

УДК 378:379.85=111

DOI: 10.32342/2522-4115-2021-1-21-26

Н.Є. ПОЛІШКО,

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, готельно-ресторанного бізнесу та іншомовної підготовки Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

Н.М. БЛИНОВА,

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри видавничої справи та міжкультурної комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

АНГЛОМОВНИЙ ПУТІВНИК ЯК МАТЕРІАЛ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ СТУДЕНТАМИ ТУРИСТИЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ (НА ПРИКЛАДІ СЕРІЇ ВИДАНЬ AWESOME UKRAINE)

Статтю присвячено питанням викладання англійської мови та англійських дисциплін студентам бакалавріату спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа». Оскільки іноземна мова є однією з основних компетентностей для студентів цієї спеціальності, питання методики її вивчення надзвичайно актуальні. У розвідці було досліджено специфіку серії англійських путівників Awesome Ukraine. У англійських путівниках має бути врахована специфіка цільової аудиторії, оскільки не всі туристи належно володіють англійською як іноземною. Але у навчанні студентів туристичних спеціальностей англійський путівник – неоціненна допомога у методичному та лінгвістичному плані. Студент не лише засвоює інформацію про певну пам'ятку чи локацію, але і переймає спосіб викладу думки, засвоює необхідні мовні патерни, навчається застосовувати їх на практиці. Крім того, якщо перед випускником постане завдання створити інформативну та конкурентоспроможну друковану продукцію для різних секторів сфери туризму або готельно-ресторанного бізнесу, він матиме належний зразок путівника серії Awesome Ukraine. Ця серія являє собою сім видань, які мають на меті розповісти іноземним туристам про Україну, її найбільш визначні місця та цікаві локації, представити країну світові як один з IT-центрів тощо. Ця публікація доводить, що означені видання можуть бути використовані як на лекційних, так і на практичних заняттях з англійських дисциплін як дидактичний матеріал на різних етапах фахового навчання.

Путівники однаково оформлені, на обкладинці розробники серії умістили символ кожного з міст, яким присвячено видання. На обкладинці видання про Київ подано зображення каштанів, на путівникові про Львів – філіжанка кави, про Одесу – риби, про Дніпро – ракета, узагальнюючий том про Україну прикрашає стилізоване сучасне зображення козака Мамай. Текстовий контент у всіх виданнях лаконічний, матеріал викладено простою і доступною англійською. Одна стаття про певну пам'ятку чи реалію займає один розворот, що зручно для сприйняття.

Кожен матеріал проілюстровано тематичною фотографією, яка унаочнює текст. Серія грамотно створена, має ретельно продуману концепцію втілення текстового та ілюстративного матеріалу.

Ключові слова: освітні компетенції, англійський путівник, викладання дисциплін іноземною мовою, аналіз серії англійських путівників.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм та індустрія гостинності – вкрай перспективні галузі, що останніми роками в Україні активно розвиваються, приносять країні і приватному бізнесу чималі прибутки. Тому не дивно, що фахівці для туристичної галузі вкрай за-

требувані. Відтак, теоретичні знання та якісні практичні навички є необхідними для студентів бакалавріату спеціальностей, що готують спеціалістів, які працюватимуть у туристичній сфері та індустрії гостинності [9]. Публікація виконана в рамках науково-дослідної теми «Дослідження стану та перспектив розвитку ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг: економічний та соціальний аспекти» (державний реєстраційний номер 0121U100379). Розроблення визначеної публікацією тематики співвідноситься з першим етапом виконання зазначеної вище науково-дослідної теми – добір та підготовка відповідних матеріалів для проведення економічних, соціальних та методичних досліджень сфери туризму, готельно-ресторанного бізнесу та мовної підготовки здобувачів вищої освіти немовних спеціальностей.

Як зауважують Н.М. Трусова і О.М. Трусов: «Специфіка туристської освіти полягає в її багатогранності. Вона готує кадри різних напрямів і спеціальностей зі знаннями і вміннями управлінського, економічного, технологічного, технічного, наукового та іншого характеру. Тому туристська освіта є складним механізмом, що постійно вдосконалюється і дозволяє активно впроваджувати інноваційні програми для підготовки кадрів, у тому числі й з використанням зарубіжного досвіду» [22]. З огляду на це, науково-педагогічні кадри мають розробити і належно втілити компетентнісну модель фахівця туристичної сфери, що відповідає міжнародним нормам. Передбачається, що компетентність є потенційною готовністю розв'язувати завдання, що виникають, на високому професійному рівні. А це можливе лише за умови удосконалення змісту навчання [22].

З огляду на це, в освітньо-професійних програмах спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» зазначено, що викладання англійської мови має забезпечити низку компетентностей випускника-бакалавра: «Загальні компетентності (ЗК) ЗК10 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; ЗК11 Здатність спілкуватись іноземною мовою; ЗК 13 Здатність працювати у міжнародному контексті. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності (СК) СК 02 Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність; СК04 Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії. Програмні результати навчання РН03 Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово» [14].

З огляду на зазначене вище, дослідження різноманітних аспектів методики навчання бакалаврів туристичної галузі та індустрії гостинності, необхідність у вивченні як самого туристичного дискурсу, так і його жанрів, є **актуальною проблемою**. Майбутні фахівці сфери туризму та туристичного обслуговування мають вміти продуктивно діяти у мультикультурному середовищі, здійснювати у ньому ефективну комунікацію, забезпечити замовнику туристичних або готельно-ресторанних послуг якісне та професійне обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні питання методики навчання майбутніх фахівців туристичної сфери неодноразово ставали предметом зацікавлення науковців.

Так, І. Гречухіна та І. Сахно розглядали туристичний путівник через призму універсальних і культурно-специфічних лексичних засобів самопрезентації. Свого часу авторки наголошували на тому, що путівник реалізує низку комунікативних установок, серед яких – інформування майбутніх туристів про можливості відпочинку та наочна презентація туристичних об'єктів, рекламна функція, мотивація до придбання туру [7]. Про лінгвістичний статус туристичного дискурсу говорила професорка О. Панченко [15], лінгвокультурологічний та перекладознавчий аналіз путівника як типу тексту провела В.В. Гізер [5, 6]. Ю.М. Розанова у діяхронічному розрізі вивчає розвиток жанру путівника, зазначаючи його насиченість різноманітними вербальними і невербальними кодами [20]. Специфіку англомовних путівників досліджувала В. Прима [17].

Про різноманітні аспекти функціонування туристичного бізнесу написано низку дисертацій. Так, наукове дослідження Оксани Баб'юк присвячене формуванню професійно орієнтованої англомовної компетентності майбутніх фахівців сфери туризму, містить великий другий розділ, цілком присвячений методиці формування англомовної компетенції. Тут дисертантка розглядає низку важливих для дослідження питань відбору навчального

матеріалу для формування відповідної компетентності, надає підсистему вправ, пропонує модель формування англомовної компетенції для бакалаврів туристичної галузі [2].

Серед ґрунтовних наукових досліджень туристичного дискурсу назвемо роботи С. Погодаєвої та А. Протченко, які розглядають французький туристичний дискурс і типологічні та функціонально-стилістичні характеристики англомовного путівника [16, 18].

Л.В. Галицька та І.І. Савчук розглядали комунікативні тактики залучення до культурно-пізнавального туризму та засоби їх вираження у сучасному англомовному туристичному дискурсі. Науковиці підкреслюють: «Дослідження туристичного дискурсу має міждисциплінарний характер та ведеться у різних напрямках, зокрема соціолінгвістичному, культурологічному, етнографічному та ін. Дискурс культурно-пізнавального туризму реалізується на фонах інших типів дискурсу, рекламного зокрема. Реклама, зокрема туристична, несе в собі інформацію, яка зазвичай представлена в стислій, художньо вираженій формі, емоційно забарвлена і доводить до свідомості потенційних споживачів найбільш важливі відомості і факти про туристичні продукти і туристичні підприємства. Реклама грає важливу роль в реалізації стратегій туристичної фірми та здійснює соціально-культурний та психологічний вплив на суспільство» [3]. Путівник серед інших виконує і рекламні цілі, оскільки інформує про певні туристичні послуги, нагадує про привабливість певного об'єкта, створює його привабливий образ, переконує у правильності зробленого вибору.

Свідченням активного вивчення різноманітних питань методики навчання свідчить хоча б той факт, що лише в одному числі збірника «Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Педагогіка та психологія» уміщено низку розвідок, що стосуються актуальних аспектів навчання студентів туристичної та інших галузей. Наприклад, у №1 за 2020 рік дослідники опублікували 5 матеріалів, які роблять значний внесок у розвиток педагогіки і методології навчання студентів зазначеної вище галузі [наприклад, 1, 8, 11, 12, 13, 23].

Світова дослідницька спільнота також приділяє увагу різноманітним питанням, що стосуються специфіки укладання путівників [наприклад, 29–31].

Проте робіт, у яких би розглядалась серія англомовних путівників *Awesome Ukraine* у фокусі її використання у навчанні мовленнєвої та письмової діяльності майбутніх фахівців з туризму, нами знайдено не було. Це зумовлює **наукову новизну дослідження**.

Метою статті є аналіз серії путівників *'Awesome Ukraine'* з точки зору визначення специфіки їх поліграфічного оформлення, подання в них текстового й ілюстративного контенту з позицій оцінки потенціалу цього путівника як дидактичного матеріалу, що забезпечує набуття необхідних компетентностей студентами-бакалаврами туристичних спеціальностей.

Виклад основного матеріалу дослідження. З.І. Кумикова [10], погоджуючись із Л.П. Тарнаєвою та В.В. Дацюк [21], виокремлюють два різновиди жанрів туристичного дискурсу. До першого належать *вербальні*, які безпосередньо пов'язані з ситуацією мовлення, специфікою співрозмовників, адже учасниками комунікативної ситуації можуть бути турист і туроператор, турист і гід. До другого виду жанрів дослідниця відносить *невербальні* жанри, тобто письмові друковані джерела, у яких подано туристичні тексти. Це можуть бути брошури, розмовники, буклети, путівники.

Останній правомірно вважається одним з найскладніших жанрів, оскільки поєднує в собі риси інших. Саме путівник для туриста є важливим джерелом знань про країну, її культуру, історію, видатних осіб, цікаві побутові, наукові, економічні факти. Путівник можна вважати візитівкою країни, регіону, міста/місця.

На сьогодні складалась тенденція подавати у путівниках інформацію таких категорій: традиційні свята, ярмарки, цікаві заходи; історичні факти; інформація про цікаві місця; екскурсійні програми; карта і розташування країни; час турів та їх вартість.

Водночас дослідниця зауважує, що немає необхідності у якійсь одній певній композиції путівника. Можуть бути й інші рубрики та розділи залежно від мети видання, тематики, цільової аудиторії, географічного охоплення інформації. Проте усі путівники мають справляти позитивний вплив на читача, підштовхнути його до рішення відвідати місто, країну, регіон, подію, локацію.

За тематикою путівники бувають рекламними, енциклопедичними, інформаційними, довідковими. Часто тематика диктує конкретне наповнення видання.

З метою здійснення впливу на реципієнта вдаються до низки прийомів при укладанні путівників. Найбільш поширеними є такі, у яких наводиться інформація лише про локації, що варті огляду. Також досить часто у путівниках подають лише привабливі для читача факти, обов'язково супроводжуючи це відповідним ілюстративним матеріалом, доповнюючи текстовий контент.

Науковець робить висновок, що «Туристичний путівник являє собою складний жанр туристичного дискурсу, оскільки має складну структурну організацію і різноманітні мовленнєві тактики. Завдяки медійному характеру туристичного дискурсу, вступає у взаємодію з іншими типами дискурсу (рекламним, науковим, побутовим), що обумовлює використання у туристичному дискурсі стратегій і цінностей» [10].

Таким чином, до друкованої продукції, пов'язаної з туристичною сферою, належать: довідник, путівник, буклет, проспект, брошура, стаття, нотатки мандрівника та ін. Усе це дискурсивні писемно-інформативні жанри, які мають на меті інформування туристів, належать до неперіодичних інформаційно-довідкових видань. Вони користуються чималою популярністю і широко представлені на видавничому ринку.

Сучасний путівник легко може бути втілений у друковану, аудіовізуальну або цифрову форму. Його контентом є відомості про різноманітні цікавинки, історію, події, економіку певної області, міста, країни. Путівник потрібен туристові для орієнтування на місцевості. Часто архітектоніка та логіка укладання путівника обумовлені певними туристичними маршрутами [19].

Путівник – довідкове видання, до функцій якого входить надання інформації про країну або місто, створення позитивного іміджу локації, про яку розповідається, відтак, путівник має підводити читача до позитивної відповіді на питання: чи варто сюди їхати? Який цікавий досвід я отримаю, відвідавши цю країну чи місто?

Укладачі путівників, як правило, враховують низку факторів, таких як:

- точність у викладенні фактів, тобто автори путівників подають лише перевірену інформацію про об'єкт або локацію;
- логічність викладення та легко зрозуміла структура видання;
- ексклюзивність: за наявності багатьох способів отримати інформацію про локацію (прочитати у мережі, інших довідниках), важливо дати можливість читачеві якісь цікаві факти, викласти їх під оригінальним кутом.

Сучасний путівник – не лише інформація про культурні об'єкти, але і про певні суто побутові речі, наприклад, оригінальні кав'ярні, розважальні заклади, виставки та ярмарки. Уся інформація має супроводжуватись якісними фотографіями [9].

На сьогодні існує відносно усталена номенклатура путівників: путівник країною; краєзнавчий путівник; путівник містом; гастрономічний путівник; путівник легендами; літературний путівник.

За іншою класифікацією прийнято розрізняти путівники:

- наочні, які містять здебільшого ілюстративний матеріал, 3D-карту;
- для відпочинку – укладаються відповідно до заздалегідь розроблених маршрутів, також містять максимум фотоматеріалів;
- інформаційні – передбачають не лише подання інформації про видатні пам'ятки, але і про готелі, ресторани, хостели з адресами та фотографіями фасадів;
- для диванних мандрівників – ознайомчі видання для людей, що планують мандрівку;
- для бекаперів – відносно новий різновид путівників, у яких люди діляться своїми враженнями від мандрів, залишають власні подорожні нотатки;
- для самостійних мандрівників – розраховані на тих, хто прагне мандрувати оригінальними маршрутами і проводити час комфортно [20].

У тому ж, що стосується видів текстового контенту довідників, дослідники зауважують, що незважаючи на різноманіття, їх можна укласти у два різновиди з огляду на спільність ознак:

- авторські путівники, тобто видання інформаційно-рекламного та довідкового характеру;
- проспекти буклети, брошури, які виконують інформаційно-рекламні та довідкові функції [19].

Незважаючи на відмінне поліграфічне виконання, цільову аудиторію, перевагу візуального чи текстового контенту, укладаються путівники за спільною схемою, яка передба-

чає таке: подання історичної довідки, опис пам'ятки, інформацію про її розташування, карту чи схему під'їзду до об'єкта, час і вартість відвідування (якщо це культурна установа типу галереї, музею тощо), інформацію про найближчі об'єкти інфраструктури (їдальні, кав'ярні, сувенірні кіоски), інформацію для людей з обмеженими можливостями, телефони довідкових служб.

Авторські путівники подають особисті враження від відвідування туристичних об'єктів, певну культурологічну інформацію, контент, який автор вважає за необхідне розмістити на сторінках такого видання [19].

Якщо путівник англomовний, варто урахувати специфіку англійської для такого довідкового видання. Оскільки туристи зазвичай розмовляють англійською, але не завжди володіють нею на високому рівні, це викликає необхідність викладу інформації простою і зрозумілою мовою. Англійська у туристичній галузі відрізняється правильністю та вживанням форм ввічливості. Це впливає з вимоги допомогти читачеві зорієнтуватись у місцевих реаліях [4].

Нове слово у виданні вітчизняних путівників сказало видавництво «Основи», випустивши у світ серію англomовних путівників *Awesome Ukraine*. Як зазначають видавці, «Мета видання – представити Україну без пафосу, з іронією та зі здоровим патріотизмом» [28].

На сьогодні серія складається з 7 видань, які виконують не лише довідкову функцію, але й роблять значний внесок у популяризацію країни на світовому туристичному ринку: **Awesome Ukraine; Awesome Kyiv; Awesome Lviv; Awesome Odessa; Awesome Dnipro; Awesome Digital Ukraine; Awesome Kharkiv.**

Одразу зазначимо, що видання мають неабиякий дидактичний потенціал для студентів – майбутніх фахівців туристичної галузі та індустрії гостинності.

Автори проекту – Анна Копилова та Богдана Павличко, автори текстів – Артем Чех, Ірина Цілик і Тамара Кравченко зазначають: «Довідник цікавий усім, кому бракувало цікавої і оригінальної інформації про Україну англійською мовою, кому доводилося самотужки пояснювати іноземним гостям чому наша символіка – синьо-жовтий прапор і тризуб, чому українці мають сентимент до соловейка, калини і сала, чому ми горді за Пилипа Орлика, Сержа Лифаря, братів Кличків і літак АН-225 «Мрія», чому центр Європи знаходиться в Закарпатській області» [28]. Партнером проекту є промислова компанія «Інтерпайп».

Проаналізуємо кілька книг серії на предмет рубрикації, змісту, якості текстового та ілюстративного і текстового матеріалу.

Awesome Ukraine поділено на рубрики: культура, їжа, історія, природа, місця, спорт та індустрія. Рік видання – 2019, кількість сторінок – 292, видання в обкладинці. Видання проілюстроване фотографіями та авторськими ілюстраціями. На обкладинці зображено стилізований образ козака Мамає (давній образ народного малярства, де Мамає традиційно зображався з кобзою у руках, за ним стояв кінь, видно було зброю). Художник дещо осучаснив образ, змістивши акценти від медитативності і відпочинку у бік войовничості, адже Мамає тримає в одній руці палаючу пляшку з «коктейлем молотова», в іншій – запаленого сірника.

Папір – крейдяний. Здебільшого стаття займає окремий розворот. Текстовий матеріал подано простою мовою, наприклад, стаття про писанку (с. 25–26) має такий вигляд: основний заголовок *Pysanka*, підзаголовок "A Symbol of Life and Rebirth Since Pagan Times". "Pysankarstvo – the art of decorating eggs with a traditional symbols by applying with a wax and dyes in layers – is an ancient art form. Archeological evidence shows that pysankarstvo has been widespread in Ukraine since the times of Trypillian culture (between 5400–2700 B.C.), if not earlier.

In pagan times, pysanky were associated with the rites of spring – symbolizing life and rebirth.

In Christian times this symbolism shifted towards Christ's resurrection and religious imagery. The old custom of exchanging these ornamented eggs around Easter time has been preserved to this day.

There are a range of pysanka technics and methods and over 200 symbol patterns. Every curl and spiral in this design holds meaning.

To learn more about the wonderful world of pysanky you should visit the very unusual (and the world's only) museum of pysanka in the Ukrainian town of Kolomyia" [28].

Статтю проілюстровано фотографією відомого музею, перед яким встановлено великий макет писанки. На спуску подано повноколірне фото, на якому зображено писанки з різних регіонів країни.

Таким чином, авторам вдалося надати інформацію про певне культурне явище, проілюструвати його, виконавши дидактичну, маркетингову та інформаційну мету. Вважаємо, що текстового і візуального контенту саме цієї рубрики путівника достатньо для моделювання комунікативної ситуації, коли, наприклад, є необхідність провести уявну англomовну екскурсію Коломийським музеєм писанкарства. Виконання такого дидактичного завдання може супроводжуватись створенням англomовної презентації (або навіть проєкту), у якій студенту необхідно буде створити відповідний письмовий та усний тексти, об'єднані спільною метою – утворити та відпрацювати на занятті особливу форму профільної комунікації, передбаченої майбутньою професійною діяльністю.

Розглянемо ще одне видання серії – Awesome Dnipro. Як і в інших книгах серії, дизайнерське рішення обкладинки відрізняється єдністю оформлення. На зоровому центрі обкладинки книги про Дніпро подано стилізоване зображення космічної ракети, з якої вириваються язички полум'я, унизу – хвилі ріки (алюзія на Дніпро), верхня частина відведена зображенню космічного неба із зорями та широким променем сонця, які виходять з лівого боку і розширюються до правого, що символізує потяг до висот. Кольорове рішення обкладинки – синій, жовтий, червоний, чорний кольори. Окремі частини зображення вкрито декоративними крапками, що створює відчуття фактурності.

У виданні подано інформацію про етапи становлення міста – від 19 століття, коли тодішній Катеринослав став промисловим центром, до періоду розвитку аерокосмічної галузі та становлення економічної і політичної еліти країни у 90-ті роки ХХ століття. Awesome Dnipro дає відповіді на ці питання, розповідає про цікаві історичні події, культуру, мистецтво, традиції, спорт у місті на Дніпрі [25].

Видання Awesome Dnipro здається таким, що може частково стати базовим навчально-методичним матеріалом при розробленні студентами проєктів нових, актуальних туристичних маршрутів у м. Дніпро та Дніпропетровському регіоні. Створення студентами спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» міждисциплінарних проєктів, що відобразатимуть функціональну і культурну складову визначних індустріальних та культурних об'єктів Дніпра, дозволить значно розширити можливості фахової підготовки бакалаврів з туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Застосування контенту путівника Awesome Dnipro у англomовних презентаціях або тренінгах-дискусіях дасть новий поштовх для розвитку вже започаткованого у 2017 р. спільного партнерського проєкту туристичного маршруту «Дніпро космічний. Місто, відкрите для прибульців і не тільки». Ініційований на базі Університету імені А. Нобеля проєкт виявився достатньо перспективним, аби і надалі активно взаємодіяти з космічним інкубатором SPACEHUB, Дніпровським планетарієм та іншими партнерськими організаціями, що в змозі реалізовувати різноманітні проєкти з розвитку індустріально-космічного туризму в м. Дніпро.

Видання Awesome Odesa вийшло друком у 2019 році, становить 184 сторінки, книжковий блок в обкладинці. Розміри видання – 200x150 мм. На обкладинці подано назву видання літерами жовтого і червоного кольору на чорній прямокутній плашці. Весь основний простір відведено під графічні зображення риб. Очевидно, автор обкладинки надихався відомою піснею про кефаль і шаланди. Дивно, що саме це стало «обличчям» видання.

Як і інші видання серії, Awesome Odesa містить низку рубрик. Одна з них стосується цікавих одеських страв, місць, де торгують продуктами харчування. Наприклад, рубрика Food містить такі статті: Forshmak; Eggplant Caviar; Fish cakes; Pryvoz Market; Vienesse Sausages; Odessa Sparkling; Falafel; Dzyngoff; Grill Brothers [27].

Перелік статей подано на розвороті і проілюстровано зображенням баклажана.

Оскільки Одеса розташована на узбережжі Чорного моря, тож не дивно, що місто славиться місцями відпочинку, зокрема, пляжами. Одному з них присвячено окрему статтю: «Caleton. Odessa's Finest Beach Club», де сказано: «Caleton beach is located on the sea side down Shampanskyi provulok after turning off Franzuskyi bulvar. This is the quiet bay of the Odessa Gulf, away from the bustle of touristy Arcada, this beach is home to the clearest water and sand, and was handed by the Blue Flag award. It possesses an atmosphere of comfort, similar to that of Mediterineary beach resorts.

The beach offers 200 chaise lounge chairs. 50 beach's restaurants, which can seat up 150 people, offer dishes of Odessa, Mediterranean and Asian cuisine.

At night Caletón turns into an open-air club with fantastic parties and the best selection of music from pop world artists» [27].

Статтю проілюстровано тематичним зображенням – фотографією дівчини на надувно-му колі та морським краєвидом, знятим з узбережжя.

Таким чином, читач отримує інформацію про одну з рекреаційних перлин країни, місце розташування та особливості конкретної рекреаційної локації. Текст лаконічний, викладений доступно для людини, яка знає англійську недостатньо глибоко. На наш погляд, незважаючи на такий, здавалося б, навіть дещо примітивізований текстовий контент, видання корисне для студентів, що опановують нюанси туристичної галузі. Студент отримує інформацію та зразок того, яким може бути текст для широкої аудиторії іноземних туристів. Простота, лаконічність вичерпність інформації та маркетингова складова – невід’ємні риси кожної статті довідника цієї серії.

Особливий інтерес становить видання, присвячене не великим знаковим містам країни, а одній з активних галузей, що набула розвитку в Україні та задовольняє ІТ-потреби багатьох країн світу, – Awesome Digital Ukraine [24].

Видання 2019 року, містить 92 сторінки, обкладинка – м’яка. Оформлення обкладинки – традиційне для серії. У центрі подано стилізоване зображення дівчини в окулярах доповненої реальності. Кольорове рішення – синьо-біло-жовто-чорно-червоне. Традиційні крапки на зображеннях, що імітують пікселі традиційного металевого друку, натякають на спадковість технологій, де аналогова культура поступається місцем дигітальній. Концентричні зображення навколо голови дівчини, забарвлені у різні кольори зі смужками та крапками, мають символізувати її захват, що хвилями розходить від середини до обрізу обкладинки. Гасло серії подано у коміксовій манері – як думка протагоністи, уміщена у хмарку, на якій написано ‘Interesting things you need to know’. Сама ж хмарка знаходиться під плашкою з назвою путівника і виконує функції підзаголовка. Відтак, маємо цілий заголовковий комплекс, що складається з гармонійно втіленого графічного й текстового рішення.

В одній зі статей про специфіку розвитку ІТ-сектора (IT-sector since 2000. The industry matures and completes as an equal on the global market), сказано: «From 2011 to 2015 IT’s contribution to Ukraine’s GDP increased from 0,6% to 3,3%, which in real money terms is a figure of roughly \$1.1 billion to \$2.7 billion. This expansion was brought about by a significant increase in the number of IT specialists, growing from 41,400 to 91,700 people employed in the industry.

There are about 4000 companies operating in the IT sector in Ukraine, which are mainly concentrated in Kyiv, Lviv, Dnipro and Kharkiv. Most companies have up to 80 employees and about 70% of companies, such as EPAM, GlobalLogic, Netcracker and others work for a wide range of clients; another 15% operate as a global in-house centre for one parent company, such as Wargaming.net, Ring, Samsung R and D Institute Ukraine, and Oracle. Another 15% work as domestic companies, such as Genesis, EVO, an Terrasoft.

New players are constantly entering Ukraine’s competitive IT market, challenging each other and helping the country’s IT industry grow in new directions» [24, с. 11].

Автори стисло викладають статистику розвитку галузі, наводять назви компаній, які співпрацюють з вітчизняними фахівцями. Таким чином досягається кілька цілей: інформаційна (розповідь про країну та фахівців актуальної галузі, реалізується рекламний посил «звертайтеся до нас, оскільки титани світового ринку вже зробили вибір на нашу користь», дидактична – надано зразок тексту, написаного простою мовою, який, однак, містить низку комунікаційних інтенцій).

Висновки з цього дослідження та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Для максимально всебічного та глибокого оволодіння іноземною мовою, особливо коли йдеться про професійну іншомовну комунікацію, необхідні різні навчальні матеріали, одним із яких є англомовні путівники. Вони є візитівкою країни, регіону, міста або місця. Разом із тим якісно і професійно створені путівники є корисним ресурсом дидактичних матеріалів, які можна використовувати у навчанні бакалаврів туристичного фаху їх базових професійних вмінь і компетенцій. Незважаючи на те, що путівники можуть бути рекламними, енциклопедичними, інформаційними, довідковими, конкретні зразки демонструють синкретизм кількох ознак в одному виданні, наприклад, видання ‘Awesome Odesa’ [26].

Особливої актуальності наразі набуває посередництво англомовного путівника як специфічного видання, яке за функціональним призначенням здатне поєднати у собі інформативну, соціокультурну та дидактичну складову. Він одночасно може слугувати універсальним засобом як адаптації людини у незвичному культурному середовищі, так і бути ефективним навчальним інструментом у процесі здобуття певних професійних навичок.

У англомовних путівниках, як правило, враховується специфіка цільової аудиторії, оскільки не всі туристи належно володіють англійською як іноземною. У навчанні студентів туристичних спеціальностей цей аспект англомовного путівника – неоціненна допомога у методичному, лінгвістичному та соціокультурному планах. Студент не лише засвоює інформацію про певну пам'ятку чи локацію, але і переймає спосіб викладу думки, засвоює необхідні мовні паттерни, навчається застосовувати їх на практиці. Крім того, якщо перед випускником постане завдання створити елемент туристичної друкованої продукції, він матиме належний зразок.

У межах цієї публікації ми поставили собі за мету зробити редакторський, лінгвістичний та методичний аналіз серії англомовних путівників *Awesome Ukraine* з точки зору перспективи їх використання у розробленні та реалізації освітньо-професійних програм і навчальних планів підготовки фахівців з туризму та індустрії гостинності. Сім видань серії *Awesome Ukraine* мають у собі перспективу бути частиною нормативного та методичного забезпечення процесу підготовки бакалаврів сфери туризму, формування особливого професійно-комунікативного середовища, у якому фахова та іншомовна підготовка фахівців означеної сфери здійснюється із застосуванням синкретичних підходів на засадах як предметно-мовного, так і соціально орієнтованого інтегрованого навчання. Думка про те, що «Путівник зазвичай має складну архітектонічну організацію, втілює різноманітні модули, реалізує різні мовленнєві тактики, вербальні та невербальні коди» [19] якнайкраще може бути проілюстрована книгами серії *Awesome Ukraine*.

Таким чином, серію англомовних путівників *Awesome Ukraine* планується використати як у теоретичній, так і практичній навчальній діяльності, спрямованій на формування базових компетенцій, необхідних бакалаврам туристичної сфери та індустрії гостинності.

Список використаної літератури

1. Бабкін В.В. Структура інформаційно-аналітичної компетентності майбутніх бакалаврів комп'ютерних наук. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Педагогіка та психологія». Педагогічні науки.* №1 (19). 2020. С. 130–136. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-1-19-14.
2. Баб'юк О.В. Формування професійно орієнтованої англомовної компетентності в монологічному мовленні майбутніх фахівців сфери туризму. Дис. ... канд. пед. наук. (13.00.02 «Теорія та методика навчання (германські мови)»). Галузь знань 01 Освіта / Педагогіка (011 – Освітні, педагогічні науки). Тернопіль. 2019. 280 с.
3. Галицька Л.В., Савчук І.І. Комунікативні тактики залучення до культурно-пізнавального туризму та засоби їх вираження у сучасному англомовному туристичному дискурсі. URL: <https://nniif.org.ua/File/17glvktz.pdf>. (дата звернення 12.02.2021).
4. Гейкман Ю., Чурмантеева К. С книгой по миру: 9 книг на английском языке. URL: <https://www.fluentu.com/blog/english-rus/английский-в-сфере-туризма/> (дата звернення 12.02.2021).
5. Гізер В.В. Краеведческий дискурс в переводе: основные понятия и методы. *Вісник СумДУ. Сер. Філологія.* №1. 2007. Т. 2. С. 87–90.
6. Гізер В.В. Лингвокультурологический и переводоведческий анализ путевого текста. *Науковий вісник Херсонського державного університету: зб. наук. праць.* Херсон. 2009. С. 21–25.
7. Гречухина И.Д., Сахно И.П. Туристический путеводитель: универсальные и культурно специфические лексические средства самопрезентации. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Сер.: Філологія. Соціальні комунікації. Германські мови.* Том 30 (69). № 4. Ч. 2. 2019. С. 27–31.
8. Дербак О.А. Обґрунтування педагогічних умов підготовки майбутніх бакалаврів з туризму до професійної взаємодії засобами проектних технологій. *Вісник Універ-*

ситету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Педагогіка та психологія». Педагогічні науки. №1 (19). 2020. С. 158–164. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-1-19-18.

9. Как написать авторский путеводитель. URL: <https://knigastudio.ru/blog/articles/kak-napisat-putevoditel-sovety-sostavitelyam-pechatnogo-gida> (дата звернення 10.04. 2021).

10. Кумыкова З.И. Туристический дискурс и его жанровые особенности. URL: <https://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-i-perspektivy-razvitiya-gumanitarnykh-nauk-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya-24-prikladnaya-i-matematicheskaya-lingvistika-spetsialnost-10-02-21/turisticheskij-diskurs-i-ego-zhanrovye-osobennosti/> (дата звернення 10.04. 2021).

11. Лавніков О.А., Лесик А.С. *Інтегративний підхід у системі вищої освіти: поняття і особливості*. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Педагогіка та психологія». Педагогічні науки. №1 (19). 2020. С. 195–199. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-1-19-23.

12. Левина М.А. Подготовка кадров для туристского бизнеса. *Современные проблемы науки и образования*. 2006. № 1. С. 63–64; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=74> (дата обращения: 11.02.2021).

13. Мединська С.І. Розвиток та оцінювання soft skills при формуванні іншомовної компетентності у здобувачів вищої освіти в галузі туризму, готельно-ресторанної справи та міжнародного бізнесу. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Педагогіка та психологія». Педагогічні науки. №1 (19). 2020. С. 219 – 223. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-1-19-26.

14. Освітньо-професійна програма спеціальності «Готельно-ресторанна справа». URL: https://duan.edu.ua/images/head/Quality_Edu/OPP_drafts/Final/OPP_Hotel_and_restaur_ba.pdf. (дата звернення 09.04. 2021).

15. Панченко Е.И. К вопросу о лингвистическом статусе туристического дискурса. *Лінгвістика. Лінгвокультурологія*. Т. 7. Дніпропетровск, 2014. С. 66–72.

16. Погодаева С.А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. Иркутск, 2008. 20 с.

17. Прима В.В. Особливості функціонування англomовної туристичної термінології у путівниках по Україні (у світлі сучасних подій). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. філологічна. Вип. 60. 2016. С. 287–289.

18. Протченко А. В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2006. 20 с.

19. Путеводитель. URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/putevoditel.html>. (дата звернення 09.04. 2021).

20. Розанова Ю.М. Путеводитель как жанр туристического дискурса: диахронический аспект. *Историческая и социально-образовательная мысль*. Сер. Филология и лингвистика. 2014. №5(27). С. 281–285.

21. Гарнаева Л.П., Дацюк В.В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики. *Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*. 2013. Вып. 3. С. 229–235.

22. Трусова Н.М., Трусов О.М. Образование в сфере туризма: проблемы и пути решения. *Вестник КемГУКИ*. 2015. №33. С. 177–186.

23. Чернобай В.Г. Інтерактивне навчання англійської мови: комунікативні ігри, таблиці та схеми. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Педагогіка та психологія». Педагогічні науки. №1 (19). – 2020. – С. 362–368. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-1-19-43.

24. Awesome Digital Ukraine. URL: <https://osnovypublishing.com/ru/awesome-digital-ukraine/> (дата звернення: 11.02. 2021).

25. Awesome Dnipro. URL: <https://osnovypublishing.com/ru/awesome-dnipro/> (дата звернення: 15.02. 2021).

26. Awesome Odessa. URL: <https://osnovypublishing.com/ru/awesome-odessa/> (дата звернення: 18.02. 2021).

27. Awesome Odessa. URL: <https://osnovypublishing.com/ru/awesome-odessa/#gallery-3>. (дата звернення: 18.02. 2021).

28. Awesome Ukraine. URL: <https://osnovypublishing.com/ru/awesome-ukraine/> (дата звернення: 10.02. 2021).

29. Esther "Money and little red books" in: Romanticism, tourism, and the rise of the guidebook. PP/ 213–226/ DOI 0436929608580179.

30. Kornkamon Thanarotrungrueang. The development of cultural tourism guidebook for phetchaburi's art and craft (chinese-english-thai version) in: The development of the crafts of cultural tourist attractions in phetchaburi guidebook (chinese-english-thai). Available at: <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/psru/article/view/162812/>

31. Therkelsen Anette, Sorensen Anders. Reading the tourist guidebook: tourists' ways of reading and relating to guidebooks. Available at: <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200509019>.