностранного языка и правил её применения на практике, но и знания профессионально-ориентированных лексических единиц, а так же знания культуры изучаемого языка, особенности культуры страны, граничащей с регионом осуществления профессиональной деятельности специалиста туристической индустрии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Буторова Н.В. Профессиональная подготовка специалиста-менеджера иностранного туризма в туристическом вузе: дис. ... канд. пед. наук, г. Сходня, Московская обл., 2002.
2. Сивухин А.А. Роль иностранного языка в профессиональной подготовке бакалавров по направлению туризм: теоретические подходы // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология». – 2014. – № 2. С. 212–216.
3. Бим И.Л. Концепция обучения второму иностранному языку (немецкому на базе английского): учебное пособие Текст. / И.Л. Бим. – Обнинск: Титул, 2001. – 48 с.
4. «Инновации в науке»: материалы XVIII международной заочной научно-практической конференции. (25 марта 2013 г.) . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/7149-2013-04-02-16-42-21> (дата обращения: 15.06.2014)
5. Хуторской А.В. Технология проектирования ключевых и предметных компетенций // Интернет-журнал «Эйдос». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eidos.ru/journal/2005/1212.htm> (дата обращения: 13.04.2014)
6. KYLOUŠKOVÁ, Hana. La compétence de communication et le CECR (Communicative competence and the CEFR). [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- <https://is.muni.cz/publication/711969?lang=en> (дата обращения: 03.01.2014)
7. Википедия. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 17.06.2014)
8. Насырова А.А. Формирование регионально-ориентированной коммуникативной компетенции бакалавра лингвистики: автореф. дис. ... канд. пед. наук, г. Калининград, 2013.

**REGIONAL-ORIENTED COMMUNICATIVE COMPETENCE
OF BACHELORS OF THE TOURISM INDUSTRY: NOTION AND ESSENCE**

© 2014

A.A. Sivukhin, assistant professor, post-graduate student
Amur State University, Blagoveshchensk (Russia)

Keywords: communicative competence; competence; bachelor of tourism; regional-oriented communicative competence; regionalization.

Annotation: This article is devoted to the study of such a phenomenon as regional-oriented communicative competence of bachelors of the tourism industry. We consider the communicative competence of bachelor tourism industry, taking into account the specifics of the region's future professional activity. The purpose of this work is to define regional-oriented communicative competence of bachelors of tourism notion and to define its structure.