



DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-3-635-652

РЕТУР — ИННОВАЦИОННЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ РАБОТНИКОВ ТУРИЗМА В СТРАНАХ ЕС

Антония Пенчева

Университет национальной и мировой экономики
Студентски град «Хр. Ботев» УНСС, 1700 София, Болгария

В статье анализируется роль русского языка в туристическом секторе. Показаны возможности, предоставляющие материалы проектов, финансируемых ЕС, для самостоятельного изучения русского языка (РЯ). Автор останавливается на преимуществах интернет-курса «Ретур», который сочетает традиционные методы с современными интерактивными мультимедийными средствами обучения: видео-, аудио- и письменными учебными материалами. В статье излагаются методы отбора лексического и грамматического материала, выбор тематических блоков и тематических единиц. Автор приходит к выводу, что туристический сектор экономики ряда стран Европы заинтересован в обучении РЯ работников сферы туристического обслуживания. РЯ как иностранный становится востребованным «товаром», приносящим добавленную стоимость, и преподавание РЯ должно служить формированию коммуникативной компетенции на РЯ у будущих и настоящих работников в сфере туризма.

Ключевые слова: курс «Ретур», русский язык, коммодификация, товар, добавочная стоимость, Болгария

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в публикациях все чаще дискутируется вопрос о товарной стоимости владения иностранными языками или, в более широком смысле, о стоимости коммуникативных ресурсов. Действительно, за последние два десятилетия мы стали свидетелями множества попыток капитализировать лингвистические ресурсы одним или другим способом, при этом эти усилия были тесно связаны с индустрией обучения иностранным языкам, с ростом экономики обслуживания и с ростом глобальной мобильности, в результате чего, с одной стороны, отдельные языки приобретают потенциал коммодификации, а с другой — таким потенциалом обладают и люди, которые говорят на каком-нибудь иностранном языке. В наше время люди могут выбирать — путешествовать в далекие страны, не зная и не понимая местный язык, и погрузиться в аутентичные переживания, или усвоить один или больше иностранных языков и приобрести соответствующие коммуникативные умения, чтобы стать более конкурентоспособными на рынке труда, осознать важность определенного языка на глобальном рынке.

Идея рассматривать язык как экономический ресурс восходит к французскому социологу Бурдьё (1977) и его пониманию языка как формы символического капитала, которого можно превратить в материальный капитал, позволяющий получать добавочную стоимость (Хеллер 2010, Хеллер и др. 2014). Термин *коммодификация*, введенный канадской исследовательницей Моникой Хеллер, использу-

ется для описания того, как определенный объект или процесс предоставляется для обычного обмена на рынке (Хеллер и др, 2014: 545). Хеллер (2010) отмечает значимость языка как ресурса с обменной стоимостью, нарастающей в условиях новой глобализированной экономики, и идентифицирует несколько областей: туризм, маркетинг, преподавание языков, перевод и др. Различные способы использования языка приобрели центральную роль в новой глобализированной экономике, сам язык превратился в своеобразный «товар» и, следовательно, выступает в качестве ресурса, который будет производиться, контролироваться, распределяться и оцениваться. Преподавание языка также все более становится таким видом процесса.

Хеллер и Дюшен (2012), Хеллер, Пужолар и Дюшен (2014) подробно останавливаются на процессе коммодификации языка на мировом рынке. Процессы коммодификации языкового пространства связаны с новыми способами использования и представления языков и языковых практик в области туризма в разных контекстах. А. Павленко (2016, 2017) детально рассматривает процесс коммодификации русского языка в Европе и мире, фокусируя свое внимание на причинах, времени, местах (странах) и формах, а также останавливается на дальнейших возможностях исследования глобализации русского языка.

В настоящей статье мы попытаемся проанализировать значение и роль коммуникативных навыков на русском языке в профессиональной подготовке занятых в туристическом секторе Европы и возможности инновационного онлайн-ресурса «Ретур» для самоуправляемого обучения.

РУССКИЙ ЯЗЫК В БОЛГАРИИ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Принято считать, что интерес к русскому языку в Болгарии неизменно высок, поскольку изучение русского языка в стране имеет более полуторавековую историю. На протяжении длительного исторического периода в зависимости от политической ориентации страны отношение к русскому языку и культуре переживало взлеты и падения. В период после Второй мировой войны до недавнего времени, примерно 25 лет назад, русский язык в Болгарии был «привилегированным» — изучался в обязательном порядке в средней и старшей школах. Перемены, произошедшие в стране после 1989 г., и новые экономические условия, по которым стала развиваться страна, существенно изменили эту ситуацию. Наступил период значительного падения интереса к преподаванию русского языка: в среднем и высшем образовании русский язык был изъят из учебных планов и сохранился в небольшом количестве образовательных учреждений, в результате чего число изучающих русский язык в Болгарии значительно сократилось. В 90-х гг. прошлого века от изучения русского языка отказывались демонстративно, он занимал 14-е место по спросу среди учащихся, уступая не только европейским, но и восточным языкам. Ситуация изменялась медленно — начиная с 2003 г. с целью повышения интереса к изучению русского языка предпринимались попытки восстановить и расширить площадки для его изучения на базе накопленного многолетнего опыта. Была создана Национальная сеть болгарских базовых школ с изучением русского языка, в которую входили средние школы и университеты (Почеканска 2007: 61—

69). В течение последних десяти лет, по статистическим данным, приводимым представителями Министерства науки и образования, русский язык стал устойчиво возвращать свою популярность и занял второе место после английского. Так, в 2009 г. английский язык в Болгарии изучали около 650 тыс. школьников, русский — около 200 тыс., немецкий — около 160 тыс., французский — около 20 тыс. (Почеканска, 2009). В 2015 г. из 766 115 школьников 123 532 изучали русский язык (Борисова 2015). Независимо от относительного снижения числа изучающих русский язык в средних школах (на фоне демографического спада), второе место сохраняется за ним. По данным на 2016 г. этот тренд сохраняется. К сожалению, официальной статистики о количестве изучающих русский язык в высших школах нет, но, по собственным наблюдениям автора, русский как второй иностранный язык востребован среди студентов экономических, социально-политических, технических и филологических специальностей.

Возникает вопрос, какова мотивация молодых людей школьного и студенческого возраста, выбирающих русский язык? Можно сделать предположение, что русский язык выбирают изучать люди, которые осмысленно полагают (они сами, а в случае детей младшего школьного возраста — их родители), что в будущей карьере владение русским языком им потребуется. Разумеется, в нашем современном мире мотивы изучения любого языка очень прагматичны. Как заметил Ю.Е. Прохоров в предисловии к книге «Слово — история — культура», «на призыв „Учите русский язык — и вы сможете наслаждаться поэзией Пушкина в подлиннике“ откликнется, может быть, один человек из ста. И совсем другое дело, если обращение будет таким: „Учите русский язык — он поможет вам сделать хорошую карьеру, добиться успеха в избранной профессии“» (Прохоров 2014: 5).

Возвращение русского языка в болгарские школы и вузы определялось разными факторами. Кроме субъективных, важнейшую роль сыграли объективные экономические обстоятельства. В начале XXI в. в Болгарии отмечался рост не только российских туристов, но и российских инвестиций. Многие россияне и граждане СНГ приобретают недвижимость в Болгарии.

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ РУССКОГО ЯЗЫКА В МИРЕ

Данные исследования потребности изучения русского языка, которые провели специалисты Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина по заказу Министерства связи и массовых коммуникаций РФ и Министерства образования и науки РФ, показывают несомненную востребованность русского языка в мировом масштабе (<http://www.pushkin.institute/news/detail.php?ID=4942>). Доклад был представлен в середине 2016 г. Фокусом исследования стал спрос на кадры со знанием русского языка за рубежом, их перспективы реализации в области бизнеса, образования, военно-технического и гуманитарного сотрудничества. На базе анализа данных разных источников (Всемирного экономического банка, сайтов зарубежных кадровых агентств, докладов Министерства иностранных дел России, Центра социологических исследований Минобрнауки России, Российской Академии образования и пр.) было установлено, что около 125 млн человек в целом мире заинтересовано в изучении русского языка (схема 1).



Схема 1. Источник: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

Наибольший спрос на изучение русского языка сохраняется в странах СНГ, где количество заинтересованных в его изучении составляет 100 млн человек. Примерно в 3 млн человек оценивается количество желающих изучать русский язык в Европе, столько же в Китае. Заметен спрос в Северной и Латинской Америке (по 2 млн), в Индии и ЮАР (по 1,5 млн), в Японии, Южной Корее и странах АСЕАН (по 1 млн). Анализ выявляет три группы стран (схема 2). К первой группе относятся страны мира с повышенным спросом на программы изучения русского языка и русскоговорящих специалистов; ко второй группе — страны мира с устойчивым спросом на программы изучения русского языка и русскоговорящих специалистов; к третьей — страны мира с отложенным спросом на программы изучения русского языка и русскоговорящих специалистов.

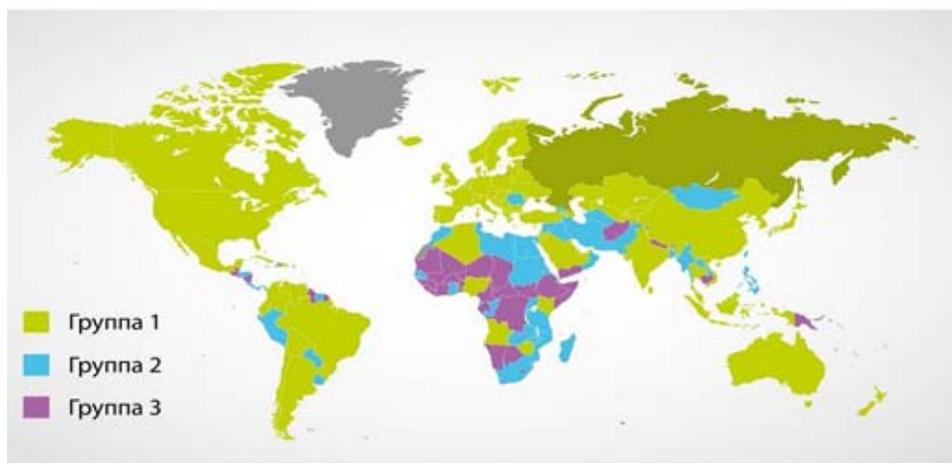


Схема 2. Источник: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

По данным Statista за 2017 г. (схема 3) русский язык занимает седьмое место по распространенности среди языков мира, при этом 165 млн говорят на нем как на родном, а 275 млн — как на иностранном (<https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide>).

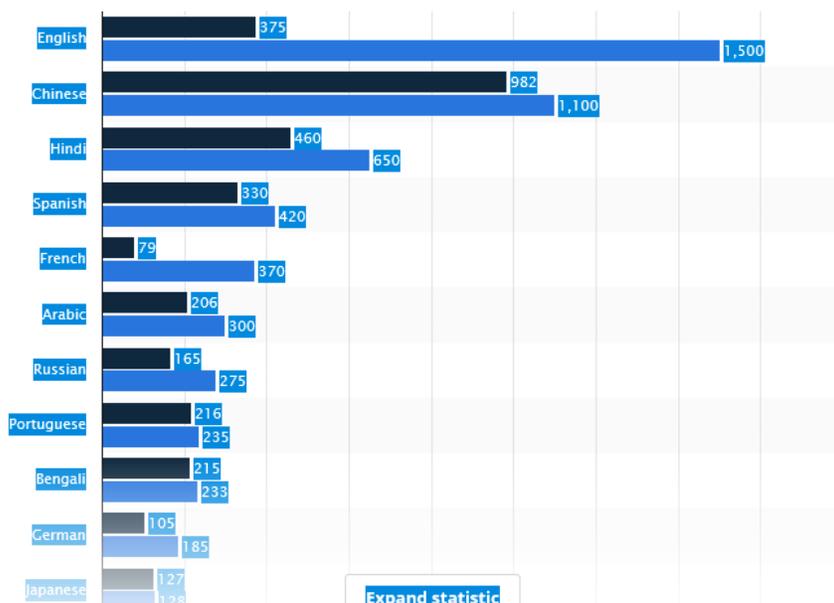


Схема 3. Источник: www.statista.com

В основном высокая востребованность русского языка связана с ростом экономических, общественных, политических, культурных, спортивных и туристических связей России со многими зарубежными странами. Русский язык в Западной Европе сегодня изучают не только школьники и студенты, которые надеются, что владение языком пригодится в их будущей карьере, но также экономисты, юристы и мелкие предприниматели. К примеру, в Финляндии отмечают, что знание русского языка — козырь при устройстве на работу (<http://www.mke.ee/sobytiya/znanie-russkogo-yazyka-kozyr-pri-ustroytve-na-rabotu-v-finlyandii>).

Среди работников туристического бизнеса и продавцов прочно увеличивается интерес к изучению русского языка, и это связано с увеличением числа российских туристов за рубежом. По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, в 2011 г. в целях туризма более 14 млн россиян отправились в страны Европейского Союза. В 2012 г. был отмечен 15-процентный рост (16 284 597). В 2013 г. эта цифра увеличилась еще на 22% (19 910 602). В связи с усложнившейся экономической ситуацией в 2014 г. по сравнению с предыдущим годом наблюдается 7-процентный спад поездок в европейские страны, который, по статистике Федерального агентства по туризму РФ¹, за 2015 г. не был преодолен.

¹ <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/pokazateli-vezda-i-vyezda-mezhdu-rossiyskoy-federatsiyey-i-stranami-es> [Дата обращения 15.11.2016].

Судя по данным, представленным вице-президентом Российского союза туриндустрии, спад выездного потока из России в 2016 г. составил 20%. Но начало 2017 г. показало значительный рост. По данным исследования Европейской туристической комиссии (ЕТС), в первые месяцы 2017 г. о росте числа прибытий туристов из России заявили сразу несколько стран. На 88% вырос турпоток в Турцию, на 122% — на Кипр, Исландия отметила рост на 157%. Количество туристов из России выросло в Эстонии (34%), Венгрии (33%), Финляндии (28%), Словении (25%), Германии (18%), Польше (13%) и Болгарии (10%) (European Tourism in 2017: Trends & Prospects (Q1/2017)). По результатам анализа исполнительного директора Ассоциации туроператоров России М. Ломидзе², отрицательная динамика выездного туризма снижается, в 2017 г. турпоток за рубеж может вырасти на 5—7% на большинстве массовых направлений. В первую десятку наиболее популярных направлений в ЕС входят Финляндия, Эстония, Польша, Германия, Греция, Испания, Италия, Литва, Кипр, Болгария.

По данным болгарского Национального статистического института (www.nsi.bg), начиная с 2012 г. наблюдается устойчивый рост въезда русскоговорящих туристов в Болгарию (табл.).

Таблица

Статистика русскоязычного туризма в Болгарии

Русскоговорящие туристы (Россия, Украина, страны ОНД)	2012	2013	2014	2015	2016 (январь — ноябрь)
	721 575	935 574	1 075 297	1 088 062	909 229

В целом, доля русскоязычных туристов в туристическом потоке Европы и стран Ближнего Востока занимает ведущее место.

Параллельно с нарастанием потока русскоязычных туристов представители бизнеса в этих странах жалуются на отсутствие квалифицированных кадров со знанием русского языка. Особенно остро чувствуется нехватка в летний сезон на побережьях Черного, Эгейского, Адриатического, Средиземного морей, традиционно привлекающих русскоговорящих туристов. Работодатели ищут персонал, владеющий русским языком, для работы в ресторанах, барах, гостиницах, магазинах. К примеру, в Болгарии для летнего сезона 2017 г. набирали такой персонал на должности гостиничных администраторов, барменов, официантов, продавцов в сувенирных магазинах и др. Дефицит кадров в сфере туристических услуг привел к тому, что в середине июня 2017 г. были обнародованы изменения и облегчения в применении Закона о трудовой миграции и трудовой мобильности с целью привлечения иностранных рабочих — граждан третьих стран (стран вне ЕС, главным образом из Молдовы и Украины).

Увеличение потока русскоговорящих туристов в страны Европы — только одна из причин популярности русского языка. Другая причина востребованности персонала с русским языком — все еще низкий уровень коммуникативных навыков

² http://www.atorus.ru/ratings/ator_analytics/article/3436.html.

на иностранном языке русскоязычных туристов, в частности, на английском, который в последние десятилетия утвердился как универсальный язык общения в различных сферах бизнеса и торговли, науки и технологий, образования, Интернета. При всей недостаточной надежности критериев оценки владения иностранными языками (поскольку уровни владения являются разными), данные Education First за 2016 г., ориентированные на результаты прошедших тестирование россиян молодого и среднего возраста, показывают, что Россия занимает 23 место из 26 стран Европы и 34 место из 72 стран мира с показателем владения 52,32 пункта (схема 4), который расценивается как низкий.



Схема 4. Источник EF EPI

Со снижением возраста тестируемых намечается тенденция повышения численности людей, владеющих английским языком (схема 5). По гендерному признаку с разницей в 3 пункта лидируют женщины (<http://www.ef.com/epi/regions/europe/russia>).

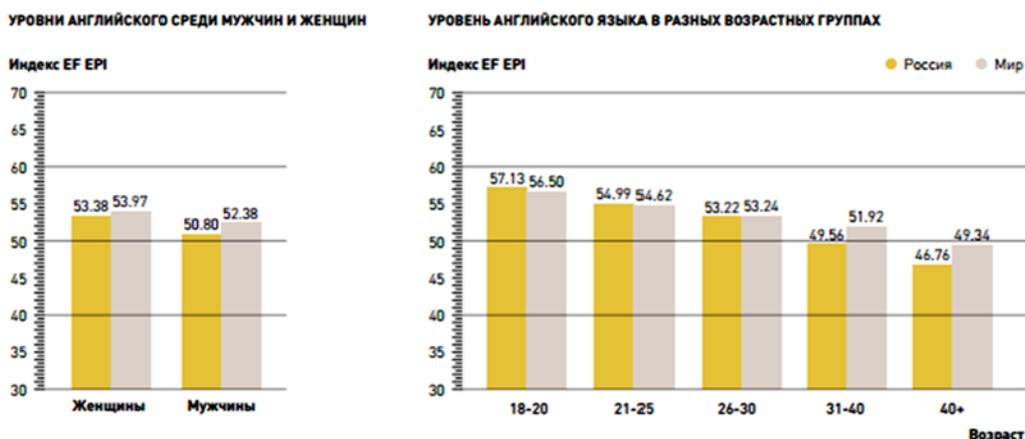


Схема 5. Источник EF EPI

Из европейских стран, бывших советских республик, в которых взрослое население все еще говорит по-русски свободно, приводятся данные только об Украине — 50,62 (низкий показатель) и Азербайджане — 46,90 (очень низкий пока-

затель). В целом, анализ данных выявляет, что небольшая доля русскоязычных туристов, выезжающих в страны Европы, владеет английским языком.

В сфере гостиничного, ресторанного обслуживания и розничной торговли во многих странах Европы русский язык, наряду с местным и английским, становится языком общения. В подробном анализе статистических показателей А. Павленко (Павленко 2016: 25) убедительно доказывает, что процент русскоговорящих туристов в последние годы превращает русский язык в *lingua franca* — функциональный тип языка, используемый в качестве средства общения между носителями разных языков. Администраторам гостиниц, консьержам, официантам, барменам, продавцам приходится общаться с русскоговорящими туристами на русском языке. Владельцы туристических объектов (гостиниц, независимо от их уровня и размера, ресторанов, кафе, баров), торговых объектов, агентств недвижимости предпочитают нанимать работников со знанием русского языка. Коммуникативные навыки работающих в туристическом обслуживании становятся ресурсом, приносящим добавленную стоимость предпринимателям, предлагающим туристические услуги.

Владение иностранным языком представляет неотъемлемую часть профессиональной подготовки. Это в наибольшей степени относится к работникам сферы туристического обслуживания. Владение русским языком превращается в инструмент достижения профессионального успеха на рабочем месте. В то же время это приводит к повышению спроса и конкурентоспособности на рынке туристических услуг. Обучение иностранным языкам направлено на комплексное развитие коммуникативной, когнитивной, информационной, социокультурной, профессиональной и общекультурной компетентности обучаемых. Туристическая система нуждается в квалифицированных кадрах, владеющих иностранными языками.

Осознав важность предложения высокого уровня обслуживания русскоговорящих туристов, владельцы, предоставляющие туристические услуги, с одной стороны, и работники туристических объектов, с другой стороны, заинтересованы в овладении языком хотя бы на базовом уровне или в повышении квалификации и совершенствовании своих коммуникативных умений. Вполне закономерным становится вопрос, **где и с помощью каких форм и средств обучения** могут изучать русский язык специалисты, уже работающие в туристической сфере.

ПОЛИТИКА ЕС ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Согласно докладу Европейского центра развития профессионального обучения (Cedefop) на тему «Тенденции и умения в области туризма», многие национальные туристические организации в Европе считают значимой проблемой и даже конкурентным недостатком отсутствие языковых умений у работников туристического сервиса.

Комиссия Европейского Союза уделяет огромное внимание изменению системы образования в целом и, в частности, обучению иностранным языкам, для того чтобы адекватно отвечать на вызовы времени. Политика образования ЕС направлена на непрерывный процесс обучения, продолжающийся в течение всей жизни

(lifelong learning), и улучшение качества образовательных систем. Актуальные приоритеты образовательной политики ЕС представлены в новой стратегии развития «Европа 2020». Приоритетным направлением политики ЕС стал разработанный «План по развитию новых способностей и увеличению количества рабочих мест» (<http://eulaw.ru/content/307>), призванный дать людям возможность получать новые знания и навыки, увеличить возможность трудоустройства, улучшить соотношение спроса и предложения на рынках труда. Более конкретные результаты ожидаются в области применения принципов образования в течение всей жизни, в т.ч. посредством современных гибких программ обучения и разнообразных способов обучения, онлайн доступных услуг, усиления привлекательности профессионального образования.

ПРОЕКТЫ И ОНЛАЙН УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В БОЛГАРИИ

Одним из показателей успешной образовательной политики является диверсификация образования. Диверсификация — это тот инструмент, который позволяет личности в любое время и с любым уровнем языкового образования пополнять свои языковые потребности. «Горизонтальная диверсификация предполагает расширение сферы деятельности и может успешно реализовываться на всех образовательных уровнях системы. Концентрическая диверсификация открывает возможность дополнения иноязычного образования новыми методическими подходами и приемами, расширения путем внедрения инновационных технологий в предлагаемые образовательные программы. Многоуровневая диверсификация представляет собой непрерывное иноязычное обучение с учетом возрастных особенностей личности и меняющихся личностных целей и мотиваций» (Соколова 2013).

Кроме того, диверсификация означает разнообразие методических приемов и внедрение информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в иноязычное обучение. В рамках различных европейских программ за последнее десятилетие в Болгарии разрабатывались или находятся на этапе разработки несколько проектов, направленных на туристический бизнес.

◆ Проект «Профессионализм и адаптивность занятых в туроператорском бизнесе путем обучения» (2008—2009 гг.). Проект предвидел совершенствование языковой подготовки 113 служащих 23 туристических фирм:

- английский язык — 76 чел.;
- французский язык — 6 чел.;
- немецкий язык — 11 чел.;
- русский язык — 13 чел.

Средства, выделенные на проект, были слишком скромными, и охват обучаемых был весьма ограничен как территориально (г. София), так и по численности (всего 13 человек по русскому языку).

◆ Проект «Изучение иностранного языка в любое время и везде посредством сети Лингванет» (2006—2008), финансируемый по программе «Леонардо да Винчи» Европейской комиссии. Участники проекта: эксперты из Болгарии, Греции,

Испании и Португалии. Цели проекта — создание небольшой частной виртуальной сети, предоставляющей образовательные услуги мобильным потребителям; разработка учебных материалов для мобильного обучения иностранным языкам в области туризма на семи языках (болгарском, английском, немецком, греческом, испанском, французском, португальском). Русский язык не присутствует в проекте.

◆ Проект «Russian Online — многоязычный сайт для изучения русского языка». Цель проекта — предложить бесплатную многоязычную интерактивную интернет-платформу для дистанционного изучения русского языка на уровне А1 и А2. Проект реализуется группой из 10 участников, представляющих 7 европейских стран (Чехия, Словакия, Словения, Болгария, Германия, Польша, Литва). Сайт доступен на девяти языках. Целевая аудитория — люди, заинтересованные в изучении русского языка и культуры, намеренные проживать и работать на территории РФ. Проект поддерживается программой Европейского Союза «Erasmus+». Находится на стадии разработки.

◆ «Be My Guest: Русский язык для гостиничного бизнеса» (2008—2009). Это онлайн курс для начинающих. Он предназначен для людей, работающих в сфере предоставления гостиничных услуг, а также для работающих в магазинах и ресторанах. Обучение доступно на четырех языках: болгарском, английском, итальянском и испанском. Проект осуществлялся при поддержке Европейской комиссии.

◆ «LIS: Изучение иностранных языков с помощью песен». Цель проекта — создание учебных материалов по итальянскому, русскому, румынскому, французскому и испанскому языкам как иностранным, основанных на использовании песен вместе с караоке и аудиовизуальных средств, которые представлены на веб-сайте. Он направлен на развитие коммуникативных умений на иностранном языке и формирование интеркультурной компетенции различных групп обучаемых. Охватывает уровни А2 и В1 по шкале Общеввропейской языковой рамки. Проект осуществлялся при финансовой поддержке подпрограммы «Грюндвиг».

Как видно, из пяти представленных выше проектов один («Профессионализм и адаптивность занятых в туроператорском бизнесе путем обучения») ставит себе целью повышения квалификации туристических кадров на курсах с применением традиционной методики, а другой («Be My Guest: Русский язык для гостиничного бизнеса») направлен на создание учебных материалов для работающих в сфере туризма, предназначенных для онлайн обучения. Остальные проекты не связаны с обучением в сфере туризма. Очевидна потребность людей, работающих в туристическом бизнесе, в учебных курсах, предлагающих овладение русским языком с нулевого уровня до А2 (и выше) или для совершенствования знаний не только в традиционной форме — в учебном классе, аудитории, а также в самостоятельной форме с применением интерактивных методов обучения.

Совершенствование коммуникативных навыков персонала представляет важный элемент развития человеческих ресурсов в туристической фирме, поэтому предназначенные для туризма учебные материалы по русскому языку должны быть созвучны с текущими потребностями туристического сектора, способствовать углублению знаний по языку и межкультурным особенностям и поощрять применение инновационных методов обучения с использованием современных технологий.

Существуют различные формы обучения персонала: обучение на рабочем месте, краткосрочное обучение с отрывом и самостоятельное обучение (self-managed learning). В последние десятилетия в странах Западной Европы в сфере услуг находит место именно метод самоуправляемого обучения. Исследования показывают, что самообучение стало одним из наиболее распространенных методов, с помощью которого люди учатся, и что в самообучение и онлайн-образование инвестируются значительные ресурсы. Среди прочих характеристик самоуправляемого обучения выделяется возможность обучающегося самому выбирать учебную среду, виды деятельности, учебные ресурсы, программы обучения и пр.

ИННОВАЦИОННЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ «РЕТУР»

В контексте вышесказанного курс «Ретур» представляет собой инновационный мультимедийный интернет-ресурс, предназначенный для обучения русскому языку взрослых, работающих в сфере туристического сервиса: ресторанного и гостиничного бизнеса и розничной торговли. Курс разработан в рамках проекта «Ретур» при финансовой поддержке Европейской комиссии³, университетскими преподавателями и экспертами из шести европейских стран (Болгария, Италия, Испания, Франция, Греция, Ирландия). Учебные материалы доступны на шести языках: английском, французском, испанском, итальянском, греческом и болгарском.

Курс предназначен для подготовки кадров туристического сектора в высших, средних и профессиональных школах, на краткосрочных курсах для профессиональной переподготовки, а также для самообучения. Он ориентирован на формирование коммуникативных умений у учащихся и практическом овладении русским языком на уровне A2 Европейских компетенций владения иностранным языком (CEFR).

«Ретур» призван способствовать осуществлению нескольких конкретных целей формирования коммуникативной (языковой) компетенции для общения в повседневных ситуациях, среди которых⁴:

- ◆ понимание и взаимодействие в типичных ситуациях, в которые попадают туристы за рубежом. Лингвистическая компетенция предполагает овладение всеми видами речевой деятельности (письменной и устной), базовыми умениями и навыками для использования языка в важных сферах и ситуациях общения в соответствии с социальными, профессиональными и культурными потребностями человека на уровне A2+;

- ◆ овладение основной лексикой по тематическим разделам;

- ◆ усвоение и употребление важных грамматических конструкций;

³ Исполнительного агентства по образованию, аудиовизуальным средствам и культуре (EACEA), Ключевое направление 2: Сотрудничество для инноваций и обмена лучшими практиками.

⁴ Классификация Яна ван Эка / J.A. van Ek, L.G. Alexander. *Threshold Level English*. Pergamon. Oxford. 1980.

- ◆ знакомство с культурой общения русскоязычных туристов (овладение нормами русского речевого этикета и культуры общения);
- ◆ сформирование умений создания индивидуального учебного плана.

Прежде чем приступить к разработке курса «Ретур», авторами были определены целевые группы (гостиничные администраторы, консьержи, официанты, бармены, аниматоры, продавцы розничной сети и пр.), тематические блоки и тематические единицы (наиболее релевантные ситуации бронирования номера, регистрации, разрешение проблем в гостинице, оплата и отъезд; бронирование столика в ресторане и заказ, характеристика пищи и способы приготовления, развлечения, способы оплаты; покупки в магазинах одежды, подарков, сувениров, пищевых продуктов, лекарств и пр.). Отбор лексического минимума по теме «туризм» (в гостинице, в ресторане, в магазине) проводился с целью формирования коммуникативной компетенции с учетом принципов семантической ценности, словообразовательной ценности и сочетаемости слов.

Сущность отбора лексики заключается в том, что из огромного множества слов и фразеологических словосочетаний и речевых клише иностранного языка отбираются только те, усвоение которых в первую очередь необходимо для достижения поставленных целей обучения.

Основными критериями в процедуре отбора лексических единиц явились тематический критерий, критерий частотности, критерий функциональности лексических единиц, принцип распространенности в устной речи. Авторы опирались на лексические минимумы по русскому языку как иностранному — элементарный и базовый уровень общего владения (Андрюшина и др. 2011, 2012), а также на специализированный комплекс тестовых материалов по русскому языку как иностранному в сфере международного туризма (Вохмина 2007, Трушина и др. 2005, Шалпыкова, Трушина 2008).

В основу отбора грамматических конструкций заложен принцип образцовости, принцип исключения синонимичных грамматических явлений. В активный минимум включаются лишь те грамматические явления, которые являются употребительными в устной речи и распространенными на значительный круг лексики.

Образовательные ресурсы «Ретур»

«Ретур» сочетает в себя онлайн обучение с традиционными методами и современными интерактивными мультимедийными средствами обучения. Он включает в себя:

- ◆ видео-
- ◆ аудио-
- ◆ письменные учебные материалы.

С учетом факта, что занятые в туристическом обслуживании не в состоянии систематически уделять времени для посещения курсов совершенствования владения языком, «Ретур» организован таким образом, что желающие могут обучаться в **самостоятельной** форме; **дистанционно**, с помощью преподавателя и в **традиционном учебном классе**. В ходе работы консорциумом созданы **сайт** проекта, **форум** для обсуждения возникающих вопросов или проблем, выделен **канал на YouTube**, а также разработано специальное **приложение** для скачивания на электронное устройство, работающее под Android.

Письменные учебные материалы расположены в открытом доступе на сайте www.russian-for-tourism.eu. В них входят **введение**, знакомящее учащихся с русским алфавитом, основами грамматики, основными правилами произношения и чтения, и **тридцать уроков**. Лексические темы распределяются по трем основным разделам: *В гостинице*, *В ресторане*, *В магазине*. Каждый раздел содержит десять уроков. Каждая тема раздела включает лексический минимум, тематический словарь, необходимые грамматические конструкции для выражения коммуникативных интенций, грамматические таблицы, упражнения и ключи к упражнениям. Фонетические образцы и упражнения снабжены аудиофайлами.

Аудиофайлы также расположены на сайте «Ретур».

Видеоклипы находятся на специальном канале в YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCLn6xjVtH88T1aje6TLE0Dg/playlists>. Каждый ролик представляет типичную ситуацию, в которую попадают туристы.

Кроме учебных видеоклипов, записаны три обучающих ролика, дающие указания как составить индивидуальный учебный план и три, иллюстрирующие межкультурные различия.

Отдельный видеоклип знакомит с информацией о различных видеовersionях роликов и как работать с ними.

Для использующих учебные материалы самостоятельно подготовлено руководство в pdf формате с ясными инструкциями, как зарегистрироваться и работать с *Индивидуальным пространством* на сайте.

Для эффективной работы с курсом «Ретур» разработаны два руководства: Руководство для самостоятельно обучающихся и Руководство для преподавателей, которые также размещены на сайте проекта.

Структура урока

Выбор технологий обучения подчиняется целям и задачам курса. В основу курса положена *технология модульного обучения*, которая предлагает деление учебного содержания на относительно автономные **модули**, интегрированные в общий курс. Учебные материалы распределяются в **6 модулях по 5 уроков**.

Технология дифференцированного обучения, предусматривающая осуществление познавательной деятельности учащихся с учетом их индивидуальных возможностей, уровня подготовки и интересов, реализуется в каждой учебной единице. Урок разделяется на две части: **Часть А** — для начинающих (0—A1) и **Часть Б** — для учащихся, прошедших уровень «выживания» (A1—A2). Эта дифференциация предоставляет большую свободу при работе с курсом. Абсолютно начинающие могут выбрать, учиться ли им по «горизонтали», сосредоточив свое внимание на лексическом и грамматическом материале, предложенном в Части А. После усвоения основных грамматических конструкций и лексики по определенной теме можно перейти к Части Б. Те, у которых имеется начальный уровень познания по русскому языку, могут перейти к работе с видеороликом, текстами и упражнениями в Части Б.

Структурированный таким образом материал предлагает большую вариативность и возможность для «горизонтального» и «вертикального» усвоения материала.

Технология использования мультимедийных продуктов (тридцать видеоклипов в семи вариантах каждый) предоставляет возможность для работы, как в аудитории под руководством преподавателя, так и для самостоятельного обучения с целью формирования грамматических и лексических навыков и коммуникативных умений. Мультимедийные продукты расширяют рамки образовательного процесса, повышая таким образом его практическую направленность, и способствуют интенсификации самостоятельной работы учащихся.

Широкие возможности для реализации личностно-ориентированного подхода предоставляет *технология индивидуализации обучения* с учетом индивидуальных особенностей и потребностей учащегося. Курс «Ретур» фокусируется на постоянном контроле и работе над произношением за счет предоставления возможности записи голоса учащегося и получения оценки от преподавателя. Созданная персональная страница (*Индивидуальное пространство*) на сайте «Ретур» www.russian-for-tourism.eu представляет собой мощный ресурс для самостоятельного обучения с возможностью для *тестового контроля* в рамках каждого урока.

В апробации учебного курса в Болгарии участвовали 127 учащихся и 8 преподавателей (традиционное обучение в классе с преподавателем) и 53 онлайн участников. Они оценивали доступность и эффективность учебных материалов, аудиофайлов, видеоклипов и приложения для Андроид. Обратная связь была очень позитивной, было отмечено, что продукты проекта и в дальнейшем будут использоваться заинтересованными сторонами как в специализированных школьных и университетских программах, так и в самоуправляемом обучении безработных или работающих в туристическом секторе. Положительны результаты апробации во всех странах-партнерах по проекту. Высокую оценку курса «Ретур» дали Российская гостиничная ассоциация (РГА) и Европейская ассоциация школ туризма и гостеприимства (АЕНТ).

Постпроектное использование курса, активность посещений на сайте и Фейсбук странице «Ретур» свидетельствуют о том, что он зарекомендовал себя как инновационный и эффективный учебный ресурс для обучения русскому языку работников в сфере туризма, отвечающий современным педагогическим технологиям и потребностям туристического сектора. Сочетание традиционных и мультимедийных методов обучения на основе функционально-коммуникативной методики обучения, разработка целой системы учебных и сопутствующих обучению материалов и руководств для их результативного использования, расположенных в свободном доступе в Интернете на странице проекта «Ретур» и специально созданном канале в YouTube, превращают курс в доступный инструмент, как для самоуправляемого обучения, так и для обучения с помощью преподавателя.

Возможности для языкового обучения по русскому языку в туристическом секторе непрерывно расширяются, так как это обучение заложено в программах многих средних, профессиональных и высших школ. Существует также немало частных центров профессионального обучения, которые предлагают курсы языковой подготовки (в т.ч. по русскому языку). Иногда подобные курсы предлагаются профессиональными туристическими ассоциациями, синдикатами или по ли-

нии программ Министерства труда и социальной политики. Представляемый курс «Ретур» является средством совершенствования как устных, так и письменных коммуникативных навыков занятых в сфере продажи и обслуживания клиентов в местах размещения, питания и развлечения и реальной возможностью добиться реализации целей создания образа привлекательной туристического направления любого европейского государства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В свете теории коммодификации иностранных языков М. Хеллер (2011) и А. Дюшена (Хеллер и кол., 2014) владение русским языком можно рассматривать как товар (commodity), который предоставляет возможность занятым в туристическом секторе успешнее реализовать себя на рынке труда. Одновременно с этим сотрудник, обладающий коммуникативными (языковыми) умениями на русском языке, приносит работодателю добавочную стоимость, поскольку он в состоянии привлечь больше русскоговорящих туристов, рекламируя и предлагая обслуживание на грамотном русском языке.

Наблюдения над процессами предложения русского языка в Болгарии, с одной стороны, и спроса на него со стороны туристического бизнеса, с другой, показывают положительную динамику. Отельные признают, что занятые в отделах бронирования, администраторы на ресепшене, консьержи, аниматоры, официанты, бармены, промоутеры, персонал СПА-центров, горничные и пр. должны обладать хотя бы элементарными коммуникативными умениями на русском языке, чтобы общаться успешно с гостями. Нам представляется, что коммодификация русского языка в нашей стране немного запоздала по сравнению с другими иностранными языками: английским, немецким, испанским и даже греческим. Картина в настоящее время и положительная динамика на будущее показывают, что востребованность русского языка возрастает: предложение есть, работодатели видят все больше преимуществ для бизнеса. Они осознают свою роль и готовы платить за «продукт», который принесет им экономическую выгоду.

© Антония Пенчева, 2017

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- A Memorandum on Lifelong Learning, Commission of the European Communities, Brussels, 30.10.2000 SEC (2000) 1832. URL: http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum_on_Lifelong_Learning.pdf. Access date 15.11.2016.
- Bourdieu, P. (1991) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Duchêne, A., Heller, M. (2014) Language in Late Capitalism: Pride and Profit. *Applied Linguistics*, 35 (5), 617—621. DOI: <https://doi.org/10.1093/applin/amu041>.
- EUROPE 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52010DC2020>. Access date 15.11.2016.
- Europe and beyond, *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 20 (4), 385—403, DOI: 10.1080/13670050.2015.1115001.
- Heller, M. The Commodification of Language. *Annu. Rev. Anthropol.* 2010. 39: 101—114, DOI: 10.1146/annurev.anthro.012809.104951.

- Heller, M., Pujolar, J., Duchêne, A. (2014) Linguistic commodification in tourism. *Journal of Sociolinguistics* 184, 539—566.
- Pavlenko, A. (2017) Russian-friendly: how Russian became a commodity in Europe and beyond. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 20 (4), 385—403, DOI: 10.1080/13670050.2015.1115001.
- Strietska-Ilina, O. (2005) Tessaring Manfred (eds). Trends and skill needs in tourism. © European Centre for the Development of Vocational Training. URL: <http://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/5161>. Access date 15.12.2016.
- Strietska-Ilina, O. (2004) Tessaring Manfred, Dworschak Bernd, Schmidt Susanne Liane, Freikamp Henriette, Mytzek Ralf. International workshop: Trends and skill needs in the tourism sector. URL: http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/2304-att2-1-Halle_2004_Summary.pdf. Access date 15.12.2016.
- Агеева Р.А. Слово — история — культура: вопросы и ответы для школьных олимпиад, студенческих конкурсов и викторин по лингвистике и ономастике. ГЛЭДИС, Инф.-исслед. центр «История фамилии», Науч.-обр. центр «Русист» при каф. рус. яз. Ин-та филологии ТГУ им. Г.Р. Державина. Тамбов: Издательский дом ТГУ имени Г.Р. Державина, 2014. 162 с. [Ageeva, R. (2014) Slovo — istoriya — kul'tura: voprosy i otvety dlya shkol'nykh olimpiad, studentcheskikh konkursov i viktorin po lingvistike i onomastike (Word — History — Culture: questions and answers for school competitions, student competitions and quizzes in linguistics and onomastics). Pod otv. red. M.V. Gorbanevskogo, V.O. Maksimova, A.S. Shcherbak. Tambov: Izdatel'skii dom TGU imeni G.R. Derzhavina. (In Russ.)]
- Борисова Ц. Зачем да учим руски език в България? // г. Руски дневник. 18 ноември 2015 г. URL: https://bg.rbth.com/culture/2015/11/18/zashcho-da-uchim-ruski-ezik-v-blgariya_541791. Дата обращения [15.06.2017]. [Borissova, Ts (2015) Why do we study Russian Language in Bulgaria? Russki dnevnik, 18. Retrieved from: https://bg.rbth.com/culture/2015/11/18/zashcho-da-uchim-ruski-ezik-v-blgariya_541791 (In Bulg.)]
- Вохмина Л. Русский. Экзамен. Туризм. RET-0. Учебный комплекс по русскому языку как иностранному в сфере международного туризма. РЭТ-0, 2007. [Vokhmina, L. (2007) Russkii. Ekzamen. Turizm (Russian. Exam. Tourism.) Uchebnyi kompleks po russkomu yazyku kak inostrannomu v sfere mezhdunarodnogo turizma. (In Russ.)]
- Лапидус Б.А. Проблемы содержания обучения языку в языковом вузе. М.: Высшая школа, 1986, 145 с. [Lapidus, B. (1986) Problemy sodержaniya obucheniya yazyku v yazykovom vuze (Language learning content at language university). Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.)]
- Павленко А. Русский язык как лингва франка в зарубежной сфере обслуживания // Мир русского слова. 2016. № 1. 23—32. [Pavlenko, A. (2016) Russkii yazyk kak lingva franka v zarubezhnoi sfere obsluzhivaniya (Russian Language as lingua-franca in international clients' services). *Mir russkogo slova*, 1, 23—32. (In Russ.)]
- Почеканска С. Настоящее и будущее русского языка в Болгарии // Русский язык за рубежом № 6, 2007 (205). С. 61—69. [Pochekanska, S. (2007) Nastoyashchee i budushchee russkogo yazyka v Bolgarii (Russian language in Bulgaria: actuality and opportunities). *Russkii yazyk za Rubezhom*, 6 (205), 61—69. (In Russ.)]
- Почеканска С. Русский язык — с детского сада // Стратегия России в XXI веке. 2009. № 6. URL: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1245407386&archive=1245412075&start_from=&ucat=14&. Дата обращения 15.06.2017 [Pochekanska, S. (2009) Russkii yazyk — s detskogo sada (Russian Language from Nursery). *Strategiya Rossii v XXI veke*, 6. Retrieved from: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1245407386&archive=1245412075&start_from=&ucat=14&. (In Russ.)]

Соколова Е.И. Политика ЕС в сфере непрерывного иноязычного образования // Непрерывное образование: XXI век. Выпуск 2, 2013, DOI: 10.15393/j5.art.2013.2086. Дата обращения 15.11.2016. [Sokolova, E. (2013) Politika ES v sfere nepreryvnogo inoyazychnogo obrazovaniia (The EU policy in lifelong foreign language education). *Nepreryvnoe obrazovanie: XXI vek*, 2. (In Russ.)]. doi: 10.15393/j5.art.2013.2086.

Трушина Л. Русский. Экзамен. Туризм. РЭТ-1. Учебный комплекс по русскому языку как иностранному в сфере международного туризма. 2015. [Trushina, L. (2015) *Russkii. Ekzamen. Turizm. RET-1* (Russian. Exam. Tourism). *Uchebnyi kompleks po russkomu yazyku kak inostrannomu v sfere mezhdunarodnogo turizma*. (In Russ.)]

Шалпыкова К., Трушина Л. Лексико-грамматический практикум. Учебный комплекс по русскому языку как иностранному в сфере международного туризма. 2008 г. [Shalpykova, K., Trushina, L. (2008) *Leksiko-grammaticheskii praktikum. Uchebnyi kompleks po russkomu yazyku kak inostrannomu v sfere mezhdunarodnogo turizma*. (In Russ.)]

Интернет источники

EF EPI: The world's largest ranking of countries by english skills. URL: <http://www.ef.com/epi/regions/europe/russia>. Дата обращения [15.06.2017].

European Travel Commission (ETC): European Tourism in 2017: Trends & Prospects (Q1/2017). URL: <file:///C:/Users/Antonya%20Pencheva/Downloads/ETC+-+Quarterly+Report+Q1-2017.pdf> [15.06.2017].

The most spoken languages worldwide (speakers and native speaker in millions) URL: <https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide>. Дата обращения [15.06.2017].

Новая европейская стратегия «Европа 2020». URL: <http://eulaw.ru/content/307>. Дата обращения [15.06.2017].

Новые данные о востребованности русского языка за рубежом (22.06.2016). URL: <http://www.pushkin.institute/news/detail.php?ID=4942>. Дата обращения [15.06.2017].

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 10 января 2017

Дата принятия в печать: 25 мая 2017

Для цитирования:

Пенчева А. Ретур — инновационный ресурс для обучения русскому языку работников туризма в странах ЕС // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика*. 2017. Т. 21. № 3. С. 635—652. doi 10.22363/2312-9182-2017-21-3-635-652.

Сведения об авторе:

Антония И. Пенчева, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков и прикладной лингвистики на кафедре иностранных языков и прикладной лингвистики (Cathedra for Foreign Languages and Applied Linguistics) в Университете национальной и мировой экономики (University of National and World Economy), София, Болгария. Преподаватель русского языка в Дипломатическом институте Министерства иностранных дел Республики Болгария. *Сфера научных интересов*: сопоставительная лингвистика, лингвистика текста (текст международных договоров и документов), деловой русский язык, межкультурная коммуникация, проблемы перевода художественной и специализированной литературы. Участвует в университетских и международных научных проектах. *Контактная информация*: e-mail: antonia_pencheva@unwe.eu.

DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-3-635-652

RETOUR — AN INNOVATIVE RUSSIAN LANGUAGE TRAINING RESOURCE FOR TOURISM WORKERS IN THE EU

Antonia Pencheva

University of National and World Economy
UNWE Student Town, 1700 Sofia, Bulgaria

Abstract. This article investigates the role of the Russian language in the tourism sector. In particular it discusses learning materials for the self-study of Russian for tourism workers initiated by the European Union. The author shows the advantages of the online course Retour, which combines traditional methods with modern interactive multimedia teaching aids: video, audio and written teaching materials. In the article methods of selection of lexical and grammatical material, choice of thematic blocks and thematic units are discussed. The author comes to the conclusion that the tourism sector in a number of European countries is interested in training tourism workers in Russian in tourist services. Here, Russian as a foreign language becomes a demanded “commodity” that provides added value, and the teaching of Russian should serve as the formation of a communicative competence in Russian for future and current employees in tourism.

Keywords: *course Retour, Russian, commodification, added value, Bulgaria*

Article history:

Received: 10 January 2017

Revised: 15 May 2017

Accepted: 25 May 2017

For citation:

Pencheva, A. (2017). RETOUR — An Innovative Russian Language Training Resource for Tourism Workers in the EU. *Russian Journal of Linguistics*, 21 (3), 635—652. doi 10.22363/2312-9182-2017-21-3-635-652.

Bio Note:

Antonia Pencheva, PhD, Senior Lecturer of Foreign Languages and Applied Linguistics Department at the University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria. She is Lecturer of Russian in the Diplomatic Institute at the Ministry of Foreign Affairs, Bulgaria. *Research interests:* comparative linguistics, text linguistics, (more specifically the text of international treaties and documents), business Russian language, intercultural communication, problems of translating artistic and specialized literature. She participates in university- and international scientific projects. *Contact information:* e-mail: antonia_pencheva@unwe.eu.