

**Література:**

1. Коптілов В.М. Теорія і практика перекладу : Навчальний посібник / В. М. Коптілов. – Київ : Юніверс, 2002. – 280 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение : общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – Москва : Издательство ИОСО РАО, 2001. – 400 с.
3. Жуков В. П. Семантика фразеологических оборотов / В. П. Жуков. – Москва : Русский язык, 1984. – 336 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник для институтов и факультетов иностранных языков / В. Н. Комиссаров. – Москва : Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Парий А. В. Фразеологические единицы с анимальным компонентом в современном немецком языке : Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / А. В. Парий. – Киев : Киевский государственный педагогический институт иностранных языков, 1987. – 203 с.

УДК 811,111'373.7

**Л. О. Лисенко,***Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, м. Кіровоград*

### **КОНЦЕПТ «КОЛІР» В АНГЛОМОВНІЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ЯК ПРОЯВ НАЦІОНАЛЬНОЇ СПЕЦИФІКИ**

*Статтю присвячено розгляду особливостей вербалізації кольорових концептів, які мають національну специфіку у фразеологічній картині світу англійської мови. Проводиться аналіз на базі колоронімів «синій / блакитний», «білий», «чорний», «червоний».*

**Ключові слова:** фразеологічна картина світу, фразеологічна одиниця, концепт, колоронім.

#### **THE CONCEPT «COLOUR» IN THE ENGLISH PHRASEOLOGICAL WORLDVIEW AS A MANIFESTATION OF NATIONAL SPECIFIC**

*The article considers the process of verbalization of colour concepts as the national specific of the English phraseological worldview. Also, colouronyms «blue», «white», «black» and «red» have been analysed.*

*The comparison of colour in different languages made it possible to identify the specific of the national outlook. It is established that the concept of colour is one of the principles of culture that reflects the ways of formation and development. Our investigation showed that in English colour concepts such as «blue», «white», «black» and «red» are the most widespread, and colouronym «blue» occupies a leading position.*

**Key words:** phraseological worldview, phraseological unit, concept, colouronym.

#### **КОНЦЕПТ «ЦВЕТ» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ**

*Статья посвящена рассмотрению особенностей вербализации цветовых компонентов в английском языке, которые обладают национальной спецификой во фразеологической картине мира английского языка. Проводится анализ на базе колоронимов «синий / голубой», «белый», «черный», «красный».*

**Ключевые слова:** фразеологическая картина мира, фразеологическая единица, концепт, колороним.

Дослідження кольороназв у лінгвістиці має доволі довгу історію: цієї проблематику займалися такі дослідники, як Р. Алімпієва, Ю. Апресян, Н. Бахіліна, Л. Грановская, Л. Зубова, А. Кириченко, А. Критенко, Л. Миронова, В. Москович, та ін. При цьому об'єктом дослідження часто ставали не тільки способи найменування кольорів у тій чи іншій мові, а й використання кольористики в усіх інших сферах життя та мистецтва, а особливо в літературі. Так, у поезії його використовують для передачі кольорового еквіваленту дійсності, емоційно-сміслового настрою твору та його символіки. Результати численних досліджень кольору в різних галузях науки детально висвітлювали такі основні аспекти цього явища, як його психологічні характеристики М. Люшер, Г. Клар), психосемантику (Р. Фрумкіна) та символіку (В. Бауер). Окрім цього, на сьогоднішній день науковці дали відповідь на низку питань, пов'язаних із проблематику кольору, серед яких роль прототипу в мовній концептуалізації кольору (А. Вежбицька) та роль кольору в актуалізації архетипного образу (К. Юнг).

Протягом останніх десятиліть, з формуванням нової, когнітивно-комунікативної або функціональної парадигми у лінгвістиці спостерігається зростання інтересу до цієї проблематики. У контексті сучасної лінгвістичної парадигми вивчення категорії кольору в мові потребує інтегрованого підходу. Так, дослідники зазначають, що в історії вивчення слів-кольоронайменувань склалися лінгвістична, психологічна, культурно-антропологічна традиції. Дослідження колоронімацій відбувається в різних мовознавчих галузях – етимології, словотворі, ідіостилістиці, лінгвостатистиці, психолінгвістиці [10].

Зацікавленість цією тематикою демонструють як західні дослідники, так і вчені всього пострадянського простору. В когнітивному і соціокультурному аспектах найменування кольорів розглядали Р. Адамсон, Дж. Ван Брейкел, А. Вежбицька, Р. Кассон, К. Келлі, М. Кріг, Л. Маффі, В. Мерріфілд, Б. Сондерс та ін. Серед українських дослідників проблемами лінгвокологістики цікавилися І. Бабій, Л. Пустовіт, Л. Ставицька, Р. Яворська та ін. Аналіз лексико-семантичної групи кольору проводили на матеріалі багатьох мов у таких напрямках: зв'язок і взаємодія між концептуалізацією кольору носіями мови і розвитком словника кольороназв у мові (досліджували Б. Берлін, Т. Прістлі, П. Кей), колір кризь призму психолінгвістики (О. Василевич, Р. Фрумкіна, А. Залевська), структурний і семантичний аналіз кольороназв (А. Кириченко, В. Франчук, Т. Пастушенко), історія виникнення та розвитку колірних лексем (М. Чикало, О. Дзівак), та ін. [4].

На думку Г. Яворської, назви кольорів як об'єкт дослідження виявилися надзвичайно цікавими у кількох важливих відношеннях: на матеріалі різних мов світу їх розглядали як з погляду проблеми мовних універсалій, так і у ракурсі семантичної типології мов, у процесі виявлення національно-специфічних моделей світу, адже назви кольорів переконливо свідчать про відмінні засоби мовної концептуалізації світу [10, с. 42].

У галузі когнітивної семантики на увагу заслуговує праця А. Вежбицької, в якій авторка при дослідженні мовних концептів кольору запропонувала враховувати стійкі асоціативні зв'язки, що існують між концептом та його «еталонним» носієм – прототипом – у свідомості людей, які користуються цим концептом (наприклад, для синього кольору таким прототипом буде небо, для зеленого – рослинність, для червоного – вогонь та кров тощо). Однак при цьому важливо враховувати той факт, що в різних лінгвокультурах такі прототипи можуть не тільки не збігатися, а й кардинально різнитися між собою, адже сприйняття кольору пов'язане з певними «універсальними елементами людського досвіду», які по-різному концептуалізуються в різних мовах [3, с. 231-290].

Зіставлення кольороназв у різних мовах – один із найпопулярніших напрямів сучасних досліджень, що дає змогу виявити специфіку національного світобачення. Питання позначення кольорів і використання колоративів у тій чи іншій лінгвокультурі є невід’ємною складовою проблематики мовної картини світу, яку активно досліджують передусім у межах таких напрямів, як когнітивна лінгвістика, лінгвоконцептологія та лінгвокультурологія. Відомо, що в основі мовної картини світу лежить більш широке поняття картини світу, яку визначають як упорядковану сукупність знань про дійсність, сформовану в суспільній, груповій чи індивідуальній свідомості. Мовна ж картина світу – це лише фрагмент загальної картини світу, зафіксований засобами мови у процесі життєдіяльності людей та набуття ними практичного досвіду. Таким чином, оточуючий людину світ переломлюється в її свідомості через культуру, модифіковану на основі індивідуальних сприймань особистості. На ставлення людини до світу також впливає безліч суб’єктивних факторів, починаючи від її життєвої позиції і закінчуючи глибиною знань про світ, у результаті формується спрощена модель оточуючої дійсності, яка допомагає індивіду орієнтуватися у складному світі.

Переконалим прикладом цього може бути сприйняття кольорів у різних культурах та їх номінація.

Назва кольору допомагає зрозуміти ті когнітивні процеси й механізми, які лежать в основі не лише первинної мовної категорії, а й вторинної номінації.

Варто зазначити, що у культурно-семантичному просторі різних мов можна виділити вербалізовані у них універсальні та національно-специфічні поняття, тим самим ми отримуємо ключ до розуміння напряму думок і почуттів народів цих мов.

За свідченням А. Вержбицької, колірні концепти пов’язані з певними «універсальними елементами людського досвіду», які умовно можна визначити як день (білий), ніч (чорний), сонце і вогонь (червоний), рослинність (зелений), небо (синій) і земля (коричневий) [14, с. 23].

Феномен кольору – предмет вивчення багатьох фундаментальних наук. З погляду психології відчуття кольору – одна зі специфічних реакцій ока й мозку на світлові частотні коливання. «Світ безбарвний, кольору в природі немає, є враження про якусь реальність, представлене в відчуттях кольору. Внаслідок цього реальність колірною рядом уявлюю» [7, с. 45].

*Колір* є одним з констант або одним із принципів культури, що може служити «своєрідною моделлю розвитку, що відображає шляхи формування, освоєння, закріплення в культурній пам’яті не тільки загальних, але й національно забарвлених культурно-значимих концептів» [5, с. 109].

*Колір* виступає однією з основних категорій культури, «фіксує унікальну інформацію про колорит навколишньої природи, своєрідності історичного шляху народу, взаємодії різних етнічних традицій, особливості художнього бачення світу» [5, с. 109].

У *кольорі* може виражатися відношення людини до явищ навколишньої природи. *Колір* виступає як змістовний елемент культури, за допомогою якого можна охарактеризувати, систематизувати предмети, соціальні установки й поняття.

У кожного народу з найдавніших часів колір був одним із засобів осмислення світу. Згодом сфера використання кольорів у символічному значенні розширилася. Кольори стали вживатися для характеристики простору й часу, стали позначенням певних соціальних груп.

Когнітивна модель кольору, на думку Є. Белявської має три рівні:

1. Рівень гештальтної репрезентації, тобто, як мислитися концепт «колір». На даному рівні при дослідженні концептів «колір» треба «виявити концептуальні схеми, які відбивають міфічну модель світу» [1, с. 85].

2. Рівень концептуального поля. Образна модель концепту сприяє визначенню системи знань і уявлень, що склалися в національному світосприйманні. На основі системи знань і уявлень створюється концептуальне поле, що містить у собі наступні параметри:

- колір як просторовий орієнтир (верх-низ);
- колір як часовий параметр;
- колір як об’єкт почуття (добре-погано) – *black deed* – чорне діло, *dark days* – чорні дні, *біла/чорна магія* – *white/black magic*;
- колір як об’єкт пізнання й думки;
- колір як соціальний параметр – [5, с. 112].

3. Рівень семантичних узагальнень. На даному рівні варто виявити ті семантичні узагальнення, які властиві тій або іншій мові.

Таким чином, моделювання концепту допомагає виявити семантичні механізми, що викликають метафоричні вживання кольорів.

Наш аналіз показав, що в англійській мові такі кольорові концепти, як «синій / блакитний», «білий», «чорний» та «червоний», є найбільш широко розповсюдженими, причому кольором «синій / блакитний» займає провідну позицію.

У результаті дослідження нам вдалося виявити більше 35 фразеологічних одиниць з кольоронімом «синій/блакитний», поданих у різних словниках [6; 11; 12; 13]: (to) be blue / feel blue / have the blues / sing the blues; blue blood; blue-collar worker; blue funk / fear; blue law; blue Monday; blue-pencil; blue print; blue ribbon; blue stocking; blue streak; once in a blue moon; out of the blue; true blue; the Blue and the Gray; by all that’s blue; the Cambridge blues / the light blues; the Oxford blues / the dark blues; till all is blue, like a bolt from the blue та ін.

Учені відзначають, що в англійській, французькій та німецькій мовах категоріє розрізнення синього і блакитного є відсутнім, а відтінки синього активізуються за допомогою ад’єктивних уточнювачів: light-blue «блакитний», dark-blue «синій» [14, с. 156; 3, с. 257]. В англійській фразеологічній картині світу виділяються схожі фразеологічні одиниці: the light blues, the dark blues, – які без розуміння специфіки національної культури, без фонових знань мови не забезпечують виявлення їх семантичного значення. Ці ідіоми мають синоніми, наприклад: the light blues / the Cambridge blues; the dark blues / the Oxford blues. Вони позначають колір форми спортивних команд Кембриджа та Оксфорда, причому у першому випадку мається на увазі блакитний колір, а у другому – синій [6].

Проте розповсюдженість вживання синього кольору у фразеологічних одиницях зумовлена перш за все його співвіднесеністю з небом (його глибиною, прозорістю, сталістю) та океаном, який оточує людей, що мешкають на Туманному Альбіоні, з усіх боків.

Компонент blue зі значенням «небо / повітря» ввійшов до складу таких фразем, як like a bolt from the blue, a shot in the blue, to vanish / disappear in the blue.

Фразеологічні одиниці з компонентом blue продовжують асоціативний ряд, що ґрунтується на сприйманні синього як небесного кольору, що символізує світлий початок (a bit of blue sky; blue bore), позитив (blue of the plum), щось неосяжне, те, до чого варто прагнути (blue gouse).

В англійській фразеології національну специфіку такого сприймання підтверджують знайдені нами приклади негативної конотації кольороніму «синій / блакитний»: (to) be blue / feel blue / have the blues / sing the blues (нудьгувати, бути у пригніченому стані); blue funk / fear (сильний переляк, страх, паніка) і т.ін. У деяких словниках англійської мови знаходимо таке уточнення семантики лексеми blue: «похмурий, нещасний, меланхолійний, у пригніченому стані» [13, с. 105].

Таким чином, символічний аспект функціонування номінації синього / блакитного отримує специфічну національно-культурну конотацію, яка спричинена як психологією сприймання цього кольору носіями англійської мови, так і їхніми історико-культурними особливостями.

Варто зазначити, що у фразеологічній картині світу англійської мови на особливу увагу заслуговує також кольорова тріада «білий – чорний – червоний», яка зумовлена подібністю природних, соціально-історичних та психічних процесів, котрі відбуваються, відповідно, у природі, суспільстві та свідомості людини.

Аналіз фонетичного матеріалу показав, що за розповсюдженням фразеологічних одиниць кольоронім «white» займає лідируючу позицію серед досліджених нами словосполучень. Так, нам вдалося знайти близько 30 прикладів вживання цього кольороніму у словниках: white as a sheet / as driven snow / as ashes / as marble / as a ghost / as death; white as milk / a lily / as chalk / as ivory; white-collar worker; white elephant; white flag; white heat; white lie; white paper; white tie; whitewash; (to) call / make white black; white caps / horses; (to) fly / show the white feather; (to) wash a blackmoor white; (to) wash an Ethiopian white; (to) stand on a white sheet тощо [6; 11; 12; 13].

У бінарній позиції світлого і темного, білого і чорного виділяються такі універсалії, як чистота і приналежність до чогось світлого (white dress, white meat, white bread, white man, white lie, to put on a white sheet). У той же час білий колір у деяких випадках може символізувати поганий стан здоров'я (white as a sheet / as driven snow / as ashes / as marble / as a ghost / as death). Серед інших фразеологічних одиниць з компонентом white, що мають негативне значення, на особливу увагу, на наш погляд, заслуговують to show the white feather «злякатися» та white elephant «обтяжливе майно, подарунок, якого важко позбутися», оскільки незнання англійської національної специфіки часто призводить до неправильного вживання цих фразеологічних одиниць. Так, у першому випадку мова йде про біле перо як про символ боягузтва та малодушності; виникнення цієї ідіоми пов'язане з таким видовищем, як бій півнів (якщо у хвості півня було біле перо, це свідчило про погану природу і, як наслідок, про незадовільні бойові якості птаха). Із часом біле перо почали надсилати тим людям, яких хотіли звинуватити у боягузтві, зокрема – в ухилянні від військової служби. У другому випадку маємо справу з історичною реальією: коли король Сіаму хотів розорити когось із своїх підданих, він дарував їм священного білого слона, утримання якого коштувало дуже дорого. фразеологічних одиниць

Аналіз досліджуваних фразеологічних одиниць показав, що кількість фразеологічних одиниць з кольоронімом white приблизно дорівнює кількості фразеологічних одиниць з кольоронімом black: black and blue; black and white; blackball; black humor; blacklist; blackmail; black market; black out; black sheep; black tie; (to) be in the black; black and tan; the Black and Tans; black as a crow / as coals / as shades / hell / night; black or white; (to) climb / go / get into the black; not so black as one is pained; (to) prove that black is white; (to) put up a black; two blacks do not make a white та ін. [6; 11; 12; 13]. І це дивно, оскільки день і ніч, світле й темне та їх відповідні номінації є такими універсалиями, які притаманні будь-якій культурі, причому їх національні особливості проявляються у фразеологічних одиницях, у яких досліджувані кольороніми є їх важливими компонентами.

В англійській мові словосполучення з номеном «чорний» традиційно мають негативну конотацію (black mate, to blackball, black books, black sheep, the gentleman in black, black lie, black magic, black and blue, black list, black market, black shirt, black flesh / stock, to depict in black colours / to paint something black).

Також нам вдалося виявити і позитивне значення кольороніму black у такій фразеологічній одиниці, як to be in the black – «мати гроші на банківському рахунку, успішно займатися бізнесом». Відповідно до словника Longman Idioms Dictionary ця фразеологічна одиниця означає, що, коли якась особа має гроші у банку, це вказує цифрами, надрукованими чорним кольором [12: с. 26].

Англійський матеріал також дозволяє виявити немало (близько 25) фразеологічних одиниць з кольоронімом «червоний», який за кількістю займає третє місце в досліджуваній нами тріаді: (to) be in the red / put in the red / go in to the red / come out of the red; a red cent; red eye; red flag; red-handed; red hot; red-letter day; red neck; red tape; (to roll out) the red carpet / (to) see red; red as a beet / as a boiled lobster / as a turkey-cock; red as a cherry / a rose / a poppy / fire / blood; red ribbon; red under the beds; the red white and blue та ін. [6; 11; 12; 13].

Червоний колір універсально асоціюється у різних народів з кров'ю, вогнем, а також з червоною глиною, яка тісно пов'язана з людиною.

Архетипний зв'язок між червоним кольором (кров, вогонь) і часом емоційної напруги людини (полювання, воєнні дії, жертвоприношення) знайшли своє відображення у таких словосполученнях, як red flag, to see a red light, red cock.

В англійській мові функціонує значна кількість фразеологічних одиниць з компонентом red, які є національно-специфічними саме для фразеологічної картини світу англійської мови, наприклад, red tape «канцелярська тяганина», be in the red «мати борги», red carpet «особливо гарне ставлення», red herring «привід для відволікання уваги, для замилювання очей», the red, white and blue «англійський флот та армія» або «англійський державний прапор – за кольорами, які входять до нього» тощо.

Таким чином, кольоровий словник слів, об'єктивне сприймання кольорів носіями національних мов у колірно-категоріальних концептах дозволяє виявити не стільки вплив мови на мислення (гіпотеза Сепіра-Уорфа), скільки вплив перцептивно-когнітивних факторів на категоризацію кольору.

Мета роботи досягнута, було проаналізовано лінгвістичне наповнення концепту «колір» в англійській та українській культурах. Досить велика площа перетину колірної лексики української та англійської мов зумовлена універсальністю колірної характеристики як такої. Дивергентність найчастіше простежується на рівні емоційно-експресивних, асоціативних та символічних конотацій українських та англійських фразеологізмів на позначення кольору.

Основною проблемою при перекладі фразеологічних одиниць цільовою мовою виявляється необхідність передати значення візуальних денотативних сем, які слугують основою для активізації асоціацій, та конотативного макрокомпонента, котрий вміщає багатоглибше етнокультурну інформацію.

Отже, дослідження охопило основні аспекти перекладу колірних лексем, що функціонують у мовленні як предметно-логічні означення, та компоненти фразеологізмів.

#### Література:

1. Белявская Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова). – М., 1992. – 345 с.

2. Вежбицка А. Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия / Анна Вежбицка // Язык. Культура. Познание. – М. : Русские словари, 1996. – С. 231–290.
3. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу / І. О. Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 282 с. (48, 152, 153)
4. Голубь Л. А. Сквозные мотивы языковой картины мира (на примере семантического поля «цвет» в английском и русском языках) : автореф. дис... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / Л. А. Голубь. – М., 2006. – Режим доступа : psycholing.narod.ru/auto/golub.pdf
5. Жаркынбекова Ш. К. Моделирование концепта как метод выявления этнокультурной специфики / Ш. К. Жаркынбекова // Материалы IX Конгресса МАПРЯЛ. – Братислава, 1992. – 25 с.
6. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь [лит. ред. язык, 1984. – 944 с.
7. Мостепаненко Е.М. Свет в природе как источник художественного творчества // Художественное творчество. – 1986. – № 3. – С. 4–9.
8. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация / А. П. Садохин. – М. : Альфа, 2006 – 286 с. (196, 197).
9. Упорова С. О. О методологии анализа цвета в художественном тексте // Художественное творчество. – 1986. – № 4. – С. 7–19.
10. Яворська Г. М. Мовні концепти кольору (до проблеми категоризації) / Галина Михайлівна Яворська // Мовознавство. – 1999. – № 2–3. – С. 42–50.
11. English in color: 61 Colorful Idioms in English with Practical exercises / D. Curry. – Washington, 1993 – P. 66.
12. Longman Idioms Dictionary. – Harlow: Addison Wesley Long Limited, 1998. – 398 p.
13. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. – Lexicon Publications, Inc, 1993. – 1216 p.
14. Wierzbicka A. The meaning of colour terms: Semantics, culture and cognition / A. Wierzbicka // Cognitive Linguistics 1, 1. – 1990. – P. 23.

УДК 811.111'373:159.942:659.1(045)=111

**М. О. Марценюк, І. М. Фельцан,**

*Мукачівський державний університет, м. Мукачів*

### **ЕМОТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПРАЦІВНИКА СФЕРИ ТУРИЗМУ, ЯК ЗАПОРУКА ЗДІЙСНЕННЯ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Основною будь-якої економічної діяльності є ділове спілкування. Від рівня його опанування залежить успіх переговорів, ефективність взаємодії з партнерами та клієнтами. Сфера відпочинку функціонує на перетині різних культур, що характеризуються комунікативними нормами. Комунікативна навичка є першочерговою при відборі працівників туристичної сфери, проте, професійна туристична комунікація повинна бути емотивно коректною, та не бути тотожною до балакучості. Емотивна компетентність є базою, на якій будуються успішні відносини між клієнтами та тими, хто пропонує туристичну послугу.*

**Ключові слова:** міжкультурне спілкування, комунікативна навичка, емотив, емотивна компетентність, емотивна норма, емотивна індивідуальність.

#### **COMMUNICATIVE COMPETENCE OF A TOURISM SPHERE WORKER AS A BASIS FOR PURSUING A SUCCESSFUL PROFESSIONAL ACTIVITY**

*The basis for any economic activity lies in business communication. The level of its mastering speaks to the success of negotiations, effectiveness of cooperation with partners and clients. The sphere of leisure functions on intercrossing of different cultures, which are characterized by communicative norms. Communicative skill is the main criteria during personnel selection in tourism sphere, and it should be emotively correct and not be confused with overtalkativeness. Emotives are the words which are intended to express or evoke emotions. This principle is widely used in business environment as a tool of attracting new clients, to captivate their attention. Emotive competence is a background of successful relations between clients and those which propose tourism services. Emotion is a basis which serves the successful business promotion no matter what particular sphere is under concern. Language of a company speaks for its attitude to the clients, it is through the assessed lexis that the customer decides whether to buy a product or not.*

**Key words:** cross-cultural communication, communicative skill, emotive, emotive competence, emotive norm, emotive individuality, business environment, promotional tool.

#### **КОМУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ РАБОТНИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ, КАК УСЛОВИЕ ВЕДЕНИЯ УСПЕШНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Основной любой экономической деятельности является деловое общение. От уровня владения им зависит успех переговоров, эффективность взаимодействия с партнерами и клиентами. Сфера отдыха функционирует на пересечении разных культур, которые характеризуются коммуникативными нормами. Коммуникативный навык есть главным при отборе работников для туристической сферы, и эта коммуникация должна быть эмотивно корректной, и не отождествляться с болтливостью. Эмотивная компетентность – это база, на которой можно строить успешные отношения между клиентом и теми, кто предлагает туристические услуги.*

**Ключевые слова:** межкультурное общение, коммуникативный навык, эмотив, эмотивная компетентность, эмотивная норма, эмотивная индивидуальность.

#### **Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.**

Туризм – галузь економіки, яка чи не найбільше пов'язана з емоційною сферою життя людини. Новим тенденціям передують соціальні віяння, що відображають емоційний стан мікро та макросоціумів. Відслідковуючи психологічні тренди серед населення, сфера туризму пропонує, майже відразу, тип послуг здатний задовольнити нові тенденції. Отже, можна прослідкувати чітку пряму взаємодію, коли умови життя формують у світогляді особистості певний емоційний дефіцит, який сфера туризму намагається компенсувати через пропозицію нових послуг. Проблематика професійного спілкування в такому контексті набуває особливої актуальності, адже саме вона формує засади успішного ведення туристичної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** До проблематики професійного дискурсу зверталися такі науковці як: В. І. Карасик, М. Л. Макаров, С. А. Аристов, І. П. Сусов, М. М. Полужин, що досліджували феномен мовної особистості та працювали над створенням теорії розмовного дискурсу, комунікативно-когнітивної лінгвістики. Питання комунікативної компетентності цікавили таких науковців як Т. Д. Щербан, С. В. Сидоренко, Ю. М. Жукова, О. В. Винославську. Поняття «емоційна компетентність» стало використовуватись у психології завдяки публікаціям таких зарубіжних дослідників, як К. Саарні, Д. Гоулман, М. Райнольдс, І. Андреева, Е. Яковлева та ін.