

Надія ГУПКА-МАКОГІН,

кандидат педагогічних наук,
Тернопільського національного економічного університету, м. Тернопіль

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЛІНГВОСОЦІОКУЛЬТУРНОЇ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ЧИТАННІ ТА АУДІЮВАННІ МАЙБУТНІХ ТУРИСТИЧНИХ МЕНЕДЖЕРІВ

Стаття ґрунтується на результатах аналізу робіт зарубіжних і вітчизняних учених, присвячена критеріям добору автентичних матеріалів з формування професійно орієнтованої лінгвосоціокультурної англомовної компетентності в рецептивних видах мовленнєвої діяльності. Зазначено особливості професійно орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх туристичних менеджерів в межах аудиторної та позааудиторної самостійної роботи із залученням автентичних матеріалів. Охарактеризовано з теоретико-методичної точки зору переваги роботи з інтернет ресурсами для підтримки навчально-виховного процесу з формування професійно орієнтованої лінгвосоціокультурної англомовної компетентності в читанні та аудіюванні, окреслено передумови реалізації такого навчання. В статті проаналізовано алгоритм упорядкування критеріїв добору матеріалів для вивчення англійської мови в процесі викладання в умовах нелінгвістичного вищого навчального закладу, виокремлено прийоми, які оптимізують процес навчання.

Ключові слова: англійська мова, лінгвосоціокультурна компетентність, нелінгвістичний вищий навчальний заклад, професійно орієнтоване навчання, туристичні менеджери.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Формування міжкультурної комунікативної компетентності майбутнього туристичного менеджера нині є однією з пріоритетних цілей навчання студентів нелінгвістичних вищих навчальних закладів (ВНЗ). Знання англійської мови (АМ) є важливою передумовою для особистих, культурних, професійних контактів майбутнього туристичного менеджера. Сучасні психолого-педагогічні та методичні дослідження розглядають навчання іноземної мови (ІМ) як процес особистісного розвитку студента в контексті “полілогу культур” [3; 6; 10; 16]. Практична мета навчання ІМ у нелінгвістичному ВНЗ полягає в навчанні студентів міжкультурного іншомовного спілкування за

тематикою, визначеною навчальною програмою з фаху. Адже, міжнародна співпраця майбутнього працівника туристичної сфери, передусім в умовах відкритого інформаційного простору, набуває актуальних та вирішальних ознак іншомовної професійно орієнтованої освіти, зокрема, в межах формування професійно орієнтованої лінгвосоціокультурної англомовної компетентності (ПОЛАК) студентів нелінгвістичного ВНЗ [6]. Відтак, особлива увага приділяється формуванню ПОЛАК у читанні та аудіюванні автентичних текстів з фаху різних функціональних стилів, що за умови відсутності іншомовного та іншокультурного середовища, є цілком доцільним [1; 2; 4; 5; 10–12]. З огляду на зазначені тенденції, набуває актуальності проблема критеріїв добору матеріалів з формування ПОЛАК в читанні та аудіюванні майбутніх туристичних менеджерів.

Мета статті – проаналізувати особливості критеріїв добору матеріалів з формування ПОЛАК для читання та аудіювання майбутніх фахівців сфери міжнародного туризму в сучасних умовах діяльності нелінгвістичного ВНЗ. Завдання статті включають тлумачення сутності ПОЛАК, обґрунтування сучасної цінності критеріїв добору автентичних матеріалів для відображення дійсності у міжкультурних взаєминах професійно орієнтованого циклу, зокрема, для майбутнього туристичного менеджера, аналіз ефективних прийомів формування ПОЛАК студента в умовах нелінгвістичного ВНЗ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опираються автори. Питання міжкультурного англомовного спілкування досліджували багато зарубіжних вчених, серед яких Т. Новінгер, Е. Роджерс, Т. Штейнфат, П. Франклін, Х. Спенсер-Оуті. Проблемою лінгвосоціокультурної компетентності та її формування у майбутніх фахівців займалися В. Біблер, О. Бігич, Н. Бориско, Л. Голованчук, П. Кастро, М. Нацюк, С. Ніколаєва, Я. Окопна, Л. Серцу, В. Фурманова, Т. Чабала та інші науковці. Соціокультурний підхід у навчанні ІМ, що передбачає розвиток комунікативних умінь та здобуття знань про культуру країн, обґрунтували Г. Єлізарова, В. Сафонова, П. Сисоєв, О. Щук та

ін. Лінгвосоціокультурна компетентність є об'єктом дослідження численних наукових праць, однак за основу розуміння сутності цієї компетентності нами прийнято тлумачення С. Ніколаєвої, оскільки позиція цієї дослідниці узагальнює здійснені раніше наукові пошуки та враховує останні тенденції розвитку галузі методики викладання ІМ [7, с. 418–442]. Отже, лінгвосоціокультурну компетентність ми розглядаємо як сукупність соціолінгвістичної, соціокультурної та соціальної компетентностей майбутнього туристичного менеджера. Вона є здатністю здійснювати вибір мовних форм, використовувати їх і перетворювати відповідно до контексту, а також усвідомлювати зв'язки між мовами і явищами суспільного життя [7, с. 425].

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування професійно орієнтованої лінгвосоціокультурної англомовної компетентності (ПОЛАК) в майбутніх туристичних менеджерів у межах навчаючої автономії може стати успішним лише за умови ретельного добору автентичних матеріалів для читання та аудіювання відповідно до науково обґрунтованих критеріїв. Під критеріями відбору, слідом за Н. Жовтюк, ми розуміємо вимоги до автентичного матеріалу, які оцінюють його на предмет доцільності використання у навчальному процесі відповідно до поставленої мети навчання [5, с. 119]. При угрупованні критеріїв нами враховано загальні вимоги до відбору мовленнєвого матеріалу, прийняті в сучасній методичній літературі [1, 4, 9]: відповідність програмам навчання, новизна інформації, доступність у мовному та змістовому відношенні, доцільна тривалість звучання. З урахуванням досліджень вітчизняних та зарубіжних фахівців [2; 10], особливостей професійно орієнтованих англомовних матеріалів, програмних вимог до рівня володіння студентами ПОЛАК, специфіки подальшої професійної діяльності, у процесі якої студентам доведеться сприймати інформацію з різних джерел, до критеріїв відбору текстів з фаху, фонограм та відеофонограм як засобів формування ПОЛАК в майбутніх фахівців сфери міжнародного туризму ми віднесли: якісні (автентичності, мотиваційної

цінності, відповідності тематиці, професійної новизни інформації, варіативності, відповідності мовного оформлення рівню англомовної комунікативної компетентності студентів, релевантності змісту рівню знань з предмету, домінувальної ролі відеоряду над аудіорядом (для відеофонограми з субтитрами та без) та кількісні (обсяг тексту з фаху, тривалість звучання, темп мовлення) критерії. Зазначимо, що при визначенні критеріїв ми ставили за мету окреслити найважливіші, не переобтяжуючи процес відбору. Охарактеризуємо виділені критерії детальніше та обґрунтуємо доцільність їх застосування при відборі матеріалів для навчання читання та аудіювання майбутніх туристичних менеджерів. Критерій автентичності передбачає використання автентичних матеріалів з фаху, створених носіями мови для носіїв мови, що функціонують в реальних умовах, а не в навчальних ситуаціях. Доцільність використання автентичних текстів з фаху, фоно- та відеоматеріалів зумовлена їх особливостями й дидактичним потенціалом, а саме: різноманітністю за стилем і тематикою; мотиваційною цінністю, оскільки автентичні матеріали відображають ситуації реального спілкування в професійній галузі, викликають емоційну та мовленнєву реакцію [6, с. 124]; демонстрацією функціонування мови в природньому соціальному та професійному контекстах; сприяють наближенню до мовної культури та культури професійного спілкування. Варто зазначити, що критерій автентичності не заперечує можливості використання адаптованих текстів, якщо адаптація здійснена носіями мови. Разом із тим вважаємо, що такі тексти доцільно пропонувати переважно слабшим студентам за умови інформаційної цінності аудіотексту або тексту з фаху для читання. Дотримання критерію автентичності залежить безпосередньо від джерел, із яких здійснюється відбір навчальних матеріалів. На даному етапі широко використовуються ресурси інтернету, а саме: сайти відомих каналів, які спеціалізуються на передачах туристично довідкового характеру, аудіо додатки до англомовних журналів, блоги провідних туроператорів з усього світу. Критерій мотиваційної цінності інформації безпосередньо впливає на ефективність формування ПОЛАК у майбутніх працівників сфери

міжнародного туризму [16, с. 167]. Ми погоджуємося з думкою Я. Окопної, С. Роман та Н. А. Новоградської-Морської про те, що тексти з фаху, фонограми, а особливо відеофонограми, підібрані з урахуванням цього критерію, мають для студентів суттєве значення, адже ці матеріали ними пізнаються, засвоюються і, відповідно, зумовлюють їх ставлення до навчальної діяльності та її змісту [16, с. 163; 11, с. 135]. Тексти з фаху та відеофонограми справляють позитивний ефект через професійно орієнтований зміст інформації, її доступність і такі екстралінгвістичні фактори, як цікаві фотоілюстрації, музика, комп'ютерна графіка, світлові рішення, зовнішність ведучих, кадри реальних подій, субтитри тощо. Усе це сприяє підвищенню мотивації до оволодіння ПОЛАК. Відібрані фрагменти мають бути по можливості емоційно забарвленими, щоб стимулювати студентів до виконання завдань. Стосовно фонограм та текстів з фаху, критерій мотиваційної цінності реалізується, перш за все, в особистісно значущому змісті, який має практичне значення для подальшої професійної діяльності студентів. Критерій мотиваційної цінності передбачає також відбір матеріалів, які стимулюватимуть пізнавальну та комунікативну активність суб'єктів навчання. Підтримуючи погляди Н. Новоградської-Морської [10, с. 70] щодо необхідності підвищення в студентів предметно-пізнавальної мотивації, яка розвивається у процесі виконання завдань пошукового й проблемного характеру, аналізу та інтерпретації отриманих даних, вважаємо, що підбір матеріалів повинен здійснюватися з урахуванням можливості створення таких завдань.

Критерій відповідності тематиці передбачає орієнтацію текстів для читання, фоно- та відеоматеріалів на професійну тематику, окреслену програмою, а тому надає можливість майбутнім туристичним менеджерам вчитися виконувати професійні функції та визначати способи вирішення професійних завдань. Відтак, вважаємо за доцільне проводити відбір текстів для читання, фоно- та відеоматеріалів з урахуванням основних тематичних напрямів, передбачених програмою. При цьому важливим є реалізація міжпредметних зв'язків, а саме: врахування у процесі відбору матеріалів тематики не лише

відповідно до програми з ІМ, а й по можливості такої, що стосується фахових дисциплін. У такому разі студенти мають змогу не тільки розвивати рецептивні вміння, а й поглиблювати предметні знання, розуміння певних явищ і тенденцій в туристичному бізнесі, отримувати цінні практичні поради (наприклад, щодо започаткування власного туристичного агентства, ведення переговорів тощо). Критерій професійної новизни інформації передбачає наявність у тексті з фаху, фонограмі або відеофонограмі, інформації, яка відповідає сучасному стану справ у сфері міжнародного туризму, відображає основні події та тенденції галузі, роботу провідних компаній. З цією метою у процесі відбору доцільно використовувати матеріали сайтів відомих каналів, які відображають новини та тенденції в світовому туризмі; туристичні довідники міжнародних компаній; відео- та аудіо додатки до англomовних журналів туристичного спрямування. Інформація в фоно- та відеофонограмах повинна сприяти поглибленню й розширенню предметних знань студентів, збагачувати їх професійним досвідом, надавати нові відомості. Важливо при цьому здійснювати міжпредметні зв'язки, тому викладач, добираючи матеріал, повинен бути обізнаним зі змістом фахових дисциплін. Критерій варіативності передбачає підбір матеріалів, які містять різноманітну інформацію, що пов'язана з подіями у світовому економічному просторі та подальшою професійною діяльністю студентів, зокрема стосується нових компаній, фондів, бірж, активів, змін у законодавстві різних країн, нововведень на споживацькому рівні світового ринку туристичних послуг тощо, питань ефективного виконання своїх професійних обов'язків. Відбір текстів для читання, аудіо- та відеоматеріалів передбачає розвиток умінь розуміти будь-яку нову комбінацію знайомого матеріалу у новій ситуації [10, с. 73], що означає можливість використання різних матеріалів на одну тему з метою демонстрації різних поглядів на проблему чи можливість різних рішень у певних ситуаціях. Критерій варіативності враховує також сприйняття мовлення різних людей, що характеризуються різною вимовою, темпом мовлення, манерою подачі інформації; різноманітністю форм мовлення (монологічної, діалогічної і

полілогічної), а також при цьому береться до уваги жанрова різноманітність (репортажі, інтерв'ю, презентації тощо). Таким чином, критерій варіативності передбачає використання різноманітних джерел для рецепції, щоб дати змогу студентам не лише ознайомитися з різними поглядами та проблемами в професійній галузі, але й набувати досвіду сприймання різних мовців у різних ситуаціях. Критерій відповідності мовного оформлення рівню англомовної комунікативної компетентності студентів передбачає відповідність лексичної наповненості, граматичної складності та фонетичного оформлення матеріалів для рецепції рівню володіння ІМ майбутніми туристичними менеджерами. Під час відбору матеріалів потрібно зважати на частоту використання знайомих лексичних одиниць (ЛО), які можуть стати орієнтирами поряд з екстралінгвістичною і паралінгвістичною інформацією у сприйнятті та розумінні текстів для читання та аудіювання [10, с. 74]; наявність знайомих ЛО із теми; незнайомих ЛО, їх характер (можливість здогадатись про значення слів за контекстом, будовою слова тощо); наявність складних та незнайомих граматичних структур, довгих (речення, довжина яких складає 15–20 слів, є важкими для розуміння [6, с. 179] та складних речень із кількома підрядними, а також на нормативність мовлення, що не виключає можливість незначного використання різноманітних регіональних варіантів, соціальних, расових, географічних й етнічних форм мови та вимови. Проілюструємо реалізацію зазначеного критерію на прикладі фрагменту відеофонограми з сайту OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) – міжнародної організації, яка об'єднує 34 країни світу, більшість із яких є високорозвиненими.

Imagine China exports 100% of all smartphones to the United States. China may have only produced ten dollars or twenty dollars of the total value of that phone. The rest of it was imported from elsewhere. Graphic design from a California studio, computer code from programs in France, a silicon chip from the factory in Singapore, precious metals mined in Bolivia. Many countries benefit from the exports at this phone. But standard trade data do not reflect this. What's needed is a system

for tracing the value that is added by all countries involved in producing this phone. The OECD WCO trade-in value added initiative aims to help people understand the traditional trade data are not actually telling the whole story. Standard data show that China has high surpluses with the United States and the European Union and a large deficit with Japan. In value-added terms China services and deficits decrease as Chinese exports have a high foreign content. Japan is another country that has run high trade surpluses with the United States and more recently with China. Value-added data reveal smaller surpluses with China and larger surpluses with the United States.

У наведеному фрагменті присутні ЛО, знайомі студентам (goods, services, trade, added value, to benefit, export, standard trade data, deficit, income, consumer, logistics). Незнайомим словом може бути surplus, про значення якого, однак, можна здогадатися з контексту, оскільки, наприклад, в реченні Standard data show that China has high surpluses with the United States and the European Union and a large deficit with Japan протиставляються слова surpluses та deficit. У наведеному фрагменті вжито різні часові форми (Present Simple, Present Continuous, Present Perfect), пасивні конструкції, дієприкметникові звороти, знайомі слухачеві. Певні труднощі може викликати вживання модального дієслова may з Perfect Infinitive (China may have only produced ten dollars or twenty dollars of the total value of that phone.). Однак про значення цієї структури можна здогадатися з контексту [8]. Важливим при відборі навчальних матеріалів є критерій релевантності змісту текстів для читання, фоно- та відеофонограми рівню знань студентів з предмету. Прослуховування автентичних фонограм та перегляд відповідних відеофонограм професійного спрямування із сучасних каналів, сайтів компаній тощо вимагає обізнаності студентів із предметним змістом. При цьому спостерігається тісний взаємозв'язок і взаємозалежність із мовним оформленням повідомлення. Так, якщо мовлення є важчим за формою, то тема повинна бути знайома слухачеві. Тексти, які відображають незнайому тему чи проблему, повинні бути легші в плані мовного оформлення. Під час добору відеофонограм за критерієм

урахування домінувальної ролі відеоряду над аудіорядом [8; 10, с. 77] необхідно враховувати той факт, що відеоряд, який домінує, сприятиме кращому розумінню інформації. Тому мовне оформлення та змістове наповнення відеофонограми може бути дещо складнішим порівняно із фонограмою. Доцільність поєднання аудіо- і відеорядів у різних варіаціях, де превалує зображення, зважаючи на рівень володіння АМ В2, зумовлена двома чинниками: 1) психологічна зумовленість, готовність студентів до сприйняття насамперед зорового компонента відеофоноінформації як значенневої опори або контекстуалізації для вирішення професійно орієнтованих завдань (як відомо, зором ми сприймаємо 80–90 % інформації, що нас оточує: зорові значенневі опори можуть бути представлені статистичними оглядами, зразками нових туристичних послуг, пікторальними динамічними зображеннями дійсності, мімікою, жестами коментаторів – ефект сприйняття, переробки й запам'ятовування інформації підсилюється, тому що здійснюється комплексний вплив на різні органи почуттів, емоції, інтелект за умови домінуючої ролі зорового компонента; та 2) складність сприйняття автентичної інформації, яка полегшується за допомогою візуальних опор [8, с. 77–78].

Серед кількісних критеріїв ми виділили обсяг тексту з фаху для читання, тривалість звучання та темп мовлення тексту для аудіювання. На четвертому році навчання в нелінгвістичному ВНЗ для майбутнього туристичного менеджера можлива тривалість звучання текстів для аудіювання – до 15 хвилин. Разом із тим, вважаємо за доцільне пояснити, що тривалість звучання фонограми може бути меншою, зважаючи на дані психології, згідно з якими сенсорна втома настає після 4–7 хвилин звучання [12, с. 187], що особливо актуально у випадку фонограми, яка передбачає лише аудіоряд і тому швидше викликає сенсорну втому. Крім того, якщо обираються матеріали різної тривалості, слід враховувати їхнє змістове наповнення та мовне оформлення. Наприклад, студентам буде важко зрозуміти аудіотекст значної тривалості на складну чи незнайому тему без зорових опор чи тривалий і складний за формою текст. Якщо брати до уваги загальний темп мовлення,

який складається з двох величин – кількості слів за хвилину та кількості мовленнєвих пауз, то вимір за цими двома параметрами показує, що різниця між мінімальним та максимальним темпом досить велика. Вона залежить від багатьох факторів: типу і виду фонограми та відеофонограми (монолог, діалог; опис, розповідь, повідомлення); важливості інформації (більш важливу фахово зорієнтовану інформацію слід подавати повільніше, менш важливу – швидше); специфіки лексико-граматичної системи АМ (в АМ буква несе більшу кількість інформації, і слова в ній мають у середньому 4–5 букв). Середній темп мовлення – 140–150 слів за хвилину тощо. Тому в процесі формування вмінь ПОЛАК темп мовлення, що сприймаються, не повинен перевищувати темпу внутрішнього мовлення слухача: перший можна збільшити, лише прискорюючи останній [7, с. 284]. З іншого боку, як уже зазначалося, для рівня В2+ доцільно практикувати середній темп мовлення, про що свідчать і результати спостереження за навчальною діяльністю студентів четвертого курсу, і аналіз посібників для рівня В2+ [13–15; 17–19].

Висновки. На основі аналізу наукових джерел, особливостей текстів для читання з фаху, фоно- та відеоматеріалів, програмних вимог обґрунтовано критерії відбору навчального матеріалу: якісні (автентичності, мотиваційної цінності, відповідності тематиці, професійної новизни інформації, варіативності, відповідності мовного оформлення рівню іншомовної комунікативної компетентності студентів; релевантності змісту рівню знань з предмету, домінуючій ролі відеоряду над аудіорядом (для відеофонограми)) та кількісні (тривалість звучання, темп мовлення, обсяг тексту з фаху). Відповідно до визначених критеріїв є можливим відбір текстів для читання з фаху, фонограм та відеофонограми для подальшого формування ПОЛАК у майбутніх туристичних менеджерів. Джерелами цих матеріалів, слідом за критеріями, можуть слугувати сучасні автентичні навчальні посібники для фахівців сфери міжнародного туризму [13–15; 17–19]; сайти каналів BBC Learning English, National Geographic, CNBC, NBR, DW; аудіо додатки до щотижневого журналу The Economist; сайт міжнародної організації OECD;

блоги провідних туроператорів з усього світу. **Перспективи подальших наукових розвідок** ми вбачаємо в укладанні підсистеми вправ з формування ПОЛАК в читанні та аудіюванні для майбутніх туристичних менеджерів, чому й будуть присвячені наші подальші публікації.

Список використаної літератури

1. Балкевич Н. В. Методика обучения аудированию французской научной речи в условиях ускоренного курса : автореф. дис. на соиск. научн. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.02. М., 1980. 25 с.
2. Вікович Р. І. Методика навчання студентів мовних спеціальностей аудіювання англійськомовних теленовін : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. К., 2011. 344 с.
3. Гупка-Макогін Н. І. Теоретичні передумови формування іншомовної аудитивної компетентності майбутніх фахівців у сфері міжнародної економіки. *Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка*. Серія : Педагогіка. 2015. №3. С. 100–108.
4. Долина А. В. Методика вдосконалення фонетичної компетенції у майбутніх учителів англійської мови у самостійній роботі : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. К., 2012. 274 с.
5. Жовтюк Н. П. Критерії відбору навчального матеріалу для формування лексичної компетентності у майбутніх учителів у процесі навчання англійської мови після німецької. *Вісник Харківського національного університету*. 2013. Випуск 22. С. 115–125.
6. Задорожна І. П. Теоретико-методичні засади організації самостійної роботи майбутніх учителів з оволодіння англійськомовною комунікативною компетенцією : дис. ... доктора пед. наук : 13.00.02. К., 2012. 770 с.
7. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін. ; К. : Ленвіт, 2013. 590 с.
8. Муковіз О. П. Формування вмінь самостійної пізнавальної діяльності у студентів педагогічних ВНЗ засобами інформаційних технологій : монографія. Умань : ПП Жовтий О.О., 2010. 180 с.
9. Насонова Е. А. Обучение профессионально-ориентированному диалогическому общению студентов в условиях учебной автономии средствами Интернет-чата (неязыковой вуз, английский язык) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.02. Тамбов, 2008. 25 с.
10. Новоградська-Морська Н. А. Навчання майбутніх маркетологів професійно орієнтованого аудіювання з використанням автентичних англійськомовних відеофономатеріалів : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. К., 2014. 228 с.
11. Роман С. В., Новоградська-Морська Н. А. Умови формування мотивації до вивчення іноземної мови у немовному вищому навчальному закладі. *Нариси досліджень у галузі гуманітарних наук у педвузі*. К. : Либідь, 2001. Вип. 4. Т. 1. С. 133–138.
12. Соболева Н. И. Обучение аудированию русской речи (1 сертификационный уровень). Традиции и новации в профессиональной деятельности преподавателя русского языка как иностранного. М. : РУДН, 2002. С. 184–193.

*In the results of scientifically studies have been shown that the psychological nature of the foreign language can be lit within the professionally oriented linguistic and sociocultural foreign language communication aspect, which also determines the rules of communication and laws implemented in the network interactive activities. This interpretation of the process of mastering the English-oriented professional competence in receptive types of speech activity allows us to go beyond the concept of classroom and outside the classroom educational autonomy, including the comparison and analysis. **Purpose.** The algorithm in organising criteria to sequence output in shaping professionally oriented linguistic and sociocultural competence of future touristic managers as a specific implementation of the educational process in the receptive types of speech activity development; detection of the psychological mechanisms functioning in multi-stages of mastering speech activity. **Methods.** Analysis of psychological research and methodological problems of organising criteria when learning English as a foreign language held abroad and in Ukraine in order to systematize the existing scientific concepts and strategies of foreign language learning in terms of Internet resources support. **Results.** The results obtained after the research study definitively prove the probability of the hypothesis that the consideration of psychological characteristics, mechanisms of organising criteria to the process of English-oriented professional competence in reading and listening at the upcoming International Tourism workers effectively reflected in the quality of education. **Conclusion.** To summarize, it was found that understanding the concept of composing the grope of criteria in learning a foreign language conditions with Internet support should be seen as a model the interaction of foreign language and mental activity future workers in the tourism industry. This statement enables the presentation and implementation of further ways to develop methods and sets of exercises of professionally oriented foreign language teaching.*

Key words: *English language, linguistic and sociocultural competence, non-linguistic higher education institution, professionally oriented study, tourist managers.*