

КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ОСМЫСЛЕНИЮ СИСТЕМНОСТИ ТЕРМИНОЛОГИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Н. И. Мосунова

Представлен когнитивный подход к рассмотрению системности англоязычной терминологии сферы туризма на примере концепта *tourism* 'туризм'. На основе данных когнитивной лингвистики определен концепт, указаны языковые средства выражения и типы концептов. Подчеркнуты особенности терминологического концепта, и определен тип концепта *tourism* 'туризм'. Отмечена связь когнитивного подхода к изучению системности в лексике с предшествующими методами — исследованиями лексико-семантических групп лексико-семантических и ассоциативных полей, синтагматических связей и др. Описана примерная структура исследуемого концепта, включающая в себя более частные терминологические понятия, отражены понятийные связи между ними. Представлены задания для закрепления отраженных терминов в опоре на их системные связи.

The article presents cognitive approach to the comprehension of the system of English terms related to travel industry. Considered is type and structure of the terminological concept *tourism* which appears to reflect the structure of the whole industry. The data of the concept structure are indicated in the chart which reveals the systemic ties of the related terms included in the concept *tourism*. Noted is the relationship of cognitive approach to system study with previous methods aimed at discovering system relations of words in the lexicon. Offered are tasks to be completed at the lessons aimed at assimilating professional terms of tourism and reflected the conceptual link between them. The paper presents the tasks to fix the terms reflected in the support of their communication system.

Ключевые слова: когнитивный подход к системности терминологии, англоязычная терминология сферы туризма, концепт *tourism*, структура концепта, системные связи, лексико-семантическая группа.

Keywords: cognitive approach to the system of terms, English terms of travel industry, concept *tourism*, concept structure, systemic ties, lexical semantic group.

Введение. Процессы глобализации мировой экономической системы ставят перед системой высшего образования конкретную задачу: готовить специалистов различных сфер деятельности в соответствии с международными стандартами. Образование должно обеспечивать возможность участия специалистов разных стран в научном сотрудничестве, организации производственной деятельности, словом, возможность участия во

всех формах профессиональной деловой коммуникации. Совершенствование системы высшего образования осуществляется на основе гармонизации учебных планов и программ, выполнения международных вузовских проектов и программ, в результате организации обмена опытом для профессорско-преподавательского состава, а для студентов – предоставления возможности получения или совершенствования профессионально ориентированного образования за рубежом. Эти виды деятельности в системе высшего образования вписываются в более широкие рамки интернационализации высшего образования, обусловленного глобализацией экономики [1, с. 5; 2, с. 7]. В этом контексте преподавание иностранных языков приобретает особое значение, о чем свидетельствуют тематические научные конференции, проведенные недавно в ведущих вузах страны, – «Межкультурная коммуникация и профессионально ориентированное обучение иностранным языкам» (30 октября 2012, БГУ) и «Преподавание иностранных языков в условиях интернационализации образования» (1 февраля 2013, БГЭУ).

Основу профессионально ориентированного обучения иностранному языку составляет обучение профессиональной терминологии подъязыка специальности.

Цель данной статьи – показать возможности применения когнитивного подхода к осмыслению системности англоязычной терминологии сферы туризма на примере концепта *tourism* ‘туризм’ и дать приемы использования полученных результатов в методике преподавания специальности «Менеджмент в сфере международного туризма» (далее – МТ).

Проблематика терминологии сферы туризма исключительно актуальна из-за огромного значения туристической индустрии в Беларуси. Успех развития этой отрасли, в особенности въездного туризма, обеспечивающего стране валютные поступления в бюджет, напрямую зависит от рекламно-информационного обеспечения, в частности на иностранных языках, от участия наших специалистов в международных биржах, ярмарках туристических услуг, симпозиумах, конференциях, семинарах, от квалифицированного и качественного обслуживания зарубежных туристов. Все эти функции, начиная с составления или перевода на иностранный язык рекламных материалов, неизбежно будут входить в перечень должностных обязанностей выпускников вузов специальности «МТ». Основательное владение терминологическим аппаратом студентами зависит от системного усвоения терминологической лексики сферы туризма.

Основная часть. Плодотворным в осмыслении терминологических систем, как в теоретическом плане, так и в плане преподавания является применение результатов когнитивных исследований. Когнитивная лингвистика нацелена на моделирование устройства языкового сознания

ния и анализ форм языковой репрезентации знаний о мире и способов хранения этой информации в сознании. Именно когнитивный подход к осмыслению терминологических систем языка нацелен на моделирование их структур и анализ отношений между их единицами, связанными с обозначением понятийного пространства.

Центральным понятием когнитивной лингвистики и основным объектом исследования является «концепт», под которым, по определению В. А. Масловой, понимается «ментальное национально-специфическое образование, планом содержания является вся совокупность знаний о данном объекте, а планом выражения — совокупность языковых средств (лексических, фразеологических, паремиологических и др.)» [3, с. 27]. Концепт *tourism* ‘туризм’ как профессиональный термин фиксирует понятийное отражение функционирования данной отрасли. С. Г. Воркачев указывает, что кроме предметной соотнесенности концепт включает в себя всю коммуникативно значимую информацию, т. е. его 1) парадигматические, 2) синтагматические, 3) словообразовательные связи [4]. Обращаясь к такой характеристике концепта, как «национальная специфичность» необходимо отметить, что терминологическая система предполагает унификацию терминологического аппарата, т. е. видовых терминов и их соотношений в разных языках для эффективного использования в глобальном масштабе. Это достигается в ходе профессионального взаимодействия в этой сфере и сопутствующего ему процесса заимствования как опыта, так и обозначающей его лексики. Ср. например, заимствование терминов *туроператор*, *турагентство*, *тур* при наличии для последнего термина близкого аналога в русском языке *путевка*. Наряду с универсальными элементами в языковых системах различных языков существуют лингвистически и экстралингвистически обусловленные национально-специфичные элементы. К разряду последних можно отнести единицы, обозначающие специфические реалии-объекты действительности, включаемые в эту сферу: *the Museum of Tolerance* ‘Музей расовой терпимости’, *Orange Bowl* ‘Стадион «Оранж-Боул» в Майами’, *The Mary Kay Beauty Museum* ‘Музей красоты компании Мэри Кэй’. Входя в сферу аналогичного терминологического концепта в другом языке, наименования таких реалий получают уточняющую номинацию. Наличие в терминологической системе лингвистически обусловленных национально-специфических элементов (обусловленных грамматической структурой, лексической системой, спецификой сочетаемости слов данного языка) можно проиллюстрировать следующими английскими и русскими терминами-эквивалентами: *to honeymoon* ‘проводить медовый месяц’, *to buy / sell a holiday* ‘купить / продать путевку / тур’ (но никак не ‘отпуск’ или ‘отдых’), *city break / weekend break* ‘тур / экскурсия выходного дня’ (на самом деле, как правило, тур на 3 дня в конце недели), *to book a hotel for 3 nights*

‘заказать гостиницу на 3 дня’ (а не ‘ночи’). Что касается плана языкового выражения терминологического концепта, то он, очевидно, ограничивается включением лексических единиц и устойчивых словосочетаний. Включение же паремиологических сочетаний дискуссионно (например, *ravens of the Tower* ‘вороны Тауэра’, которые являются важной достопримечательностью Тауэра, так как по преданию, Тауэр будет стоять, пока в нем живут его вороны), в любом случае они находятся на периферии концептуальной области.

Есть различные типы структур представления знаний и соответствующие им типы концептов (схема, картина, фрейм, сценарий, гештальт). По мнению А. П. Бабушкина, концепты, которые выделяются на основе анализа словарных дефиниций, могут представлять собой мыслительные картинки (например, *ромашка*), концепты-схемы, если они реализуют пространственную сему (например, *дорога*), концепты-фреймы, если они имплицитно фиксируют комплексную ситуацию (например, *больница*) [5, с. 55]. Лексикографическая сущность концепта-фрейма фиксируется нашим сознанием в форме объемного видения места, в данном случае именуемого больницей. Семы развития, движения и динамики репрезентируют концепт-сценарий. Концепт *tourism* ‘туризм’, по-видимому, больше соответствует фрейму и сценарию.

Модель взаимодействующих способов познания концепта, предложенная В. И. Карасиком, предполагает использование нашего повседневного знания, элементов научного знания и общей эрудиции, а также стереотипных структур и прототипических структур [6]. Организация единиц в терминологическом концепте в первую очередь опирается на категоризацию и таксономию, выработанную всеми дисциплинами, обслуживающими данную сферу деятельности (география туризма, организация туризма, менеджмент туризма, маркетинг в туризме) [7; 8; 9].

Структурирование терминологического концепта основывается на выделении отличительных семантических признаков у составляющих его единиц [10, с. 61], что ранее активно использовалось при изучении системности в лексике в форме лексико-семантических групп (далее — ЛСГ), лексико-семантических полей и ассоциативных полей. На определенную корреляцию прежних методов исследования семантики и системности лексики, а также современных когнитивных исследований лексики в форме концептов указывает И. А. Стернин, отмечая, что «содержание концепта пополняет анализ синонимов, симилияров, антонимов ключевой леммы» [10, с. 62] (в нашем случае *tourism* ‘туризм’). Он подчеркивает необходимость анализа сочетаемости лексем, объективирующих концепт в языке, что дает возможность выявить некоторые составляющие концепта [10, с. 62].

Предлагаемая ниже модель отражает примерную структуру терминологического концепта *tourism* 'туризм'. Ведущие семантические признаки, являющиеся критериями классификации, выносятся в названия вычленимых в данном концепте семантических групп и тематических рядов терминов (*Types of tourism* 'Виды туризма', *Region / Destination* 'Регион, страна пребывания', *Means of conveyance* 'Средства передвижения', *Character of organization* 'Характер организации', *Forms of tourism* 'Формы туризма', *Age of tourists* 'Возраст туристов', *Purpose* 'Цель поездки', *Tourist activities* 'Виды деятельности во время поездки'), объединяющих однопорядковые гипонимические наименования — названия видов туризма в зависимости от этих признаков.

Понятийное ядро этого терминологического концепта составляет гипероним *tourism* 'туризм'. Даже этот гипероним имеет ряд синонимов, активно используемых в терминологии туристической отрасли, — *tourist industry* 'отрасль туризма', *travel industry* 'туристический бизнес', *tourist trade* 'туризм', *travel business* 'сфера путешествий и туризма', *touring* 'туризм'. Особенностью этих терминов-синонимов является их составной характер. Эта же тенденция проявляется и в обозначениях гиперонимов более низкого ранга, включаемых в состав вышеприведенных гиперонимов, — *national tourism* 'национальный туризм', *international tourism* 'международный туризм', *domestic tourism* 'внутренний туризм', *inbound tourism* 'въездной туризм', *outbound tourism* 'выездной туризм', *organized tourism* 'организованный туризм', *unorganized tourism* 'неорганизованный туризм'.

Характерной чертой структуры терминологического концепта *tourism* 'туризм' является включение в него групп терминов, связанных как родовидовыми отношениями, так и партитивными отношениями («целое и его части»): *recreational tourism* 'рекреационный / отпускной туризм' охватывает *health tourism* 'оздоровительный / лечебный туризм', *cultural / heritage tourism* 'познавательный / культурный туризм', *relaxation* 'отдых', *sport tourism* 'спортивный туризм', *special-interest tourism* 'туризм по интересам'. Примером реализации партитивных отношений может служить лексическая группа *Hotel* 'гостиница', которая объединяет названия гостиничных номеров (*single* 'одноместный номер', *double* 'двухместный номер', *suite* 'люкс'), наименования удобств и оказываемых в отеле услуг (*fitness centre* 'фитнесс-центр / спортзал с тренажерами', *swimming pool* 'бассейн', *car rental* 'прокат автомобиля', *meeting spaces* 'конференц-зал', *baby-sitting* 'игровая комната для детей, где проживающие в гостинице могут оставить детей под присмотром воспитателя', *dry-cleaning* 'химчистка') и другие тематические ряды наименований. Любопытно, что в структуру этого терминологического концепта вовлекаются и наименования, связанные ассоциативными отношениями, например, состав группы *Architecture* 'ар-

хитектура', так как трудно представить познавательный туризм без ознакомления с архитектурой посещаемого места.

Преимущество и отличие когнитивного подхода от предшествующих методов в том, что он органично соединяет принципы выделения и исследования ЛСГ, лексико-семантических и ассоциативных полей, парадигматику и синтагматику, позволяет увидеть весь спектр разнообразных отношений между терминами внутри концептуальной области, включая, помимо названных родо-видовых, партитивных и ассоциативных, отношения синонимии (*tourism* 'туризм', *travel industry* 'туристический бизнес', *tourist industry* 'отрасль туризма', *travelling* 'путешествие'), антонимии (*to book a flight – to cancel a flight* 'заказать билет на рейс – отказаться от билета на рейс'), синтагматику (*to book a holiday / a coach tour / a flight / a ticket / hotel / a room* 'заказать тур / автобусный тур / билет на рейс / гостиницу / номер в гостинице'), отношения подобия, например по функции, в тематических рядах (*temple* 'храм', *church* 'церковь', *cathedral* 'собор', *synagogue* 'синагога', *mosque* 'мечеть', *chapel* 'капелла, часовня, придел').

Модель структуры данного концепта отражает лишь его ядерную часть. Конечно же, она не охватывает всего корпуса языковых средств его выражения, которые могут составить значительный по объему терминологический словарь. Думается, однако, что, во-первых, эта схема концепта *tourism* 'туризм' поможет студентам более наглядно и системно представить и затем хранить в памяти необходимую терминологию. Во-вторых, в опоре на эту схему преподаватель может организовать различные виды речевых упражнений в монологическом, диалогическом и групповом режиме по тематическому усвоению материала на ситуационной основе или стимулировать выполнение письменных заданий.

В качестве примеров таких упражнений можно предложить следующие: 1) Подготовьте для партнеров вашей фирмы сообщение о возможностях отдыха в Беларуси; 2) Подготовьте план-проспект об основных видах туризма в Беларуси для международной конференции; 3) Проведите конференцию на тему «Отдых в Беларуси» на международной ярмарке; 4) Проинформируйте партнера / клиента об условиях проживания в вашей гостинице; 5) Проведите переговоры с партнером об организации какого-либо тура; 6) Проведите разговор с иностранным клиентом, предложите ему разнообразные виды отдыха; 7) Примите заказ на тур; 8) Оформите заказ гостиницы для клиента и т. д.

Закключение. С позиций когнитивной лингвистики термин *tourism* 'туризм' представляет собой терминологический концепт, обозначающий разнообразные объекты, явления и процессы этой отрасли экономики и включающий в свое понятийное содержание их терминологические обо-

значения, концепт *tourism* 'туризм' имплицитно содержит в себе всю терминологию, связанную с обозначением данной отрасли. Опираясь на положения когнитивной лингвистики о том, что понятийное содержание концепта формируется на основе включения значений слов, связанных с ключевым словом парадигматическими, синтагматическими, словообразовательными и ассоциативными связями, мы попытались систематизировать эти отношения термина *tourism* 'туризм' с другими терминами сферы туризма. Структура данного концепта отражает лишь его ядро, наиболее существенную часть его понятийного содержания и демонстрирует взаимосвязи между отдельными терминами, представляя их в виде классификации. Систематизация терминологии сферы туризма опирается не только на анализ лексических значений терминов туристологии, но и на профессиональные таксономию и классификации этой понятийной области, отвечая методической потребности системного, то есть более прочного усвоения терминологии.

Критериями для классификации терминологии выступали различные семантические признаки, что ранее активно использовалось для анализа системности лексики по лексико-семантическим группам, лексико-семантическим полям. Когнитивный подход инкорпорирует принципы изучения системности лексики, разработанные в рамках предшествующих теорий, парадигматику и синтагматику, обеспечивая адекватное и гибкое отражение реальной действительности. Предложенная структура концепта в форме лексических групп и тематических рядов демонстрирует наличие разнообразных видов отношений между отдельными терминами: родо-видовые, партитивные, ассоциативные, синонимические, антонимические. Терминология может служить опорным материалом для методического использования на занятиях по английскому языку для изучающих специальность «Менеджмент в сфере международного туризма».

Библиографические ссылки

1. *Мишкевич М. В.* Экономическая глобализация и интернационализация высшего образования // Преподавание иностранных языков в условиях интернационализации образования : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 1–2 февр. 2013 г. Минск : БГЭУ, 2013. С. 4–5.
2. *Панков Д. А., Попок Н. В.* Программа «ТЕМПУС» «ICAEN» по интернационализации высшего образования // Преподавание иностранных языков в условиях интернационализации образования : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 1–2 февр. 2013 г. Минск : БГЭУ, 2013. С. 6–9.
3. *Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика : учеб. пособие. Минск : Тетра-Системс, 2005.

4. *Воркачев С. Г.* Культурный концепт и значение // Труды Кубанского государственного технологического университета. Сер. Гуманитарные науки. Т. 17, вып. 2. Краснодар, 2003. С. 268–276.

5. *Бабушкин А. П.* Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996.

6. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.

7. *Жулевич Е. В., Копанев А. С.* Организация туризма : учебно-практ. пособие. Минск : БГЭУ, 1999.

8. *Кабушкин Н. И.* Менеджмент туризма : учебно-практ. пособие. Минск : БГЭУ, 1999.

9. *Дурович А. П.* Маркетинг в туризме : учебно-практ. пособие. Минск : БГЭУ, 1999.

10. *Стернин И. А.* Методика исследования структуры концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики : сб. науч. тр. / под ред. И. А. Стернина. Воронеж : ВГУ, 2001. С. 58–65.

Поступила в редакцию 19.03.2013

УДК 37(476)(091)"19"

МОДЕЛЬ ТРАКТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА УЧИТЕЛЯ В ТРУДАХ УЧЕНЫХ-ПЕДАГОГОВ И ПРОСВЕТИТЕЛЕЙ БЕЛАРУСИ ПЕРВОЙ ТРЕТИ XX в.

И. И. Петрашевич

Статья посвящена вопросу профессионального мастерства учителя. Тема рассматривается в историко-педагогическом ракурсе. На основе анализа идей формирования профессионального мастерства учителя в трудах ученых-педагогов и просветителей Беларуси представлена модель трактовки профессионального мастерства учителя средней школы Беларуси первой трети XX века. Методологическое основание модели – аксиологический и историко-логический подходы. В работе выявлены пути развития, направления в совершенствовании и критерии профессионального мастерства, определено понятие «профессиональное мастерство учителя» средней школы Беларуси в первой трети XX в.

The article is devoted to a problem of teacher's professional mastery. The question is considered in a historical and pedagogical viewpoint. The model of treatment of the Belarusian secondary school teacher's professional mastery of the first third of the