

Выявленные закономерности способствуют более глубокому пониманию механизмов воздействия в новых медиаформатах.

1. Money on the Mind: Can You Save for Retirement and Stay on Budget? // NPR. – URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/money-on-the-mind-can-you-save-for-retirement-and/id876523888?i=1000736141280> (date of access: 05.12.2025).

2. Thanksgiving Myths, Foods & Forgotten Traditions // Stuff You Missed in History Class. iHeartRadio. – URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/thanksgiving-myths-foods-forgotten-traditions/id1150124880?i=1000738294644> (date of access: 05.12.2025).

3. How to Turn Your Skills Into a Side Hustle (Episode 485) // Side Hustle School. – URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/485-how-to-turn-your-skills-into-a-side-hustle/id1126021323?i=1000733322331> (date of access: 05.12.2025).

4. Is Music Getting Worse? // The Rest Is Science. Apple Podcasts. – URL: <https://podcasts.apple.com/cz/podcast/is-music-getting-worse/id1853007888?i=1000740323751> (date of access: 15.12.2025).

5. Free the Land: How We Can Fight Poverty & Climate Chaos – and Win // How to Save a Planet. Gimlet, Spotify. – URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/free-the-land-how-we-can-fight-poverty-climate-chaos/id1592889192?i=1000701238376> (date of access: 05.12.2025).

6. Must Read: The Innovator's Dilemma by Clayton Christensen // The \$100 MBA Show. Apple Podcasts. – URL: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/mba2713-must-read-the-innovators-dilemma-by-clayton/id906218859?i=1000740161417> (date of access: 06.12.2025).

7. The Closest Thing To A Cure For Allergies // Short Wave. Apple Podcasts. – URL: <https://podcasts.apple.com/by/podcast/the-closest-thing-to-a-cure-for-allergies/id1482575855?i=1000740308731> (date of access: 06.12.2025).

8. Business History: The Secret of Southwest's Success // Apple Podcasts. – URL: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/business-history-the-secret-of-southwests-success/id1376303362?i=1000739442573> (date of access: 06.12.2025).

9. The art of choosing what to do // TED Radio Hour. Apple Podcasts. – URL: <https://podcasts.apple.com/by/podcast/the-art-of-choosing-what-to-do/id523121474?i=1000732156771> (date of access: 06.12.2025).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

Козлова О.О.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель*

Ключевые слова: промышленный туризм, турист, лингвистическое сопровождение, экскурсия, предприятие.

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием промышленного туризма как одного из наиболее перспективных направлений современной туристической индустрии. В условиях глобализации и растущей конкуренции на туристическом рынке промышленный туризм становится важным направлением, которое может привлечь внимание как местных, так и

иностранных туристов. Повышение интереса к промышленным объектам со стороны иностранной аудитории выводит на первый план проблему качественного лингвистического сопровождения. Данный процесс перестает быть просто техническим переводом, а становится сложной системой с четкой структурой.

Цель исследования заключается в теоретическом обосновании и комплексном анализе специфики лингвистического сопровождения промышленного туризма, а также в определении его структурных компонентов и описании уровней реализации данного процесса в рамках межкультурной коммуникации.

Материал и методы. Материалом исследования послужили теоретические концепции, касающиеся лингвистического сопровождения промышленного туризма, его ключевых особенностей и структуры. Методами исследования послужили описательно-аналитический метод и метод тематического исследования.

Результаты и их обсуждение. Туризм – это эффективный метод активного отдыха, позволяющий убежать от рутины, открыть для себя неизведанное, получить заряд позитива, углубить знания о мировых культурах, удовлетворить любознательность, а также способствовать как физическому, так и духовному совершенствованию личности. Одним из подвидов туризма является промышленный туризм. Александр Отгар объясняет понятие «промышленный туризм» следующим образом: «Промышленный туризм – посещение объектов, позволяющих получить информацию об истории каких-либо видов экономической деятельности, их современном состоянии и перспективах развития» [1, с. 24]. Промышленный туризм – организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей.

Промышленная экскурсия как направление индустрии гостеприимства приобретает все большую популярность, выступая эффективным инструментом формирования корпоративного имиджа, профорientации и просвещения. Однако его специфика, связанная со сложной терминологией и технологическими процессами, порождает ключевую проблему – необходимость в лингвистическом сопровождении, которое обеспечивает коммуникативную эффективность и доступность контента.

Под лингвистическим сопровождением в туристической индустрии понимается комплексная система взаимодействия между профессиональными туроператорами и туристами, направленная на повышение качества сервиса через преодоление языковых и коммуникативных барьеров.

Данное сопровождение охватывает широкий спектр деятельности – от перевода печатных материалов (брошюр, афиш, презентаций) до обеспечения устного перевода на мероприятиях. Ключевой задачей является не просто механический перевод информации с одного языка на другой, но и ее адаптация с учетом языковых и социокультурных особенностей целевой аудитории, а также конкретного контекста взаимодействия.

В условиях современных международных стандартов доминирующим языком лингвистического сопровождения становится английский язык, который является международным языком глобальных бизнес-процессов, включая и быстро развивающуюся сферу туризма [2].

Усиление глобализационных процессов и тесная взаимосвязь экономик и культур предъявляют новые требования к лингвистическому обслуживанию. На первый план выходит задача установления емкого и точного языкового контакта с туристом, минимизация рисков коммуникативных сбоях и недопонимания. Эта задача является фундаментальной для туристического бизнеса, поскольку его конкурентоспособность напрямую зависит от способности максимально полно удовлетворять запросы и ожидания клиентов [3].

Для того, чтобы грамотно осуществлять лингвистическое сопровождение промышленного туризма, нужно понимать, что данная система имеет четкую структуру и включает три основных уровня: стратегический (докоммуникативный), контентный (создание и адаптация текстов) и коммуникативный (реализация и взаимодействие). Теперь разберем каждый уровень подробно.

Стратегический уровень представляет собой фундаментальный этап, включающий глубокий анализ и планирование коммуникации. Прежде чем приступить к созданию текстов, необходимо определить целевую аудиторию. Аудитория промышленного туризма разнообразна: от школьников, участвующих в профориентационных экскурсиях, до делегаций иностранных инвесторов, каждая из которых требует индивидуального подхода. На этом уровне осуществляется тщательная сегментация аудитории, анализ ее потребностей, а также терминологический менеджмент. Важным аспектом является разработка «переводного словаря» предприятия, в рамках которого выявляются специальные термины и аббревиатуры, для которых создаются многоуровневые пояснения. На этом этапе закладываются ключевые меседжи и общий стиль предстоящего общения.

На основе выработанной стратегии контентный уровень наполняется конкретными текстовыми продуктами, которые туристы будут видеть, слышать и читать. Центральным элементом здесь становится сценарий экскурсии. Он включает логические переходы, акценты, паузы и вариативные блоки для различных групп. Параллельно разрабатывается множество вспомогательных текстов: продающие анонсы на сайте, структурированные путеводители, визуальная инфографика, которая позволяет представить сложные процессы в наглядной форме, а также четкие инструкции по безопасности, где недопустима двусмысленность. Каждый из этих текстов сочетает в себе научную точность, публицистическую увлекательность и рекламную привлекательность.

Коммуникативный уровень представляет собой завершающий этап лингвистического сопровождения – этап живой реализации. Даже самый безупречный сценарий теряет свою значимость без квалифицированного гида, который выступает не только как диктор, но и как интерпретатор и

медиатор. Его речь, дикция и способность адаптировать сложные объяснения «на ходу», задавать вопросы и поддерживать диалог являются важнейшими компонентами всей системы. На этом уровне также решается задача межкультурной коммуникации: перевод материалов для иностранных туристов должен быть не механическим процессом подстановки слов, а полноценной локализацией, учитывающей культурные коды и реалии целевой аудитории.

Таким образом, эффективное лингвистическое сопровождение промышленного туризма является не просто услугой, а стратегической инвестицией в имидж и развитие предприятия [4]. Оно представляет собой взаимосвязь трех уровней: глубокой аналитики, качественного контента и виртуозного исполнения.

Заключение. Лингвистическое сопровождение представляет собой многоуровневую систему, направленную на преодоление языковых и коммуникативных барьеров, что является необходимым условием для обеспечения высокого качества сервиса. Оно становится ключевым элементом в повышении качества сервиса в промышленном туризме. Эффективная коммуникация на всех уровнях способствует устранению языковых и культурных барьеров, что, в свою очередь, ведет к более полному пониманию предлагаемых услуг и формированию положительного имиджа как для туристов, так и для самих организаций. В условиях глобализации и растущей международной конкуренции качественное лингвистическое сопровождение становится неотъемлемой частью успешной стратегии развития экономики.

1. Otgaar, A. H. J. Industrial tourism: where the public meets the private [Электронный ресурс] / A. H. J. Otgaar. – Rotterdam : Erasmus Research Institute of Management, 2010. – Режим доступа: <https://repub.eur.nl/pub/21585/EPS2010219ORG9789058922595.pdf>. – Дата доступа: 23.12.2025.

2. Языковые путешествия или языковой туризм: так ли изменились образовательные поездки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://files.eric.ed.gov/fulltext>. – Дата доступа: 23.12.2025.

3. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности : учебник / И. В. Зорин, Т.П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

4. Воробьева, О. И. Экспрессивность рекламы в аспекте коммуникации / О. И. Воробьева. – Текст : электронный // Репозиторий ВГУ имени П. М. Машерова. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/9009> (дата обращения: 12.01.2026). – Электрон. версия ст. из: Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя П.М. Машэрава. – 2005. – № 2 (36).