

лингвокультурной общности, представляет собой набор признаков как универсальных (общих, характерных для всего человечества), так и относительно специфических (характерных для группы локальных культур) и, что особенно важно для целей обучения иностранному языку, абсолютно специфических (характерных только для данной локальной культуры).

Социокультурная компетенция повышается в курсе практического перевода в том случае, если студентам целенаправленно и систематически указывать на особенности построения научного, научно-популярного и публицистического текста на английском языке, которому присущи достаточно громоздкие предложения, порой перенасыщенные информацией и эмоциональной окраской. Более того, следует учитывать то, что английский литературный язык, представленный в экономической прессе, использует богатый арсенал языковой образности и идиоматических выражений.

Немало трудностей вызывает при переводе наличие развернутых метафор, использование которых для терминологического обозначения приводит к большому количеству трудно переводимых неологизмов. Развернутая метафора, как правило, встречается уже в названии текста и пронизывает его на протяжении всего излагаемого материала: *Good enough hats, not enough cattle*. Можно обратить внимание студентов на национально-культурную специфику заглавий на английском и русском языках статей, сходных по сфере функционирования (банковское дело, финансы, международный бизнес и т.п.).

В ходе работы над пониманием имплицитно переданной информации допустимы варианты перевода, что преподаватель может использовать для поощрения тех студентов, которые проявляют любознательность, заинтересованность и вносят дух творчества в процесс обучения.

Н.В. Литвиненко
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

Термин межкультурная коммуникация появился относительно недавно. С 1960-х годов он употребляется всё чаще и чаще в самых разнообразных сочетаниях, включая такие как «культура и коммуникация», «межкультурное взаимопонимание», «интеркоммуникация», «межрасовая коммуникация», «межэтническая коммуникация».

Межкультурная коммуникация определяется как совокупность специфических процессов взаимопонимания партнеров по общению, принадлежащих к разным культурам и языкам.

Тесная взаимосвязь преподавания иностранных языков и межкультурной коммуникации очевидны. Каждый урок иностранного языка — это перекрёсток культур, это практика межкультурной коммуникации, потому что каждое иноязычное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру.

Специалистам в сфере туризма ежедневно приходится сталкиваться с решением задач коммуникативного плана не только на родном, но и на иностранном языке. Деловые встречи с зарубежными партнёрами, работа с иностранными туристами в каче-

стве гидов-переводчиков, аниматоров в зарубежных отелях требуют от работника не только знания иностранного языка в достаточно большом объеме, но и знаний, связанных с культурой, историей страны, с представителями которой работает в данный момент менеджер туризма.

Знание обычаев, речевого этикета, принятого в стране деловых партнёров или туристов, создаёт положительную эмоциональную обстановку при общении, способствует более полному взаимопониманию, что в конечном итоге благотворно сказывается на результатах труда менеджера туризма, повышает престиж его фирмы и, следовательно, увеличивает прибыль предприятия.

В процессе подготовки специалистов в сфере туризма необходимо создать такую модель обучения иностранному языку, которая бы могла, с одной стороны, формировать коммуникативную культуру будущих менеджеров туризма, формировать и развивать языковую, речевую и социокультурную компетенцию, обучать нормам межкультурного общения на иностранном языке, развивать культуру устной и письменной речи на иностранном языке в условиях официального и неофициального общения, а с другой стороны, осуществлять социокультурное развитие студентов, умение представлять свою страну в условиях иноязычного межкультурного общения.

В этой связи иностранный язык должен стать одним из средств в изучении межкультурных коммуникаций и формировании у студентов туристского профиля соответствующий компетенции. В рамках предмета «иностранный язык» должна осуществляться не только языковая подготовка, но и культурологическая, межкультурная, способная помочь будущим менеджерам туризма в преодолении культурного барьера, который гораздо опаснее и неприятнее языкового тем, что культурные ошибки воспринимаются обычно наиболее болезненно, чем языковые, как правило, не прощаются и производят самое отрицательное впечатление.

Таким образом, межкультурная коммуникация как важная составляющая подготовки специалистов для туристической отрасли неразрывно связана с приобретением навыков общения на иностранном языке, предполагает глубокое изучение культуры, истории страны и правил поведения в различных ситуациях, высокий уровень профессионализма, творческое начало будущих специалистов.

*Д.В. Лобынько,
И.Н. Корзун
БГЭУ (Минск)*

О ПРЕПОДАВАНИИ ПРАКТИЧЕСКОГО КУРСА ПЕРЕВОДА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ

В современном мире, отмеченном непрерывным информационным потоком, неуклонно возрастает роль переводческой деятельности, которая приобретает все большую социальную значимость и масштабы. Благодаря развивающимся международным связям Республики Беларусь, в переводе заинтересованы широкие круги общественности, поэтому специалисты в области перевода охватывают практически все сферы деятельности человека.