

Міністэрства спорту і турызму Рэспублікі Беларусь

Установа адукацыі  
«Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры»

**А. У. Андрэева**

# **БЕЛАРУСКАЯ МОВА. ТУРЫСТЫЧНАЯ ЛЕКСІКА**

*Рэкамендавана ВМА па адукацыі ў галіне фізічнай культуры  
для спецыяльнасці 1-89 01 01 “Турызм і гасціннасць” ў якасці практыкуму*

Мінск  
БДУФК  
2020

УДК 811.161.3:338.48(076)  
ББК 81.2:75.81(4Бел)я73  
А66

Рэцэнзенты:

кандыдат філалагічных навук, дацэнт *В. У. Русак*;  
кандыдат філалагічных навук, дацэнт *Н. М. Даўгулевіч*.

**Андрэева, А. У.**

А66 Беларуская мова. Турыстычная лексіка : практыкум /  
А. У. Андрэева; Беларус. дзярж. ун-т фіз. культуры. – Мінск : БДУФК,  
2020. – 95 с.  
ISBN 978-985-569-481-7.

У практыкуме змяшчаецца багаты практычны матэрыял, прадстаўлены па ўсіх тэмах вучэбнай дысцыпліны “Беларуская мова (прафесійная лексіка)”. Прапанаваныя заданні і практыкаванні маюць выразную прафесійную накіраванасць і прызначаны для замацавання тэарэтычных ведаў, выпрацоўкі неабходных уменняў і навыкаў прафесійнага маўлення, эфектыўнага карыстання беларускай мовай у сферы турызму і гасціннасці. Практикум таксама ўключае спецыяльныя тэксты розных жанраў для перакладу, абмеркавання і пераказу, “Актуальны руска-беларускі слоўнік турыстычных тэрмінаў”.

Адрасуецца студэнтам УВА дзённай і завочнай формаў навучання па турыстычных спецыяльнасцях.

**УДК 811.161.3:338.48(076)**  
**ББК 81.2:75.81(4Бел)я73**

**ISBN 978-985-569-481-7**

© Андрэева А. У., 2020  
© Афармленне. Установа адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры”, 2020

## ЗМЕСТ

Прадмова .....	4
Тэма 1. Беларуская мова і яе месца ў сістэме агульначалавечых і нацыянальных каштоўнасцей .....	5
Тэма 2. Білінгвізм і моўная інтэрферэнцыя .....	7
Тэма 3. Асаблівасці фанетычнай сістэмы сучаснай беларускай літаратурнай мовы.....	9
Тэма 4. Прынцыпы і нормы сучаснай беларускай арфаграфіі .....	11
Тэма 5. Стратыфікацыя беларускай лексікі паводле сферы ўжывання.....	13
Тэма 6. Спецыяльная лексіка .....	15
Тэма 7. Лексіка-граматычная характарыстыка тэрмінаў. Паходжанне тэрмінаў.....	17
Тэма 8. Утварэнне тэрмінаў .....	20
Тэма 9. Сістэмныя адносіны ў тэрміналагічнай лексіцы .....	22
Тэма 10. Марфалагічныя нормы сучаснай беларускай літаратурнай мовы.....	25
Тэма 11. Сінтаксічныя нормы сучаснай беларускай літаратурнай мовы.....	29
Тэма 12. Стылістыка і культура прафесійнага маўлення.....	30
Спецыяльныя тэксты для перакладу .....	37
Тэксты для абмеркавання і пераказу .....	53
Актуальны руска-беларускі слоўнік турыстычных тэрмінаў.....	73
Спіс рэкамендаванай літаратуры .....	91

## ПРАДМОВА

Практыкум “Беларуская мова. Турыстычная лексіка” прызначаны для аўдыторных (практычных) заняткаў па вучэбнай дысцыпліне “Беларуская мова (прафесійная лексіка)”. Ён падрыхтаваны паводле тыпавай вучэбнай праграмы адпаведнай дысцыпліны для студэнтаў устаноў вышэйшай адукацыі, што навучаюцца па спецыяльнасці 1-89 01 01 “Турызм і гасціннасць”.

У вучэбным выданні “Беларуская мова. Турыстычная лексіка” змяшчаюцца практычныя заданні, якія маюць на мэце замацаваць тэарэтычныя веды па вучэбнай дысцыпліне, выпрацаваць устойлівыя ўменні і навыкі эфектыўнага карыстання беларускай літаратурнай мовай у прафесійнай дзейнасці будучых спецыялістаў індустрыі турызму і гасціннасці. Практычныя заданні скампанаваны ў адпаведнасці з прадугледжанымі вучэбнай праграмай тэмамі: “Беларуская мова і яе месца ў сістэме агульначалавечых і нацыянальных каштоўнасцей”, “Білінгвізм і моўная інтэрферэнцыя”, “Асаблівасці фанетычнай сістэмы сучаснай беларускай літаратурнай мовы”, “Прынцыпы і нормы сучаснай беларускай арфаграфіі”, “Стратыфікацыя беларускай лексікі паводле сферы ўжывання”, “Спецыяльная лексіка”, “Лексіка-граматычная характарыстыка тэрмінаў. Паходжанне тэрмінаў”, “Утварэнне тэрмінаў”, “Сістэмныя адносіны ў тэрміналагічнай лексіцы”, “Марфалагічныя нормы сучаснай беларускай літаратурнай мовы”, “Сінтаксічныя нормы сучаснай беларускай літаратурнай мовы”, “Стылістыка і культура прафесійнага маўлення”. Прапанаваны практычны матэрыял вельмі разнастайны і ўключае практычныя заданні рознай ступені складанасці для індывідуальнай і групавой работы студэнтаў. Акрамя таго, практыкум утрымлівае заданні творчага характару, накіраваныя на развіццё не толькі моўнай, але і камунікатыўна-маўленчай кампетэнцыі навучэнцаў.

У практыкуме асобна падаюцца спецыяльныя рускамоўныя тэксты для перакладу, а таксама беларускамоўныя тэксты турыстычнай накіраванасці (аўтэнтычныя і перакладныя) для абмеркавання і пераказу. Практыкум уключае і “Актуальны руска-беларускі слоўнік турыстычных тэрмінаў”, укладзены на матэрыяле спецыяльных навуковых тэкстаў адпаведнай галіны.

**Тэма 1.**  
**БЕЛАРУСКАЯ МОВА І ЯЕ МЕСЦА Ў СІСТЭМЕ**  
**АГУЛЬНАЧАЛАВЕЧЫХ І НАЦЫЯНАЛЬНЫХ КАШТОЎНАСЦЕЙ**

**Пытанні па тэме**

1. Чаму мова з'яўляецца адной з найважнейшых дыферэнцыяльных прымет чалавека? Свой адказ абгрунтуйце.
2. Якія функцыі выконвае мова ў жыцці сучаснага грамадства? У чым іх сутнасць?
3. Колькі ўсяго моў існуе ў свеце?
4. Што разумеюць пад паняццем “роднасныя мовы”? Прывядзіце прыклады роднасных моў.
5. Да якой моўнай сям’і належыць беларуская мова? Назавіце асноўныя групы дадзенай сям’і, прывядзіце па некалькі прыкладаў моў кожнай з гэтых груп.
6. Якія мовы адносяцца да: а) усходнеславянскай групы; б) заходнеславянскай групы; в) паўднёvasлавянскай групы?
7. Ці згодны вы з выказваннем У. Юрэвіча: “Варта ведаць дзве славянскія мовы, напрыклад, беларускую і рускую, як астатнія, вобразна кажучы, самі пойдучы у вушы”? Абгрунтуйце сваё меркаванне.
8. Што такое “мёртвая” мова? Якія “мёртвыя” мовы вам вядомы? Да якіх моўных сем’яў і груп яны належаць?

**Практычныя заданні**

**Заданне 1.** Вызначце, якія функцыі мовы рэалізуюцца ў прыведзеных выказваннях:

- а) Інстытут менеджменту спорту і турызму (*шыльда на сцяне ўстановы*);
- б) Гасцініца – асноўнае прадпрыемства індустрыі гасціннасці, якое ажыццяўляе прыём і абслугоўванне наведвальнікаў (*з артыкула энцыклапедыі*);
- в) – Добры дзень! Мяне завуць Алеся Уладзіміраўна. (*выкладчык пры ўваходзе ў аўдыторыю*);
- г) – Я ў сераду не прыйду на трэніроўку, не змагу. – Трэба, Федзя, трэба. (*размова паміж вучнем і трэнерам*);
- д) – Ура-а-а!!! “БАТЭ” – чэмпіён! (*выкрыкі з трыбуны*);
- е) Люблю твае, Нарач, затокі і тоні,  
Як вецер густыя туманы развесіць.  
Ці снежная пена на хвалях зазвоніць,  
Цалуючы зоры, калышучы месяц (*урывак з мастацкага твора*).

**Заданне 2.** Перакладзіце афарызмы на беларускую мову. Якія думкі выклікаюць выказванні? Пра якія канкрэтныя функцыі мовы ідзе гаворка?

1. Слово – основа мира, всего живущего (*Н. Гарин-Михайловский*).
2. Язык – орудие мышления. Обращаться с языком кое-как значит и мыслить кое-как: неточно, приблизительно, неверно (*А. Толстой*).

3. Язык является янтарем, в котором тысячи драгоценных и тонких мыслей были благополучно выражены и сохранены (*Р. Тренч*).

4. Язык – душа нации. Язык есть живая плоть идеи, чувства, мысли (*А. Толстой*).

5. Величайшее богатство народа – его язык! Тысячелетиями накапливаются и вечно живут в слове несметные сокровища человеческой мысли и опыта (*М. Шолохов*).

6. Язык есть изображение всего, что существовало, существует и будет существовать (*А. Мерзляков*).

7. Язык человека – это его мировоззрение и его поведение (*Д. Лихачев*).

**Заданне 3.** Пракаменціруйце наступныя выказванні пра мову і слова.

1. Па сутнасці, мова – гэта неабходная ўмова існавання грамадства, яго падмурак. Без яе не можа быць грамадства, як і сама мова не можа існаваць без грамадства (*Л. Сямешка*).

2. Ёсць у мове слова для абазначэння якога-небудзь паняцця, значыць народу вядомы і сам прадмет, увайшоў у яго свядомасць; няма слова ў народа, няма і ўяўленняў аб прадмеце, апошні не ўсвядомлены ім, хоць і існуе на самай справе як частка рэчаіснасці (*Я. Карскі*).

3. Мова служыць людзям і ў сяброўскай гутарцы, і ў вострай дыскусіі, і для выказвання глыбокіх пачуццяў любімаму чалавеку... (*К. Крапіва*)

4. Слова – гэта носьбіт духоўнага, узвышанага. Менавіта з яго дапамогай можна вылечыць душу сапсаваную, загубленую. Пра ўнутраны свет чалавека часцей за ўсё мяркуюць па яго мове, багатай, эмацыянальнай, ці шэрай, беднай, нуднай. Добра ведаючы цану Слова, роднай мове, чалавек застаецца чалавекам назаўсёды (*Д. Ліхачоў*).

5. Мова – аснова не толькі нацыянальнай культуры, але і існавання нацыі, існавання этнасу (*Н. Гілевіч*).

6. Родная мова, быццам цэмент, звязвае людзей. Яна дае ім найлепшы спосаб разумець адзін аднаго, адной думкай жыць, адной долі шукаць (*Цётка*).

7. На працягу ўсяго свайго існавання беларуская мова адыгрывала вельмі важную ролю ў жыцці беларускага народа, садзейнічала фарміраванню нацыянальнай свядомасці і асаблівай нацыянальнага светапогляду і менталітэту. Яна была і застаецца галоўным сродкам захавання і падтрымання беларускай народнай культуры і традыцый (*А. Лукашанец*).

8. Без мовы загіне перш за ўсё набытае праз стагоддзі духоўнае багацце беларускага народа – яго традыцыі, непаўторна самабытная гісторыя, вусная творчасць, мастацкая літаратура, высокая працоўная мараль (*У. Юрэвіч*).

9. Хто забыў сваіх продкаў – сябе губляе, хто забыў сваю мову – усё згубіў (*У. Караткевіч*).

10. А нацыя, якая згубіць сваю сапраўдную, сваю гістарычную мову, згубіць, напэўна, і сваю ўласную псіхалогію, разарве сувязь са сваімі вялікімі творамі мастацтва (*С. Залыгін*).

11. Яно добра, а нават і трэба знаць суседскую мову, але найперш трэба знаць сваю (Ф. Багушэвіч).

**Заданне 4.** Прачытайце беларускія прымаўкі і прыказкі пра мову і маўленне. Як вы іх разумеете? Якія яшчэ прыказкі і прымаўкі на гэту тэму можаце ўзгадаць?

1. Усяму пачатак – родная мова. 2. Прыемнае слова – вясенні дзень. 3. Добрае слова і кату прыемнае. 4. Рынуў слаўцом, як пярцом. 5. Слова не пірог, не выкінеш за парог. 6. Слова вецер, а пісьмо грунт. 7. Які павядач, такое яго павяданне. 8. Язык без касцей. 9. Язык мой – вораг мой.

**Заданне 5.** Заканспектуйце артыкулы “Індаеўрапейскія мовы” (с. 229–230), “Славянскія мовы” (с. 508–510), размешчаныя ў энцыклапедыі “Беларуская мова”. Перакажыце іх змест.

**Заданне 6.** Прачытайце прадмову (с. 3–6) да энцыклапедычнага даведніка В. Рагаўцова “Мовы свету”. Складзіце план-канспект.

**Заданне 7.** Пазнаёмціся з выказваннем вядомага беларускага мовазнаўцы, акадэміка А. Лукашанца аб сучасным стане беларускай мовы: “На пачатку XXI ст. статус беларускай мовы ў сучасным грамадстве вызначаецца наступнымі характарыстыкамі:

- высокаразвітая літаратурная мова;
- самастойная славянская мова ўсходнеславянскай падгрупы;
- адна з пашыраных пісьмовых моў свету;
- дзяржаўная мова краіны;
- мова тытульнай нацыі;
- мова нацыянальнай большасці (“Беларуская нацыянальная мова на сучасным этапе: сістэма, статус, функцыянаванне”).

Пры дапамозе якіх характарыстык вызначаны статус мовы? Што азначаюць тэзісы “высокаразвітая літаратурная мова”, “адна з пашыраных пісьмовых моў свету”, “мова тытульнай нацыі”?

## Тэма 2. БІЛІНГВІЗМ І МОЎНАЯ ІНТЭРФЕРЭНЦЫЯ

### Пытанні па тэме

1. Што абазначае паняцце “білінгвізм”? Назавіце і ахарактарызуйце асноўныя тыпы білінгвізму.
2. Як вы разумеете паняцце “дзяржаўная мова”?
3. Чым абумоўлена ўзнікненне беларуска-руускай інтэрферэнцыі? На якіх узроўнях мовы яна праяўляецца? Прывядзіце прыклады моўнай інтэрферэнцыі.

4. Якую лінгвістычную з’яву называюць “трасянкай”? У чым яе адметнасць?

5. Ці існуе змешанае маўленне ў іншых краінах? Якія назвы яно набыло?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Устанавіце адпаведнасць паміж відамі двухмоўя і іх характарыстыкай.

1) індывидуальнае	а) ўсё насельніцтва краіны двухмоўнае
2) групавое	б) у адной краіне статус дзяржаўнай маюць дзве мовы
3) поўнае	в) білінгв валодае адной мовай лепш, чым другой
4) дзяржаўнае	г) абедзве мовы выкарыстоўваюцца рэгулярна
5) субардынатыўнае	д) двухмоўная асоба валодае абедзвюма мовамі ў роўнай ступені
6) каардынатыўнае	е) адна мова выкарыстоўваецца часцей за другую
7) актыўнае	ж) дзвюма мовамі валодаюць толькі асобныя члены калектыву
8) пасіўнае	з) білінгвамі з’яўляюцца цэлыя групы або асобныя слаі насельніцтва

**Заданне 2.** Знайдзіце і выпраўце памылкі ў прыведзеных сказах. Вызначце разнавіднасці моўнай інтэрферэнцыі.

1. Я вучуся на першым курсе факультэта менеджмента спорта, турызма і гасціннасці. 2. Падчас абзорнай экскурсіі па Гродне турысты знаёмяцца з архітэктурнымі помнікамі. 3. На жаль, на мінулым тыдне я не пайшоў у паход, так как захварэў грыпам. 4. У Кракаве мы пражылі тры дня ў гасцініцэ. 5. Сёння ў Рэспубліцы Беларусь гасцей прымаюць у 180 сядзібах, размешчаных у самых жывапісных кутках нашай краіны. 6. Заезд новых пастаяльцаў адбудзецца ў 14 гадзін. 7. Акрамя паслуг пражывання і харчавання, комплекс аказвае наступныя віды дадатковых паслуг: паслугі лазні, пракат веласіпедаў, лыж, паслугі транспарта, бильярд. 8. Наша гасцініца адкрылася ў 2009 годзе і стала годным турыстычна-рэкрэацыйным аб’ектам аграгарадка Ляскавічы. 9. У 1939 годзе, у сілу гістарычных падзей, пушча апынулася ў складзе Беларускай ССР і ў снежні гэтага ж года была абвешчана Дзяржаўным запаведнікам. 10. У 1639 годзе была прадпрынятая ардынацыя каралеўскіх пушч, якая мела сваёй мэтай вызначэнне іх багаццяў і магчымасцей больш інтэнсіўнай эксплуатацыі. 11. Хата паляўнічага “Перароў” размешчана ў 25 км ад аграгарадка Камянюкі.

**Заданне 3.** Пазнаёмціся з законам “Аб мовах у Рэспубліцы Беларусь”. Што азначае дзяржаўны статус беларускай і рускай моў? У якіх сферах жыцця грамадства гэтыя мовы з’яўляюцца абавязковымі?



**Заданне 4.** Беларускі вучоны-лінгвіст В. Іўчанкаў сцвярджае, што “дзяржаўнае двухмоўе з’яўляецца не “гістарычнай раскошай”, а “адказным абавязкам” валодання маўленнем”. Ці згодны вы з меркаваннем мовазнаўцы?

**Заданне 5.** Прааналізуйце кантэнт турыстычных інтэрнэт-рэсурсаў Беларусі. Якія моўныя версіі яны маюць? Зрабіце высновы аб асаблівасцях выкарыстання беларускай і рускай моў на айчынных вэб-сайтах турыстычнай накіраванасці. Якія фактары, на вашу думку, вызначаюць выбар моўнага коду ў дадзенай частцы беларускай інтэрнэт-прасторы?

**Заданне 6.** Падрыхтуйце паведамленне аб экскурсіях, якія праводзяцца сёння ў сталіцы / вашым родным горадзе: а) толькі на беларускай мове; б) толькі на рускай мове; в) на абедзвюх дзяржаўных мовах.

**Заданне 7.** Напішыце эсэ на адну з прапанаваных тэм: “Беларуская мова – гэта брэнд”, “Родная мова і турызм”.

### Тэма 3.

## АСАБЛІВАСЦІ ФАНЕТЫЧНАЙ СІСТЭМЫ СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРНАЙ МОВЫ

### Пытанні па тэме

1. У чым праяўляецца адметнасць фанетычнай сістэмы сучаснай беларускай літаратурнай мовы?
2. Якія асноўныя правілы вымаўлення галосных гукаў?
3. Якія асноўныя правілы вымаўлення зычных гукаў і іх спалучэнняў?
3. Якімі асаблівасцямі характарызуецца беларускі націск?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Прачытайце тэрміналагічныя адзінкі ў адпаведнасці з арфаэпічнымі нормамі сучаснай беларускай літаратурнай мовы. Узгадайце правілы вымаўлення гукаў на месцы выдзеленых літар (спалучэнняў літар).

Турызм, турыстычная індустрыя, **руцзак**, **рэкрэацыя**, турыстычна-рэкрэацыйныя **рэсурсы**, **чартарны рэйс**, **гатэль**, **гід**, **кемпінг**, **маркетынг**, **кросінг-тур**, **комплекс паслуг на маршруце**, **турпуцёўка**, **праходжанне маршруту**, **самадзейны турызм**, **тураператарская дзейнасць**, **бюджэт**, **госць**, **гасціннасць**, **якасць турыстычных паслуг**, **сфера дзейнасці**, **спецыяліст па экатурызме**, **сфера турызму**, **трансфер**, **візавае абслугоўванне**, **страхоўка**, **падарожжа**, **жыццёвы цыкл тураў**, **асноўныя паслугі**, **рачны круіз**, **размяшчэнне**, **сямейны турызм**, **лячэбна-аздараўленчы адпачынак**, **турыстычны сезон**.

**Заданне 2.** Прачытайце тэкст згодна з беларускім літаратурным вымаўленнем.

Турыстычная індустрыя – сукупнасць гасцініц і іншых сродкаў размяшчэння, сродкаў транспарту, забавы і гандлю, аб'ектаў грамадскага харчавання, пазнавальнага, дзелавога і іншага прызначэння, арганізацый, якія ажыццяўляюць тураператарскую і турагенцкую дзейнасць, а таксама арганізацый, якія аказваюць экскурсійныя паслугі і паслугі гідаў-перакладчыкаў, іншыя паслугі, неабходныя пры арганізацыі і здзяйсненні падарожжаў (паездак).

**Заданне 3.** Перакладзіце беларускія словы на рускую мову, звярніце ўвагу на адрозненне ў пастаноўцы націску.

Адзінаццаць, дзе-небудзь, малы, слабы, вярба, дачка, спіна, шырока, крапіва, некаторы, прыяцель, аўсяны, безвыходны, болевы, шаўковы, супавы, гліняны, засцежка, захад, кідаць, кішка, коклюш, апостраф, лопух, могільнік, ноздра, рэмень, талент, шчаўе, заговор, абруч, фартух, нажніцы, страшыць.

**Заданне 4.** Складзіце і запішыце ў сшытак 5 сказаў са словамі з задання 3.

**Заданне 5.** Прачытайце тэкст згодна з арфаэпічнымі нормаў беларускай літаратурнай мовы. Знайдзіце ў тэксце і выпішыце словы, якія ілюструюць асаблівасці фанетычнай сістэмы беларускай мовы:

- аканне (вада, рака);
  - яканне (зямля, вясна);
  - дзеканне (дзяліць, падзяка);
  - цеканне (вецер, цёплы);
  - наяўнасць злітных афрыкат [дз'], [дж] (дзеці, джгаць);
  - падоўжаныя зычныя (жыццё, насенне, калоссе);
  - прыстаўныя галосныя [і], [а] (імчаць, амшары);
  - прыстаўныя / устаўныя зычныя [в], [г] (вузел, навокал, гісторыя);
  - прыстаўныя / устаўныя зычныя [й] (іней, маіх);
  - асімілятыўная мяккасць (снег, маладосць);
- і інш.

Нарач – гэта беларускае мора, незабыўнай прыгажосці возера плошчай 80 квадратных кіламетраў. У спалучэнні маляўнічых ландшафтаў і натуральнай расліннасці, камфортных мікракліматых умоў і высокай якасці вады возера здаўна вызначала прывабнасць Нарачанскага рэгіёна для масавага адпачынку і аздаравлення людзей. Тут амаль восемдзесят гадоў таму пачалося будаўніцтва курорта. У цяперашнія часы на ўзбярэжжы возера Нарач дзейнічае рэжым Нацыянальнага парку, працуюць 10 буйных санаторыяў і іншыя ўстановы, штогод ва ўмовах кліматычна-бальнеалагічнага курорта адпачывае і аздаравляецца больш за 100 тысяч чалавек.

На паўночна-заходнім узбярэжжы возера Нарач утульна размясціўся аднайменны курортны пасёлак. У мінулым тут былі невялічкія вёскі Купа, Сцепянёва, Урлікі. Мясцовыя земляробы і рыбакі з глыбіні вякоў лічыліся гасціннымі, большасць спраў вырашалі гуртам, купай. Нялёгкім было іх жыццё,

неаднойчы парушаўся іх павольны ўклад. Напрыклад, у XVIII стагоддзі па наваколлі пранеслася нечуваная ў гэтых мясцінах хвароба – халера, ад якой большасць жыхароў памерла; 1847 год выдаўся бязлітасна неўрадлівым; у 1915 годзе ў часы Першай сусветнай вайны амаль на два гады кайзераўскія войскі акупіравалі гэты край, у выніку жыхароў выселілі, а калі яны вярнуліся, хат не аказалася, бо яны былі спалены або разабраны на бліндажы; у 1930-я гады рыбакам давялося перад польскімі ўладамі адстойваць права (набытае яшчэ ў XVI стагоддзі) сваіх дзядоў лавіць рыбу ў возеры – нават паўстанне адбылося.

З цягам часу мясцовасць пераўтварылася ў буйнейшы курорт Беларусі, з 1999 года тут цэнтр Нацыянальнага парку “Нарачанскі”.

#### **Тэма 4. ПРЫНЦЫПЫ І НОРМЫ СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ АРФАГРАФІІ**

##### **Пытанні па тэме**

1. Што вывучае арфаграфія?
2. Якія асноўныя прынцыпы сучаснай беларускай арфаграфіі ведаеце? У чым іх сутнасць? Якія арфаграфічныя нормы грунтуюцца на гэтых прынцыпах?
3. Якія напісанні называюцца традыцыйнымі і дыферэнцыйнымі? Прывядзіце прыклады такіх напісанняў.
4. Чым абумоўлена з’яўленне новай рэдакцыі “Правілаў беларускай арфаграфіі і пунктуацыі” (2008 г.)?

##### **Практычныя заданні**

**Заданне 1.** Перакладзіце аднаслоўныя тэрміны і тэрміналагічныя словазлучэнні на беларускую мову. Запішыце іх у адпаведнасці з новымі правіламі беларускай арфаграфіі.

А) Космический туризм, экологический туризм, береговой туризм, арендованный автомобиль, биржевой курс, региональный туризм, термальный источник, тематический ресторан, хостел, турлидер, копирайтер, менеджер, авиадиспетчер, авиадиспетчерская служба, организация бартера, бартерные отношения, чартерные перевозки, таймшер.

Б) Семейный туризм, «зелёная» карта, деловой туризм, лечебно-оздоровительный туризм, теневой туризм, дежурная по этажу, безвизовый въезд, ведущие авиакомпании, бесплатная доставка, гостевой чек, вместимость парома, «мертвый» сезон, сегмент рынка, клиентура, сезонная скидка, Бермудский план, генеральные условия, электронный маркетинг.

**Заданне 2.** Запішыце па-беларуску геаграфічныя аб’екты ў адпаведнасці з сучаснымі арфаграфічнымі нормамаі.

Бегомль, Дзержинск, Заславль, Несвиж, Мозырь, Березино, Березина, Неман, Черногория, Египет, Берлин, Камерун, Сейшельские острова, Новая Зеландия, Великобритания, Нью-Йорк, Санкт-Йохан, Майами, Йемен, Йена, Йошкар-Ола, Йоркшир, Рио-де-Жанейро, Рио-Негро, Токио, Ватерлоо, Бормио, Дрезден, Манчестер, Одер.

**Заданне 3.** Спішыце словы, устаўце прапушчаныя літары э ці е.

Бізн..с-тур, к..мпінг, каф.., метрдат..ль, каф..тэрыі, барм..н, канап.., гасцінічны с..рвіс, кава глянс.., турн.., белм..н, Дардан..лы, Індан..зія, Душанб.., Туапс.., Марс..ль, Пелапан..с.

**Заданне 4.** Спішыце словы. Устаўце прапушчаныя спалучэнні галосных літар. Растлумачце іх напісанне.

А) Рад..льны маршрут, рэг..нальны турызм, паўпанс..н, панс..нат, ав..білеты, д..тычны рэстаран, пазіцыя афіц..нта, прамежкавы пер..д, аматарская від..здымка, б..сферны заповеднік, нац..нальны парк, арх..лагічная экскурсія, рэкр..цыйныя рэсурсы.

Б) Адр..тычнае мора, Л..нскі заліў, Бал..рскія астравы, Эф..пскае нагор'е, Барм.., Н..паль, ..рданія, ..нічныя астравы, С..мскі заліў, Мар..нскія астравы, Малааз..цкае нагор'е, Гв..нскае пласкагор'е, Іракл..н, Мантэвід.., Антар..

**Заданне 5.** Пры спісванні ўстаўце прапушчаныя літары у або ў і растлумачце іх правапіс.

А) Кансорцы..м турыстычных агенцтваў, абменны ва..чар, арэнда са..ны, адкрыццё ла..нж-бара, наведальні, акіянары..м, убацьлі стра..са, новы тэары..м, дарагі пентха..с, займацца сно..бордынгам, арандаваць апартаменты ў кандаміні..ме, арганізаваць канферэнцыю і сімпозі..м, этнічная шо...-праграма, цяжкі ба..л.

Б) Рака ..рал, Кіева-Пячорская ла..ра, вулкан Краката.., Сан-Па..лу, Се..л, Гуанчжо.., Са..даўская Аравія, Ры..-Грандзі, Але..цкія астравы, Кента.., Джэмста..н, Ньюфа..ндленд, Па..лу-Афонсу, Абра..-Дзюрсо, Гвінея-Біса..

**Заданне 6.** Перакладзіце турыстычныя аб'екты на беларускую мову і запішыце іх.

А) Августовский канал, Барановичский краеведческий музей, Березинский биосферный заповедник, Брестская крепость-герой, Брестский музей железнодорожного транспорта, Витебский музей частных коллекций, Гомельский дворцово-парковый ансамбль, Гомельский «Охотничий домик», Гродненская Свято-Владимирская церковь, Дуга меридиана Струве, Ивьевская мечеть, Каменецкая башня, Клецкий госпиталь, Кобринский усадебный дом, Коссовский дворец, Мирская часовня-усыпальница, Минские торговые ряды, Национальная библиотека Беларуси, Несвижская замковая башня.

Б) Ботанический сад Вильнюсского университета, парк Европы, Лувр, Версальский дворец, Эйфелева башня, Монмартр, Мулен-Руж, Собор Парижской Богоматери, Триумфальная арка, Букингемский дворец, Биг-Бен,

Тауэр, Трафальгарская площадь, Эдинбургский замок, Стоунхендж, Колизей, Парфенон, Метеоры, Собор Святого Петра, Собор Святой Софии (Айя-София), Эрмитаж, Красная площадь, Храм Василия Блаженного, Третьяковская галерея.

**Заданне 7.** Спішыце тэкст, выберыце правільны варыянт.

Дзе жыве беларускі Л(е,я)сун?

Жыхары Віцебскай вобласці, іншых кутко(у,ў) Беларусі, а таксама замежныя турысты (у,ў)жо пазнаёміліся з Зюзьй Паазерскім, які пас(е,я)лі(у,ў)ся (у,ў) Паста(у,ў)скім ра(й,ё)не. А ці ведаеце вы, дзе атрыма(у,ў) прапіску другі міфалагічны г(е,я)рой – Л(е,я)сун? Адкрыю с(э,а)крэт – на хутары Яка(у,ў)цы (у,ў) Ворана(у,ў)скім лесе, што (у,ў) Полацкім ра(й,ё)не. А атабары(у,ў)ся ён там зусім н(е,я)да(у,ў)на.

На хутар завіталі (у,ў)се сябры Л(е,я)суна: і Вадз(е,я)ны, і Баба-Яга, і Пал(е,я)вік з жонкай, і л(е,я)сное зв(е,я)р'ё. Пакуль гаспадар абыходзі(у,ў) свае з(е,я)лёныя (у,ў)ладанні, камандавала парадам яго жонка Л(е,я)шачыха. Разам з ёй госці зазірнулі амаль (у,ў) кожны куток с(е,я)дзібы. І чаго толькі там не (у,ў)бачылі! “Вось чаро(у,ў)нае люстэрка вечнай маладосці, – паказвала (у,ў)сім верная с(е,я)броўка Л(е,я)суна. – А гэта шапка-н(е,я)відзімка, якая дапамагае майму даражэнькаму хуценька пая(у,ў)ляцца і тут і там. А (у,ў) куфары схаваны (у,ў)се лю(дс,ц)кія беды. Але ніхто не адчыніць – ключ мой Л(е,я)сун за(у,ў)сёды носіць з сабой”.

Загл(е,я)нулі госці і (у,ў) лазню, і (у,ў) гасцінны дом, і (у,ў) экалагічную школу, і нават (у,ў) кавярню “Л(е,я)сная філармонія”. Адным словам, свята атрымалася на славу.

**Заданне 8.** Складзіце экскурсійны маршрут “Вандроўкі па роднай Беларусі”. Укажыце найбольш прывабныя (на ваш погляд) аб’екты паказу.

**Заданне 9.** Прачытайце ў кнізе “Беларуская арфаграфія: апавяданні і гісторыі” В. Іўчанкава раздзел “З гісторыі беларускага правапісу” (с. 7–13). Складзіце тэзісы.

## Тэма 5.

### СТРАТЫФІКАЦЫЯ БЕЛАРУСКАЙ ЛЕКСІКІ ПАВОДЛЕ СФЕРЫ ЎЖЫВАННЯ

#### Пытанні па тэме

1. Што называецца лексікай?
2. Што абазначаюць паняцці “лексікалогія” і “лексікаграфія”?
3. Чаму слова выступае асноўнай адзінкай мовы? Якімі прыметамі характарызуецца слова?
4. Якія словы адносяцца да агульнаўжывальнай лексікі і лексікі абмежаванага ўжытку?

5. На якія групы падзяляецца лексіка абмежаванага ўжытку? У чым спецыфіка гэтых слоў?

6. У якіх слоўніках фіксуюцца агульнаўжывальныя словы? Якія асаблівасці іх падачы?

7. Якія спецыялізаваныя слоўнікі вам вядомы?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Назавіце некалькі дыялектызмаў, жарганізмаў і прафесійных слоў, якія сустракаюцца ў маўленні вашых бацькоў, знаёмых, суседзяў. Раствлумачце значэнне гэтых лексічных адзінак. Складзіце сказы з гэтымі словамі.

**Заданне 2.** Да якога разраду лексікі абмежаванага ўжытку адносяцца праведзеныя ніжэй словы? Раствлумачце значэнне лексічных адзінак, падбярыце да іх агульнаўжывальныя эквіваленты.

Аблуда, браценік, прышпільны, кат, глючыць, дзікун, запятак, комп, бацян, улева, дэцл, універ, дом, унучка.

*Словы для даведак:* універсітэт, Дамадзедава, бусел, мала, абчас, забаўны, памылковая думка, катамаран, Унукава, камп'ютар, самастойны турыст, дваюрадны брат, лівень, не працуе.

**Заданне 3.** Прачытайце дыялектызмы, якія сталі набыткам беларускай літаратурнай мовы. Што яны абазначаюць? Складзіце з імі словазлучэнні.

Акрыяць, бруіцца, нягеглы, асяліцца, плён, плённы.

**Заданне 4.** Перакладзіце тэкст на беларускую мову. Знайдзіце ў ім турыстычныя тэрміны.

Мотель – гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги. Придорожный отель, в котором, кроме комфортабельных номеров, автотуристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием.

Мотель – средство размещения автотуристов, приспособленное для семейного размещения и обслуживания семьи, без необходимости оплаты всего комплекса услуг, как это предлагают отели. Таким образом, мотели предлагают ограниченный набор услуг по более низким ценам, чем отели.

Первые мотели появились в США в 50-е годы XX века, когда Кеммонс Уилсон построил один из первых отелей для автомобилистов – «Холидей Инн». В начале 90-х годов прошлого столетия доля мест размещения в мотелях США составляла 38 %.

Обычно в комплекс мотеля входят также ресторан, бар, залы для просмотра кино- и видеофильмов, конференц-залы, тренажерные и игровые помещения, бассейн, теннисные корты и т. п. (в соответствии с типом туристической гостиницы). Мотели располагаются вдоль основных туристических автотрасс; подразделяются на транзитные и конечные. (*«Энциклопедия туризма»*)

## Тэма 6. СПЕЦЫЯЛЬНАЯ ЛЕКСІКА

### Пытанні па тэме

1. Што ўяўляе сабой спецыяльная лексіка? На якія групы яна падраздзяляецца?
2. Якія словы і выразы называюцца тэрмінамі? Якая іх асноўная функцыя?
3. Якія спецыфічныя асаблівасці тэрмінаў вылучаюцца?
4. Чым адрозніваюцца тэрміны ад прафесіяналізмаў?
5. Што разумеюць пад паняццем “наменклатурныя назвы”?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Размяркуйце прыведзеныя спецыяльныя найменні на тры групы: 1 – тэрміны, 2 – прафесіяналізмы, 3 – наменклатурныя назвы.

Апарт-гатэль, банан (‘сумка’), Налібокская пушча, аграсядзіба, меню, альпендзій (‘альпініст’), кафетэры, “Эксклюзіў” (пансіён), бэспэкер, аглядная экскурсія, турыстычны паход, санаторый, “Каменны пояс Беларусі” (турыстычны маршрут), інфанта, Кацярынінскі парк, апартаменты, Версальскі палац, турыстычнае агенцтва, тур, двухмесны нумар, пакс, грамадскі пляж.

**Заданне 2.** Са слоўніка турыстычных тэрмінаў або з энцыклапедыі па турызме выпішыце, пераклаўшы на беларускую мову, дэфініцыі наступных тэрмінаў: *гасціннасць, госць, гасцінічнае прадпрыемства, турыстычная паслуга, трансфер, анімацыя, прадпрыемства харчавання, рэстаран, кафэ, вар’етэ, кейтэрынг.*

**Заданне 3.** Прааналізуйце даныя слоўніка турыстычных тэрмінаў. Якіх тэрмінаадзінак у ім больш – адназначных ці мнагазначных? Аб чым гэта сведчыць? Выпішыце са слоўніка некалькі адназначных і мнагазначных тэрмінаў сферы гасціннасці.

**Заданне 4.** Назавіце турыстычныя тэрміналагічныя адзінкі, дэфініцыі якіх прыводзяцца ніжэй.

1. Колькасць нумароў, якія выдзяляюцца тым ці іншым сродкам размяшчэння тураператару (турагенту) на падставе дагавора і ў пэўны перыяд.

2. Прапанаванне харчавання і напіткаў па-за памяшканнем кавярні або рэстарана сродку размяшчэння.

3. Загадзя вызначаны або ўстаноўлены шлях праходжання падарожнікаў (турыстаў) або транспартных сродкаў.

4. Прамежак часу ў пэўнай краіне, калі турысцкае жыццё замірае або знаходзіцца на нізкім узроўні.

5. Від харчавання, пры якім сьнеданне і вячэра або сьнеданне і абед уключаны ў кошт пражывання.

6. Дакумент, які пацвярджае аплату паслуг на маршруце і з'яўляецца падставай для аказання гэтых паслуг.

7. Абслугоўванне ў нумары (ежа і напіткі з рэстарана па меню на заказ).

8. Купля права карыстання нумарам на адзін – два тыдні у той ці іншай гасцініцы на працягу пэўнага перыяду.

9. Пешыя паходы па перасечанай мясцовасці без спецыяльнай падрыхтоўкі ўдзельнікаў.

10. Від абслугоўвання ў рэстаранах, кавярнях, які адрозніваецца тым, што наведвальнікі за адзіную плату атрымліваюць любую колькасць страў на свой выбар з ліку тых, што прапаноўваюцца і загадзя выстаўляюцца ў зале.

**Заданне 5.** Перакладзіце тэкст на беларускую мову. Пастарайцеся выкарыстаць розныя граматычныя мадэлі для азначэння ўжытых у тэксце тэрмінаў (*“Што – (гэта) што”, “Што ёсць што”, “Што з’яўляецца чым”, “Што называецца чым”, “Што называюць чым”, “Што ўяўляе сабой што”* і інш.). Падрыхтуйцеся да пераказу тэксту.

#### Класифікацыя гостиниц

В зависимости от назначения гостиниц, особенностей категорий обслуживаемых туристов и некоторых других факторов различают такие виды гостиниц, как отель, мотель, ротель, флотель, ботель, туристическая база.

Отель – традиционный тип гостиничного предприятия, располагающийся, как правило, в крупном городе или в значительном рекреационном месте, имеющий большой штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта.

Мотель – придорожный отель, в котором, кроме комфортабельных номеров, автотуристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием.

Туристическая база – туристический комплекс, расположенный на маршруте с активными способами передвижения. В его состав входят помещения для приема и размещения туристов, ресторан или столовая, помещения и службы для активного отдыха туристов.

Ботель – небольшая гостиница на воде, в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно.

Ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами – спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет.

Флотель – плавающая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. (*«Энциклопедия туризма»*)

**Заданне 6.** Складзіце рэкламны буклет айчыннай або замежнай гасцініцы. Без якіх турыстычных тэрмінаў не абыйсціся пры напісанні такога тыпу тэксту?

**Заданне 7.** Падрыхтуйце вуснае паведамленне (з прэзентацыяй) аб беларускім сродку размяшчэння (на выбар).



**Тэма 7.**  
**ЛЕКСІКА-ГРАМАТЫЧНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ТЭРМІНАЎ.**  
**ПАХОДЖАННЕ ТЭРМІНАЎ**

**Пытанні па тэме**

1. На якія групы падзяляюцца тэрміны паводле іх фармальнай структуры (будовы)?
2. Тэрміны якіх часцін мовы прадстаўлены ў сферы турызму і гасціннасці? Якія з іх найбольш пашыраны і чаму?
3. Які кампанентны склад мнагаслоўных тэрмінаў?
4. Якія тыпы тэрмінаў вылучаюцца паводле іх паходжання?

**Практычныя заданні**

**Заданне 1.** Ахарактарызуйце наступныя тэрміны з пункту погляду іх фармальнай структуры.

Бізнес-гатэль, турыстычны паход, катэгорыя складанасці маршруту, кафетэрый, браніраваць, кемпінг, трансфер, кросінг-тур, агратурызм, аўтатурыст, курорт, этнатур, тэматычная экскурсія, камбінаваны маршрут.

**Заданне 2.** Карыстаючыся “Слоўнікам іншамовных слоў” А. Булькі, вызначце мову-крыніцу наступных спецыяльных найменняў.

Аніматар, апартаменты, аферта, батэль, кавярня, караванінг, круіз, курорт, лайнер, маршрут, меню, метрдатэль, рэйс, трансфер, турызм, франчайзінг.

**Заданне 3.** Знайдзіце сярод прыведзеных тэрмінаў уласнабеларускія. Што яны абазначаюць?

Госць, сняданне, бармен, гасціннасць, паслуга, інтэрнат, начлег, трансфер, гатэль, попыт, афіцыянт, дэстынацыя, падарожжа, заказ, пляж, шэзлонг, рыштунак, прыбыццё, рэстаран.

**Заданне 4.** Вызначце, з якой мовы былі запазычаны прыведзеныя тэрміны. Растлумачце іх значэнне:

- а) кейтэрынг, чартар, інкамінг, дзьюці-фры, ваўчар, басбой, лобі, рэсэпшн;
- б) агент, рэцэптура, кліент, аквізіцыя, адміністратар, акваторыя, нумар;
- в) курорт, ландшафт, компас, маршрут, фрахт, швейцар;
- г) вар’етэ, меню, пансіён, шэзлонг, тур, апартамент, парцье, кансьерж.

**Заданне 5.** Перакладзіце тэксты на беларускую мову. Выпішыце з іх уласныя тэрміны, а потым – запазычаныя. Перакажыце адзін з тэкстаў.

*Тэкст 1.* Важную роль в туризме играют услуги питания, с помощью которых удовлетворяется физиологическая потребность туристов в пище.

В международной туристической практике питание, как правило, предоставляется в комплексе с размещением, при этом его стоимость вместе с размещением входит в гостиничный тариф. Различают следующие виды тарифов:

- американский план (American Plan) – размещение и трехразовое питание;
- модифицированный американский план (Modified American Plan) – размещение и двухразовое питание;
- континентальный план (Continental Plan) – размещение и завтрак.

Чаще всего в своей деятельности гостиницы используют континентальный план, при котором в стоимость комплекса обслуживания входит завтрак, поэтому во всех гостиницах сервису завтраков уделяется особое внимание. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. Различают следующие виды завтраков: континентальный, континентальный плюс, или расширенный, английский завтрак.

Многие гостиницы работают по европейскому плану (European plan, EP), который представляет собой гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учета питания. В данном случае туристы самостоятельно выбирают предприятие питания, кухню и заказываемые блюда. («Введение в туризм»)

*Текст 2.* При организации питания туристов используются различные методы обслуживания: «а ля карт»; «а парт»; «табльдот»; «шведский стол».

При использовании метода «а ля карт» (a la carte) гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

«А парт» (a part). При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

«Табльдот» (table d'hote) отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Часто используется в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

«Шведский стол» представляет широкий выбор блюд со свободным доступом: можно взять все что угодно в желаемом количестве из того, что предложено и выставлено. «Шведский стол» практически аналогичен буфетному обслуживанию, которое предполагает частичное самообслуживание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. В последнее время данный метод обслуживания стал популярен при

организации завтраков (так называемый «завтрак-буфет»). («Организация туризма»)

*Текст 3.* Предприятие питания – предприятие индустрии гостеприимства, специализирующееся на приготовлении блюд и напитков, обслуживании и предоставлении пищи гостям.

Для туристической индустрии характерны такие типы предприятий питания, как ресторан, кафе, бар.

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана – фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки.

Кафе – предприятие питания, предоставляющее гостям в сочетании с отдыхом и развлечениями ограниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов. Большинство гостиничных комплексов в своей структуре наряду с ресторанами предпочитают иметь небольшое кафе.

Бар – специализированное предприятие питания, предоставляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. В баре имеется возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку, развлечься. («Организация туризма»)

**Заданне 6.** Запішыце ўсе вядомыя вам спецыяльныя найменні, што абазначаюць тыпы прадпрыемстваў харчавання. Якія тэрміналагічныя адзінкі – уласныя або запазычаныя – пераважаюць? Чым гэта, на вашу думку, абумоўлена?

**Заданне 7.** Пазнаёмціся з папулярнай версіяй паходжання слова *бістро*. Ці падаецца яна вам верагоднай? Свой адказ патлумачце.

Найбольш распаўсюджаная і папулярная, у тым ліку і ў Францыі, этымалагічная версія звязвае слова *бістро* з рускім словам *быстро*. Лічыцца, што падчас акупацыі рускімі войскамі Парыжа ў 1814–1815 гг. рускія афіцэры (ці казакі) патрабавалі ад павольных французскіх афіцыянтаў, каб тыя абслугоўвалі іх хутчэй, і падганялі выкрыкамі: “Быстро! Быстро!”. Так і ўзнікла назва для прадпрыемства харчавання, дзе стравы гатуюцца і падаюцца непасрэдна пасля заказу, гэта значыць хутка.

**Заданне 8.** Назавіце старажытныя прадпрыемствы харчавання, якія існавалі на тэрыторыі Беларусі. Што вы аб іх ведаеце? Раствлумачце этымалогію гэтых слоў. Пры неабходнасці карыстайцеся адпаведнымі слоўнікамі.

**Заданне 9.** Складзіце тэкст-апісанне аднаго з прадпрыемстваў харчавання ў гасцініцы (на выбар). Прытрымлівайцеся наступнага плану: назва гасцініцы і яе лакалізацыя; тып прадпрыемства харчавання; від гасцінічнага тарыфу; форма, узровень і метады абслугоўвання; умяшчальнасць прадпрыемства харчавання;

кухня і асартымент страў і напіткаў; магчымасць арганізацыі банкетаў і іншых мерапрыемстваў; інтэр’ер; водзывы кліентаў.

## **Тэма 8. УТВАРЭННЕ ТЭРМІНАЎ**

### **Пытанні па тэме**

1. Якія асноўныя спосабы тэрмінаўтварэння вам вядомы?
2. У чым сутнасць марфалагічнага спосабу ўтварэння тэрмінаў? Якія разнавіднасці вылучаюцца ў марфалагічным спосабе? Назавіце найбольш пашыраныя ў турыстычнай тэрмінасістэме словаўтваральныя марфемы.
3. Чым абумоўлена высокая прадуктыўнасць сінтаксічнага спосабу ўтварэння тэрмінаў?
4. Як адбываецца ўтварэнне тэрмінаў лексіка-семантычным спосабам?

### **Практычныя заданні**

**Заданне 1.** Устанавіце спосаб утварэння прыведзеных турыстычных тэрмінаў.

Адпачывальнік, турагент, нерэзідэнт, казіно-гатэль, страхоўка, ануляцыя заказу, турыстычны паход, звышбраніраванне, СТА (Сусветная турыстычная арганізацыя), размяшчэнне без харчавання, сезоннасць, марскі круіз, падарожнік, заказ на турыстычную паслугу, тавараабмен, адпачынак, маршрут выхаднога дня, незаезд, заплечнік, самастрахоўка, паўпансіён, першапраходжанне.

**Заданне 2.** Да кожнай з мадэлей падбярэце некалькі турыстычных тэрмінаў-словазлучэнняў. Якая мадэль, на вашу думку, самая пашыраная? У чым прычына яе прадуктыўнасці?

- “прыметнік + назоўнік”;
- “назоўнік + назоўнік”;
- “назоўнік + прыназоўнік + назоўнік”;
- “назоўнік + прыметнік + назоўнік”;
- “назоўнік + прыназоўнік + прыметнік + назоўнік”;
- “назоўнік + назоўнік + назоўнік”;
- “прыметнік + прыметнік + назоўнік”;
- “прыметнік + назоўнік + назоўнік”.

**Заданне 3.** Запішыце складаныя турыстычныя тэрміны, першай часткай якіх з’яўляецца:

- авія-*:
- агра-*:
- аўта-*:
- вела-*:
- гастра-*:

*мота-*:  
*спелеа-*:  
*эка-*:  
*этна-*:  
*эна-*:

**Заданне 4.** Прачытайце тэкст. Выпішыце з яго турыстычныя тэрміны, утвораныя суфіксальным спосабам. Зрабіце іх словаўтваральны аналіз. Якія словаўтваральныя значэнні маюць суфіксальныя марфемы?

Турыстычныя паслугі – мэтанакіраваная вытворчая дзейнасць, якая задавальняе патрэбы турыстаў і не прымае, як правіла, матэрыяльнай формы. У адпаведнасці з гэтым азначэннем дадзеныя паслугі можна ахарактарызаваць як нябачны тавар асаблівага тыпу.

Да турыстычных адносяцца паслугі:

- па размяшчэнні турыстаў;
- па перамяшчэнні турыстаў з краіны (месца) пастаяннага жыхарства ў краіну (месца) часовага знаходжання і назад;
- па забеспячэнні турыстаў харчаваннем;
- па перавозцы турыстаў ад месца часовага знаходжання да месца размяшчэння і назад (трансфер), а таксама па любой іншай перавозцы ў межах краіны (месца) часовага знаходжання, прадугледжанай умовамі падарожжа;
- па задавальненні культурных патрэб турыстаў (экскурсіі, наведванні тэатраў, канцэртных залаў, музеяў, карцінных галерэй, помнікаў гісторыі і культуры, паркаў, запаведнікаў, фестываляў, спартыўных спаборніцтваў і да т. п.);
- па задавальненні дзелавых і навуковых інтарэсаў (удзел у кангрэсах, канферэнцыях, сімпозіумах, семінарах, кірмашах, выставах і да т. п.);
- інфармацыйныя паслугі (звесткі аб турыстычных рэсурсах таго ці іншага рэгіёна, мытных і пагранічных фармальнасцях, курсах валют, відах транспарту, цэнах і да т. п.);
- паслугі сродкаў сувязі (карыстанне інтэрнэтам, міжнароднай і міжнароднай сувяззю, факсам);
- арганізацыйныя паслугі (афармленне віз, страхаванне, даванне гідаў, перакладчыкаў і да т. п.);
- гандлёвых прадпрыемстваў як агульнага, так і спецыяльнага прызначэння (продаж сувеніраў, падарункаў, паштовак і да т. п.);
- пасрэдніцкія паслугі (браніраванне месцаў у гасцініцах, білетаў на розныя віды транспарту, адпраўка і дастаўка карэспандэнцыі);
- бытавыя паслугі (рамонт адзення, абутку, хімчыстка, пракат і да т. п.);
- спартыўна-аздараўленчыя паслугі (карыстанне басейнамі, спартыўнымі збудаваннямі, паляванне і рыбная лоўля па ліцэнзіях і да т. п.).

Турысту могуць быць прапанаваны або пэўныя віды паслуг згода з яго выбарам, або комплекс паслуг, які ў сукупнасці ўтварае турыстычную паездку (тур).

Тур – комплекс розных відаў паслуг, якія аб’яднаны галоўнай мэтай

падарожжа і даюцца ў пэўны тэрмін на пэўным маршруце з загодзя вызначанай праграмай. Такі комплекс успрымаецца спажывцом як адзіны прадукт і набываецца ў выглядзе турыстычнай пачэўкі. (Паводле А. Дуровіча «*Організацыя турызма*»)

**Заданне 5.** Падрыхтуйце вуснае паведамленне аб паслугах, якія прапаноўваюцца курортнай гасцініцай / бізнес-гатэлем.

## **Тэма 9.** **СІСТЭМНЫЯ АДНОСІНЫ** **Ў ТЭРМІНАЛАГІЧНАЙ ЛЕКСІЦЫ**

### **Пытанні па тэме**

1. Якія сістэмныя адносіны наглядаюцца ў тэрміналагічнай сістэме?
2. У чым прычына ўзнікнення сінанімічных тэрмінаў і тэрміналагічных варыянтаў?
3. Якія прыклады тэрмінаў-антонімаў вам вядомы?
4. У выніку чаго ўзнікае міжгаліновая аманімія?

### **Практычныя заданні**

**Заданне 1.** Падбярыце да наступных спецыяльных найменняў сінанімічныя адзінкі. Растворыце прычыны ўзнікнення сінанімічных пар.

Доўгатэрміновы турызм, індывідуальны турызм, круглагадовы турызм, унутраны тураператар, аўтамагістраль, гавань, візіцёр, экскурсавод, турбаза, дэндралагічны парк, аўтамабільны турызм, гастронамічны тур, энатурызм, кафэ, бартар.

**Заданне 2.** Прачытайце выказванне акадэміка А. Лукашанца аб тэндэнцыях развіцця сучаснай беларускай мовы. Якому сіноніму (запазычанаму або ўласнабеларускаму) аддаеце перавагу ў вашым маўленні і чаму? Свой адказ абгрунтуйце.

Побач з інтэнсіўным папаўненнем запазычанай лексікай у беларускай мове выразна праявілася і тэндэнцыя нацыяналізацыі, звязаная з актывізацыяй у маўленні лексікі, якая адрознівае беларускую мову перш за ўсё ад рускай. У якасці прыкладу можна прывесці выкарыстанне ў сучасным беларускім маўленні слова *заплечнік* замест *рукзака* (параўнайце рускае слова *рюкзак*). (Паводле матэрыялаў інфармацыйнага агенцтва «Мінск-Новости»)

**Заданне 3.** Запішыце да наступных спецыяльных найменняў антанімічныя тэрміны. Укажыце, якім чынам адбываецца проціпастаўленне паняццяў у межах бінарных апазіцый.

Актыўны турызм, зімовы турызм, арганізаваны турызм, стацыянарны турызм, сезон, платны трансфер, ініцыятыўны тураператар, унутраны турыст, ранні заезд, кароткачасовы турызм, пікавы сезон, аднадзённы тур, гасцініца для

працяглага размяшчэння, засяленне, заезд, высокі сезон, прыбыццё, платная паслуга, адзіночны турызм, сезонны турызм, унутраны тураператар.

**Заданне 4.** Вызначце, паводле якіх дыферэнцыяльных прымет ажыццяўляецца проціпастаўленне антанімічных тэрміналагічных адзінак, што абазначаюць разнавіднасці турызму.

**Заданне 5.** Запішыце некалькі турыстычных тэрмінаў, якія маюць амонімы сярод спецыяльных найменняў іншых галін навукі, тэхнікі. Параўнайце іх дэфініцыі.

**Заданне 6.** Прачытайце тэкст. Знайдзіце ў ім тэрміны-сінонімы, вызначце паходжанне. У чым асаблівасць іх выкарыстання? Якому з сінонімаў аддаецца перавага аўтарам тэксту?

Тур, як правіла, з'яўляецца першаснай адзінкай продажу (таварнай формай) турыстычнага прадукту, якая выпускаецца ў сферу абароту. Акрамя ўласна тураў, на рынку прапаноўваюцца і знаходзяць попыт асобныя турыстычныя паслугі. Побач з нематэрыяльнымі паслугамі турысту могуць быць дадзены спецыфічныя турыстычныя матэрыяльныя прадметы побыту, сувенірная і іншая таварная прадукцыя (турыстычны рыштунак, карты, апісанне мясцовасці, даведнікі, слоўнікі, пляжныя прыналежнасці, спартыўныя тавары і да т. п.).

Асноўным відам турыстычнага прадукту з'яўляецца комплекснае абслугоўванне, гэта значыць стандартны набор паслуг, які прадаецца турыстам у адным “пакеце”. За мяжой турыстычныя паездкі, што рэалізуюцца на основе стандартных набораў або пакетаў паслуг з загадзя ўстаноўленай праграмай абслугоўвання і адзінай цаной для спажыўца, называюцца пэкідж-турамі, або інклюзіў-турамі. Прынцыповай розніцы паміж гэтымі паняццямі няма. У заходнееўрапейскіх краінах больш распаўсюджаны тэрмін “інклюзіў-тур”, у ЗША – “пэкідж-тур”.

Пэкідж-туры з'яўляюцца асноўным прадметам дзейнасці турыстычных прадпрыемстваў і вызначаюцца як пакет паслуг, што ўключае наступныя кампанеты – перавозку і размяшчэнне, а таксама іншыя паслугі, не звязаныя з першымі двума. Структура такіх тураў у значнай ступені вар'іруецца ў залежнасці ад краіны, асаблівасцей турыстаў, іх пакупной здольнасці, асартыменту і якасці паслуг.

Пэкідж-туры маюць перавагу перад іншымі прадпрыемствамі турыстычных паслуг, паколькі іх кошт звычайна ніжэйшы за сукупныя рознічныя цэны на асобныя паслугі, што ўваходзяць у пакет. (Паводле А. Дуровіча «*Организація турызма*»)

**Заданне 7.** Перакладзіце тэксты. Знайдзіце ў іх антанімічныя і сінанімічныя тэрміны. Вызначце іх тыпы. Перакажыце адзін з тэкстаў.

*Тэкст 1.* В зависимости от вида заявки туриста и способа организации продажи туры могут быть индивидуальными и групповыми.

Индивидуальные туры предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности, но они более дорогие, поскольку такие виды услуг, как внутримаршрутный транспорт, услуги гида, и некоторые другие турист оплачивает полностью, в отличие от групповых туров, где эта цена раскладывается на всех членов группы. Именно поэтому индивидуальные туры не слишком доступны массовому туристу.

Групповые туры более дешевые, доступные массовому туристу, но в таких поездках каждый их участник обязан подчиняться установленному для группы порядку путешествия. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 2.* При формировании тура и его пакета возможны два варианта работы с туристами: реализация эксклюзив-туров (заказных туров) и реализация инклюзив-туров. При продаже эксклюзив-туров формирование программы и комплектование состава услуг производится по желанию и при непосредственном участии туриста. Ему предлагают на выбор разные варианты обслуживания по каждому из видов услуг в предполагаемом им месте отдыха:

- размещение – разные по уровню, типу и месту расположения гостиницы;
- питание – различные варианты (полный, полупансион или без питания), «шведский стол» или «а ля карт» с обслуживанием и др.;
- экскурсии, досугово-развлекательные услуги на выбор;
- транспортные услуги – выбор вида транспорта, аренда автомобиля, трансфер и др.;
- спортивные и курортные услуги – пользование такими программами на выбор, а также возможность треккинга или похода;
- визовые услуги, а также услуги страхования и др.

Инклюзив-тур представляет тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст. Иными словами, турист приходит и выбирает предпочтительный для него и уже готовый к использованию продукт. Наиболее распространенными инклюзив-турами можно назвать маршрутные туры, когда на автобусе группа туристов путешествует по нескольким городам и странам. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

**Задание 7.** Падрыхтуйце паведамленне на тэму: “Тур у ...” па плане: назва тура; колькасць дзён; дата пачатку і заканчэння паездкі, від транспартнай перавозкі, праграма тура; паслугі (асноўныя і дадатковыя) на маршруце.

## **Тэма 10.** **МАРФАЛАГІЧНЫЯ НОРМЫ СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ** **ЛІТАРАТУРНАЙ МОВЫ**



### Пытанні па тэме

1. Якія існуюць разыходжанні ў родзе і ліку беларускіх і рускіх назоўнікаў?
2. У чым адметнасць скланення агульных беларускіх назоўнікаў (у параўнанні з рускімі)?
3. Якія існуюць правілы скланення славянскіх і іншамоўных прозвішчаў, імёнаў і геаграфічных назваў?
4. Ад чаго залежыць правапіс асабовых канчаткаў дзеяслова?
5. Якія дзеепрыметнікі не ўжываюцца ў сучаснай беларускай мове? Якія існуюць спосабы замены неўласцівых беларускай мове дзеепрыметнікавых формаў пры перакладзе з рускай мовы?
6. Якія асаблівасці ўтварэння і ўжывання дзеепрыслоўяў закончанага і незакончанага трывання?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Перакладзіце рускія словазлучэнні на беларускую мову. Звярніце ўвагу на несупадзенне ў родзе і ліку назоўнікаў у рускай і беларускай мовах.

Варочная посуда, выставочный зал, розничная продажа тура, древняя живопись, картины известных мастеров живописи, неразборчивая подпись, придорожная пыль, широкая степь, общение с клиентами, взаимоотношение производителей услуг и клиентов, сезонная распродажа, отношение к посетителю, производит запись рассылаемых и получаемых деловых бумаг, итальянские макароны, новая пачка бумаги, старая дверь, вкусная земляника, неприемлемое поведение, камышовые заросли.

**Заданне 2.** Раскрыйце дужкі. Пастаўце назоўнікі ў форме меснага склону адзіночнага ліку.

- А) у (*палатка, каманда, накідка, хаціна, гасцініца, турфірма*);  
на (*карта, валакуша, байдарка, яхта, віла, біржа, шаша, дарога, рака, пераправа, гара*);  
аб (*турбаза, пуцёўка, архітэктура, валюта, паслуга*);
- Б) у (*дэндрарый, акіянарыум, гатэль, парк, паход, начлег, кемпінг, запаведнік, акваланг, музей, катэдж, нумар, ваўчар, аэрапорт, пентхаус*);  
на (*аўтамабіль, катамаран, цеплаход, плыт, авіялайнер, касцёр, бівак, пляж, бераг*);  
па (*акіян, канал, мора, возера, вадасховішча, рака*);  
аб (*азімут, альпеншток, компас, рукзак, круіз, маршрут, тур, менеджар, басбой, гід, турыст, падарожнік, арандатар, швейцар, метрдатэль*).

**Заданне 3.** Пастаўце назоўнікі ў родным склоне адзіночнага ліку.

Арганізм, альпеншток, альпінізм, амартызатар, азімут, акваланг, бівак, гід, запаведнік, кемпінг, компас, круіз, курорт, лагер, маркетынг, маршрут, музей, начлег, парк, паход, перавал, перакат, персанал, пляж, порт, сувенір, тур, турызм.

**Заданне 4.** Перакладзіце рускія словазлучэнні на беларускую мову.

Індустрыя турызма, норма багажа, пачало маршрута, оплата заказа, план похода, средство транспорта, объекты туристического показа, качество туристического продукта, программа тура, автофургон для ночлега, территория ботанического сада, аренда самолета, пункты проката туристического инвентаря и снаряжения, заполнение страхового полиса, заключение договора, культура сервиса, сегмент рынка, организатор тура.

**Заданне 5.** Перакладзіце рускія словазлучэнні на беларускую мову. Падбярыце беларускія эквіваленты да прыведзеных дзеепрыметнікаў рускай мовы.

Заведующий номерным фондом, заведующая прачечной, заведующий службой предварительных заказов мест в гостинице, заведующий кафе, обслуживающий персонал, управляющий фирмой, отдыхающие в санатории, путешествующие по Европе, сопровождающий группу, сопутствующие товары, руководящие работники гостиницы, принимающая сторона, направляющая сторона, скоропортящиеся продукты, начинающий альпинист.

**Заданне 6.** Перакладзіце сказы з рускай мовы на беларускую.

1. В организованных туристических походах туристическая группа состоит из лиц, приобретших путевку на тот или иной маршрут. 2. Турбаза – это предприятие гостиничного типа, предоставляющее туристам плановых маршрутов (при наличии свободных мест – и туристам без путевок) ночлег, питание и обеспечивающее их туристическо-экскурсионным, культурно-бытовым и физкультурно-оздоровительным обслуживанием. 3. Альпинизм – это путешествие в горах, включающее восхождение на горные вершины. 4. Начинающих альпинистов готовят обычно в альпинистском лагере, где они знакомятся с элементами техники передвижения в горах, способами и приемами страховки, техническими средствами и тактикой альпинизма. 5. Дальнейшее повышение квалификации альпиниста, характеризующей соответствующим спортивным разрядом, осуществляется как в альпинистских лагерях, так и на спортивных сборах. 6. Схема маршрута – упрощенный топографический чертеж местности, отображающий основные особенности трассы туристического похода.

**Заданне 7.** Знайдзіце ў прыведзеных сказах марфалагічныя памылкі і выпраўце іх. Чым абумоўлена ўзнікненне гэтых памылак?

А) 1. Заказы паступаюць ад афіцыянтаў рэстаранаў на аснове састаўленага і прапанаванага кліентам меню, а таксама з банкетнага зала, дзе пералік страў і іх колькасць папярэдне вызначаны і аплачаны. 2. У перспектыве на турбазе можна будзе праводзіць спаборніцтва як абласнога, так і раённага ўзроўню. 3. Здраўніцы прыцягваюць людзей якасцю аказваемых паслуг і даступнасцю кошту. 4. Віла “Каліна” знаходзіцца ў гістарычным цэнтрэ горада-курорта. 5. У сувязі з павышэннем цікавасці да культурна-пазнавальнага турызма ўзрастае

значэнне аховы помнікаў культуры. 6. У аснову дзейнасці тэматычных паркаў кладзецца захапляльная тэма, якая распрацоўваецца не толькі з дапамогай атракцыёнаў, але і ўсіх паркавых служб. 7. Па словах дырэктара Мсціслаўскага спартыўна-аздараўленчага комплексу “Алімп” Сяргея Дземідзенка, інтарэс з боку многіх айчынных і расійскіх клубаў да намера кіраўніцтва абсталяваць на лыжнай трасе, што будзецца, спецыяльную трасу для спартсменаў, праяўлены і немалы. 8. Недалёка ад гасцініцы размешчан гарадскі парк. 9. Утульны прасторны нумар плошчай 90 м<sup>2</sup> абсталяваны кухняй, двума спальнямі і гасцявым пакоем.

Б) 1. Добразычлівы персанал знойдзе індывідуальны падыход, каб абслужыць кожнага свайго госця на вышэйшым узроўне. 2. Віла ўяўляе сабой трохпавярховы асабняк, уключаюшчы камфартабельныя адна- і двухпакаёвыя нумары з усімі выгодамі. 3. Гасцініца “Краса Карпат” запрашае вас у цудоўны курортны гарадок Ярэмча. 4. Стыль спалучае ў сабе прастор, раскошу, утульнасць дамашняга агменю і экалагічнасць матэрыялаў. 5. Аматарамі вострых адчуванняў будуць запатрабаваны падарожжа ў самыя далёкія пункты Зямлі. 6. Эканамічны прыбытак, на нашу думку, магчымы ад укаранення прапаноў, накіраваных на паляпшэнне арганізацыі правядзення фестывалей “Дажынкi”. 7. Маршрут паходу 1 КС можа праходзіць па любых дарогах, яго працягласць не менш за 250 км. 8. У цяперашні час у свеце налічваецца 26 мільёнаў гасцінічных месц. 9. Часам тураператар аказвае гэтыя паслугі сам, атрымліваючы іх ад контрагента.

**Заданне 8.** Прачытайце тэкст. Устаўце замест кропак неабходныя склонавыя канчаткі. Свой выбар пракаменціруйце.

Помнік кампазітару Станіславу Манюшк.. і драматургу Вінцэнту Дуніну-Марцінкевічу ўстанавілі на плошч.. Свабоды ля Мінскай гарадской ратуш.., непадалёк ад Дамініканскага кляштар.., дзе Манюшка некалі граў на аргане.

У свой час Станіслаў Манюшка і Вінцэнт Дунін-Марцінкевіч цесна супрацоўнічалі і разам стварылі чатыры камічныя оперы, у тым ліку і знакамітую “Ідылію” (“Сялянку”). Менавіта з прэм’ерай гэтай п’есы ў 1852 годзе ў Мінск.. звязана вяртанне беларускай мовы ў тэатр.

Вінцэнт Дунін-Марцінкевіч нарадзіўся ў Бабруйскім павеце, у сям’і небагатага шляхціча. Дунін-Марцінкевіч пісаў рамантычныя вершы, апавяданні і раманы, быў папулярнызатарам беларускай мовы. У 1841 годзе заснаваў першы беларускі тэатральны гурток. Таксама выступаў з ініцыятывай адкрыцця невялікіх народных школ і сам заснаваў адну такую ўстанову ў Мінск..

Станіслаў Манюшка – вядомы беларускі і польскі кампазітар, аўтар каля 300 песень, опер, балетаў, опер. У розны час ён дырыжыраваў у Віленск.. гарадск.. тэатр.. на оперных спектаклях, у Вялік.. тэатр.. ў Варшаве, быў прафесарам варшаўскага Музычнага інстытут.. Быў знаёмы з рускімі кампазітарамі Міхаілам Глінк.. і Аляксандрам Даргамыжскім, якія высока цанілі творчасць Манюшкі.

Для Беларусі Станіслаў Манюшка важны ў першую чаргу выкарыстаннем у сваіх творах (яны былі папулярнымі і ставіліся ў многіх гарадах) беларускага фальклору.., нацыянальных мелодый, прыказак і прымавак.

Оперы Манюшкі таксама былі папулярнымі за кошт сваёй надзённасці: у многіх з іх выкрываўся прыгон і іншыя заганы грамадства. Таму нават калегі і сябры, якія з'яўляліся прадстаўнікамі багатага саслоўя.., рэзка выказваліся аб “непажадан.. характар..” музыкі Манюшк..

Дарэчы, у гонар Станіслава Манюшк.. названа вуліца ў Мінск..

**Заданне 8.** Якім культурным дзеячам вы б паставілі помнік у сталіцы ці іншых населеных пунктах нашай краіны? Пісьмова абгрунтуйце сваю думку.

**Заданне 9.** Выступіце ў якасці карэктара. Выпраўце ў тэксте марфалагічныя памылкі.

База адпачынка “Лясная гавань” – гэта маляўнічы куток беларускай прыроды, дзе гасцей чакае еўрапейскі камфорт і сэрвіс. Утульныя бунгала ў класічным стылі, гасцінічныя нумары з сучасным дызайнам, кафэ з тэрасай, расслабляльны лазневы комплекс з камінным залам, спартыўныя пляцоўкі і зоны для адпачынка – тут ведаюць, як арганізаваць бездакорны адпачынак!

У залежнасці ад сваіх патрэб госці могуць з камфортам размясціцца ў адным з нумароў гасцініцы – ад невялікіх аднамесных да двухузроўневых люксаў. Незвычайныя дызайнерскія рашэнні, багацце драўляных элементаў, зручная мэбля і прадуманасць у дробязях пакідаюць прыемныя ўражанні. Прасторныя бунгала выдатна падыходзяць для сямейнага адпачынка ці невялікіх кампаній. Ацаніць стравы нацыянальнай кухні, прыгатаваныя з натуральных прадуктаў на адкрытым вогнішчы, госці могуць ва ўтульным кафэ з адкрытай тэрасай і раскошнай мэбляй.

Госці базы адпачынка «Лясная гавань» ніколі не будуць сумаваць! На яе тэрыторыі прадугледжана мноства магчымасцяў для вольнага часу на любы густ: лазня з басейнам, цір, пляцоўка для міні-гольфа, дзіцячая пляцоўка, адкрыты каркасны басейн, пракат спартыўнага інвентара, ровараў, машынак на пульце кіравання і нават аўто дзёрзкага пунсовага колера. Аматыры спакойнага адпачынка і рыбалкі ацэняць абсталяваны пляж і рыбныя месцы ракі Мухавец. Блізкасць Брэсту дазваляе адправіцца на шпацыр па яго вулачках, наведаць Брэсцкую крэпасць і нават з'ездзіць у Белавежскую пушчу.

**Тэма 11.**

## **СІНТАКСІЧНЫЯ НОРМЫ СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРНАЙ МОВЫ**

### **Пытанні па тэме**

1. Што разумеюць пад паняццем “словазлучэнне”? У чым сутнасць дапасавання, кіравання і прымыкання як відаў падпарадкавальнай сувязі?
2. Якія існуюць адрозненні ў будове словазлучэнняў у беларускай і рускай мовах?
3. Якія прыметы мае сказ? Якія тыпы сказаў вылучаюцца паводле мэты выказвання, будовы?

4. У чым адметнасць структуры складаназлучаных, складаназалежных і бяззлучнікавых сказаў?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Перакладзіце словазлучэнні на беларускую мову. Складзіце з імі сказы.

По случаю встречи зарубежных гостей, выполняют согласно должностной инструкции, выходят из гостиницы, гуляют по лесу, приехать спустя несколько дней, разговаривать по телефону, подойти к ресторану, заселиться в 19 часов, по обе стороны дороги, выбрать блюда по своему вкусу, отметить в заключение речи, иметь в виду, по моему мнению, принять во внимание, выселиться в половине десятого, заведующий рестораном, спросить насчет билетов в театр.

**Заданне 2.** Выпраўце памылкі ў прыведзеных словазлучэннях.

Паслаць за доктарам, адрасаваць для кліентаў, прымаць на ўвагу, два турыста, захварэць пнеўманіяй, у восем гадзін вечара, сабрацца за ягадамі, размяшчацца ў дваццаці кіламетрах ад горада, убачыць сваімі вачыма, прыязджаць па выхадным дням, шчыра падзякаваць адміністратара, дзівіцца спрыту супрацоўнікаў.

**Заданне 3.** Падбярыце ў беларускай мове эквіваленты да наступных рускіх прыназоўнікаў і злучнікаў. Складзіце з беларускімі службовымі словамі сказы.

По причине, в связи с, в результате, благодаря, из-за, согласно, по случаю, по поводу, в силу, ввиду, вследствие.

**Заданне 4.** Знайдзіце ў прыведзеных сказах сінтаксічныя памылкі і выпраўце іх. Чым можна патлумачыць узнікненне памылак гэтага тыпу?

1. У трохстах метрах ад гатэля знаходзіцца гарадскі пляж. 2. Ва ўтульнай прасторным пакоі адпачынку могуць размясціцца 8–10 чалавек. 3. Згодна стандартнай міжнароднай класіфікацыі ўсе сродкі размяшчэння падзяляюцца на калектыўныя (гасцініцы, гатэлі, турбазы) і індыўідуальныя (кватэры, вiлы, пакоі, якія арандуюцца ў прыватных асоб). 4. У нашай гасцініцы налічваецца 123 камфартабельных нумара. 5. Неабходна прыняць ва ўвагу, што на сённяшні дзень бізнес-турызм у свеце інтэнсіўна развіваецца. 6. Час вылету рэйса Мінск – Анталья ў 14.00. 7. Музей-запаведнік распрацоўвае маршрут па абарончым будынкам. 8. У наведвальнікаў нашых кафэ ёсць магчымасць выбіраць стравы па свайму густу. 9. У рэспубліцы актыўна адкрываюцца прыватныя міні-гатэлі і прыдарожныя гасцініцы, якія афіцыйна не маюць зорак (у тым ліку па прычыне невялікай колькасці нумароў), але прапануюць дамашнюю ўтульнасць, сучасны камфорт і высокі ўзровень абслугоўвання. 10. Замежныя турысты дзівяцца беларускаму менталітэту – нашай шчырасці і гасціннасці.

**Заданне 5.** Апішыце беларускі або замежны курорт (на выбар), выкарыстоўваючы розныя тыпы сказаў.

## Тэма 12. СТЫЛІСТЫКА І КУЛЬТУРА ПРАФЕСІЙНАГА МАЎЛЕННЯ

### Пытанні па тэме

1. Што абазначаюць паняцці “стылістыка” і “функцыянальныя стылі”?
2. Якія функцыянальныя стылі вылучаюцца? Ахарактарызуйце іх з пункту погляду сферы выкарыстання, мэт зносін, стылёвых рыс, моўных асаблівасцей.
3. Што такое культура мовы? Якія асноўныя камунікатыўныя якасці маўлення і ў чым іх сутнасць?

### Практычныя заданні

**Заданне 1.** Прачытайце тэксты (фрагменты тэкстаў), вызначце да якога функцыянальнага стылю яны належаць. Свой адказ абгрунтуйце.

\*\*\*

Гасцініца – асноўнае прадпрыемства індустрыі гасціннасці, якое ажыццяўляе прыём і абслугоўванне наведвальнікаў. У сусветным гасцінічным фондзе вылучаюцца дзве галоўныя групы гасцініц: для пастаяннага пражывання і для часовага пражывання. У сваю чаргу яны падзяляюцца на: 1) транзітныя гасцініцы, якія абслугоўваюць любы кантынгент ва ўмовах кароткачасовага спынення; 2) гасцініцы дзелавога прызначэння, якія абслугоўваюць асоб, што знаходзяцца ў дзелавых паездках і камандзіроўках; 3) гасцініцы для адпачынку (турыстычныя, курортныя і г. д.). Для ўсіх тыпаў гасцініц распрацаваны агульныя патрабаванні на перыяд часовага пражывання кліентаў: наяўнасць умоў для размяшчэння, харчавання, бытавога абслугоўвання, а таксама некаторыя спецыфічныя патрабаванні.

У залежнасці ад прызначэння гасцініц, асаблівасцей катэгорый турыстаў і некаторых іншых фактараў адрозніваюць такія віды гасцініц, як матэль, кемпінг, ратэль, флатэль, батэль, турбаза, турысцкі прытулак.

\*\*\*

3.1. Выканаўца абавязаны аформіць і выдаць Заказчыку наступныя дакументы:

- турыстычную пуцёўку;
- медыцынскую страхоўку.

Адзнакі аб атрыманні дакументаў указваюцца ў пуцёўцы.

3.2. Выканаўца абавязаны давесці да Заказчыка інфармацыю аб праграме знаходжання (маршрут тура, дата пачатку і заканчэння паездкі, від транспартнай перавозкі, катэгорыя праязных білетаў і колькасць апошніх, назва і катэгорыя гатэля, колькасць забраніраваных нумароў па катэгорыях (аднамесны, двухмесны і г. д.), рэжым харчавання, неабходнасць страхавання і колькасць турыстаў, якія падлягаюць страхаванню). Факт азнаямлення Заказчыка з

дадзенымі ўмовамі пацвярджаецца подпісам Заказчыка на бланку турыстычнай пуцёўкі і адрывным талонам да яе.

\*\*\*

Жылі мы ў чырвоным катэдзжы. На два паверхі тры нумары, адна кухня, два санвузлы. У нумары кандышн, целек, ложка, мэбля. Кошт за ўвесь нумар, а не з чалавека. Без харчавання. На тэрыторыі ёсць кавярня. Мы ў кавярні толькі абедалі, вячэру гатавалі самі. На тэрыторыі ёсць агульная кухня. “Хаткі” тыпу бытоўкі таннейшыя. У мінулым годзе каштавалі 80 грыўняў за суткі. У бытоўцы адзін ці два ложка, халадзільнік. Дабірацца проста цудоўна. Ехалі на цягніку да Мелітопаля. На чыгуначным вакзале сядайце на маршрутку да аўтавакзала, на аўтавакзале сядайце на аўтобус ці маршрутку да Кірылаўкі, даязджаеце да канцавога прыпынку. А там метраў 100–200 да нумароў. Транспарт ходзіць часта і хутка.

\*\*\*

Яны ствараюць небяспечныя спускі, чакаючы на бум “адрэналінавых наркаманаў”. Аб гэтым паведамляе The Independent / Euroradio.

The Independent: “Вядомы швейцарскі Санкт-Морыц павялічыў максімальную стромістасць трас да амаль неверагоднага 41 градуса, каб прэтэндаваць на званне найхутчэйшай чорнай трасы Еўропы. Піяршчыкі курорта апісваюць гэта як “задавальненне для адрэналінавых наркаманаў”.

Праехаць па такой трасе даволі рызыкаўна. Але ўлады гарналыжных вёсак Італіі, як і іх швейцарскія суседзі, таксама не сумняваюцца ў тым, што складаныя трасы стануць спакусай для лыжнікаў. А La Repubblica цытуе паліцэйскага, які патрулюе трасы ў паўночным рэгіёне Трэнціна: “Усё, што патрэбна, каб прыцягнуць увагу, – гэта сказаць людзям, што траса прызначана для дасведчаных лыжнікаў. І ў вас імгненна з’явіцца чэргі, бо гэта выдатная прапанова людзям праверыць свае магчымасці. Туды будуць імкнуцца нават тыя, хто рэальна мусіць ездзіць на самых простых трасах”.

Увогуле ж маркетынговая крэатыўнасць альпійскіх месцаў адпачынку вельмі проста тлумачыцца: большасць Альпаў цяпер змагаецца з рэцэсіяй. Інфармацыйнае агенцтва Ansa паведамляе, што тыдзень адпачынку ў італьянскіх Альпах абыйдзеца ў 932 еўра ў разліку на аднаго чалавека, а за сям’ю патрабуецца выкласці 2240 еўра. Гэта без уліку дадатковых выдаткаў. Яны могуць датычыцца штрафаў, якія раздаюць у Швейцарыі безадказным лыжнікам, або страхоўкі, на якой прафесіяналы не раіць эканоміць.

Варта дадаць, што следам за швейцарскім Санкт-Морыцам, які мае спуск пад вуглом 41 градус, найбольш экстрэмальнымі можна лічыць італьянскія трасы Франка Берта (37 градусаў) і План-дэ-Каранес (36 градусаў).

\*\*\*

Люблю твае, Нарач, затокі і тоні,  
Як вецер густыя туманы развесіць.  
Ці снежная пена на хвалях зазвоніць,  
Цалуючы зоры, калышучы месяц.

Люблю, калі ў сонцы гарыш пазалотай,  
Раскінуўшы сінія хваляў палотны,  
Калі ў непагоду сумуеш маркотна  
З рыбацкаю песняй, з зялёным чаротам.

Люблю твае буры, твае навальніцы.  
Ў іх чую, бы ў песнях, жыццё маладое.  
І хочацца блізка грудзьмі прытуліцца  
Да чорных ад гневу кіпучых прыбояў.

**Заданне 2.** Прыдумайце назву для тэксту публіцыстычнага жанру з задання 1.

**Заданне 3.** Апішыце возера Нарач. Выкарыстайце самыя розныя вобразна-выяўленчыя сродкі.

**Заданне 4.** Размяркуйце жанры адпаведна стылю ўжывання.

1. Навуковы. 2. Афіцыйна-справавы. 3. Публіцыстычны. 4. Мастацкі. 5. Размоўны (гутарковы).

Рэфэрат, навуковы артыкул, карэспандэнцыя, нота, балада, sms-паведамленне, санет, рэпартаж, тэзісы даклада, рэзюмэ, аб'ява, запіска сябру, пастанова, даведка, фельетон, манаграфія, дагавор, п'еса, ліст ад знаёмага, інтэрв'ю, раман, лекцыя, камюніке.

**Заданне 5.** Зрабіце пераклад тэксту на беларускую мову. Вызначце яго функцыянальны стыль.

Флотель – плаваючая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. Иногда его называют «курортом на воде». Кроме комфортабельных номеров здесь туристам предоставляется большой набор услуг активного отдыха: бассейны, тренажерные залы, видеотеки, водные лыжи, снасти для рыбной ловли, оснащение для подводного плавания и т. п. Такие гостиницы оборудованы также залами для конгрессов и концертов, библиотеками, помещениями для временных офисов и средствами оперативной связи. Гостиницы на воде – зафрахтованные комфортабельные суда – в последнее время часто используются для организации специализированных путешествий и круизов, таких как бизнес-туры, конгресс-туры и конгресс-круизы, туры с обучением и т. п. («Энциклопедия туризма»)

**Заданне 6.** Прачытайце рэзюмэ і вызначце, да якога тыпу яны адносяцца (храналагічнае, функцыянальнае або камбінаванае). Зрабіце іх структурна-семантычны аналіз.

I.

Барысевіч Алена Сяргееўна



220100, Мінск,  
вул. Кульман, 15–75  
маб. тэл. +375 29 6557585;  
хатні тэл. (17) 2924535  
e-mail: [a\\_barysevich@mail.ru](mailto:a_barysevich@mail.ru)

*Кваліфікацыя*

*Дата і месца  
нараджэння  
Вопыт працы*

Спецыяліст з сямігадовым вопытам продажу і  
прасоўвання турыстычных паслуг  
15 лістапада 1990 г., г. Мінск

май 2016 г. – цяперашні час  
ТАА ”Інфатур” (г. Мінск); старшы менеджер па  
турызме.

Функцыянальныя абавязкі: зносіны з турыстамі,  
складанне дагавораў; запаўненне пуцёвак,  
ваўчараў, страхавых полісаў; напаяўненне сайта  
кампаніі навінамі і новымі прапановамі па  
турах; суправаджэнне турыстаў да месца  
адпачынку.

ліпень 2012 г. – красавік 2016 г.

ТАА “Курортсэрвіс” (г. Мінск); менеджер па  
турызме.

Функцыянальныя абавязкі: прадстаўленне  
кліентам інфармацыі аб курортах; удзел у  
тэматычных выставах, заключэнне дагавораў;  
распрацоўка індывідуальных маршрутаў для  
кліентаў; праца з транспартнымі  
прадпрыемствамі, праца з гасцініцамі і  
турагенцтвамі

*Адукацыя*

2008–2012 гг.

Інстытут турызму УА “Беларускі дзяржаўны  
ўніверсітэт фізічнай культуры”;  
спецыяльнасць – «Турызм і гасціннасць».

*Дадатковыя звесткі*

Свабоднае валоданне англійскай і іспанскай  
мовамі; упэўнены карыстальнік ПК; веданне  
спецыялізаваных праграм; маю вадзіцельскія  
правы катэгорыі “В”; асабістыя якасці:  
пунктуальная, адказная, крэатыўная,  
камунікабельная, цікавы субяседнік, маю  
пачуццё гумару.

II.

Лапкоўскі Вадзім Аляксандравіч  
220040, Мінск, вул. Слабадская, 36–94  
маб. тэл. +375 29 580954; хатні тэл. (17) 2378523  
e-mail: [vlapk\\_trevel@inbox.ru](mailto:vlapk_trevel@inbox.ru)

### Кваліфікацыя

Дыпламаваны спецыяліст у галіне турызму і гасціннасці з пяцігадовым стажам арганізацыі экскурсій

### Вопыт працы

Маю значны вопыт у аказанні і прасоўванні экскурсійных паслуг. Распрацоўваў новыя формы і метады правядзення экскурсій (пешаходных экскурсій у музеі, паркавыя ансамблі і інш., аглядных і тэматычных аўтобусных экскурсій, водных экскурсій па рэках, каналах і інш.). Распрацоўваў праграмы экскурсій, арганізоўваў мерапрыемствы ў пачатку і пры завяршэнні экскурсіі, распрацоўваў метадыкі агляду, паказу і вывучэння аб'ектаў агляднай экскурсіі. Забяспечваў суправаджэнне тургруп пры рэалізацыі экскурсійных праграм. Умею працаваць з бюджэтам. Мая праца ў турыстычных кампаніях дазволіла павялічыць колькасць кліентаў на 10–15 %.

### Адукацыя

Інстытут турызму БДУФК, 2010. Спецыялізацыя – тэхналогіі экскурсійна-суправаджальнага сэрвісу турыстаў.

### III.

Лапкоўскі Вадзім Аляксандравіч  
220040, Мінск, вул. Слабадская, 36–94  
маб. тэл. +375 29 580954; хатні тэл. (17) 2378523  
e-mail: vlapk\_trevel@inbox.ru

### Кваліфікацыя

Дыпламаваны спецыяліст у галіне турызму і гасціннасці з дзевяцігадовым стажам арганізацыі экскурсій

### Вопыт працы

Маю значны вопыт у правядзенні і прасоўванні экскурсійных паслуг. Распрацоўваў новыя формы і метады правядзення экскурсій (пешаходных экскурсій у музеі, паркавыя ансамблі і інш., аглядных і тэматычных аўтобусных экскурсій, водных экскурсій па рэках, каналах і інш.). Распрацоўваў праграмы экскурсій, арганізоўваў мерапрыемствы ў пачатку і пры завяршэнні экскурсіі, распрацоўваў метадыкі агляду, паказу і вывучэння аб'ектаў агляднай экскурсіі. Забяспечваў суправаджэнне тургруп пры рэалізацыі экскурсійных праграм. Умею працаваць з бюджэтам. Мая праца ў турыстычных кампаніях дазволіла павялічыць колькасць кліентаў на 10–15 %.

### Працоўная біяграфія

лістапад 2012 – цяперашні час

май 2010 – кастрычнік 2012

ТАА “Экатур”; арганізатар экалагічных экскурсій

ПУП “Трэвэл Бай”; арганізатар экскурсій

### Адукацыя

Інстытут турызму БДУФК, 2010. Спецыялізацыя – тэхналогіі экскурсійна-суправаджальнага сэрвісу турыстаў.

**Заданне 7.** Складзіце храналагічнае рэзюмэ.

**Заданне 8.** Складзіце аўтабіяграфію / біяграфію блізкага вам чалавека (маці, бацькі, брата, сястры, бабулі, дзядулі) па наступнай схеме:

- 1) прозвішча, імя, імя па бацьку;
- 2) дата (чысло, месяц і год) нараджэння;
- 3) месца нараджэння;
- 4) адукацыя;
- 5) працоўная дзейнасць;
- 5) сямейнае становішча і кароткая інфармацыя аб членах сям'і;
- 6) дата і подпіс.

**Заданне 9.** Выпраўце памылкі і адрэдагуйце тэкст.

Раўнінны рэльеф Беларусі ніколі не спрыяў развіццю гарналыжнага спорту. Аднак час дыктуе свае ўмовы, і з павышэннем ўзроўню дабрабыту ў краіне гэты від спорту стаў актыўна развівацца. Гэтаму ў значнай меры спрыяла будаўніцтва гарналыжных курортаў Лагойск і Сілічы. Таксама беларусы і іх госці з задавальненнем адпачываюць у такіх цэнтрах зімовага адпачынку, як Раўбічы, Сонечная даліна, Якуцкія горы, Баяры. А непасрэдна ў цэнтры горада Мінска не так даўно абсталяваны штучны гарналыжны схіл, вядомы пад назвай Альпійскі снег.

Пакатацца на горных лыжах у Беларусі можна на базе Сілічы. Яна знаходзіцца непадалёк ад Мінска (у 32 км), побач з вёскай Сілічы. Сілічы – выдатны курорт для аматараў зімовых відаў спорту! Тут актуальныя горныя лыжы, сноўборд, катанне на санках і каньках. Гэтая база па праву лічыцца адной з самых папулярных. База абсталявана чатырма сучаснымі гарналыжнымі трасамі працягласцю да 1 км, некалькімі дзіцячымі і вучэбна-трэніровальнымі схіламі. Гара тут не высокая (перапады вышыні складаюць 100 м) аднак трасы падыдуць як для аматараў, так і для прафесіяналаў. Апошнім ўсмакуюцца заняткі ў экстрым-парку і катанне на бегавых лыжах, санках ці снегоходе. Для пачаткоўцаў у Сілічах абсталяваны цэлы вучэбна-трэніровачны комплекс. Прафесійныя інструктара з задавальненнем навучаць вас асновам катання.

Развітая інфраструктура – адна з адметных рысаў гарналыжнага комплексу Сілічы. Тут маюцца гасцінічны комплекс, разлічаны на 100 чалавек, два рэстарана з еўрапейскай кухняй, крамы, кафэ і аўтастаянкі. Ёсць магчымасць ўзяць напрат любы гарналыжны абсталяванне. А не так даўно ля падножжа гары быў пабудаваны крыты каток. Варта адзначыць наяўнасць тут гасцявых катэджаў, саунаў і лазняў, дзіцячага гарадка і добрага медыцынскага абслугоўвання.

Зімой у Сілічы прыязджаюць госці з усяго СНД, але і ў цёплы час года гэты курорт таксама чакае турыстаў. У якасці летніх відаў спорту тут прапануюцца вялікі тэніс, футбол, баскетбол, валејбол, стрытбол і пейнтбол. Таксама вы зможаце наведаць картынг-цэнтр, узяць напратат ролікавыя канькі, спартыўны ровар і т. п.

У 2004 годзе ў Беларусі была адкрыта першая буйная гарналыжная база – Лагойск. Ён таксама знаходзіцца непадалёк ад Мінска і працуе круглы год. Гэты спартыўна-аздараўленчы комплекс папулярны нават за мяжой. Ён абсталяваны пяццю гарналыжнымі трасамі з перападам вышыні 82 м: гэта чатыры схілу рознай ступені складанасці, што абслугоўваюцца кресельным пад’ёмнікам, і адна вучэбная траса з бугельным пад’ёмнікам. Створаны ўмовы для заняткі біятлонам і бегавымі лыжамі. Для адпачынку з дзецьмі выдатна падыдзесноутыбінг – катанне на так званых ватрушках (надзіманых гумовых колах), наведванне вераўчана гарадка. Летам вы, акрамя ўсяго іншага, зможаце пазаймацца тут верхавой яздой, тэнісам, міні-футболам. У Лагойску даступныя більярд і трэнажорная зала, рэстаран і бар, лазні, сауны і ўтульныя альтанкі.

Выбіраючы паміж Лагойскім і Сілічамі, то майце на ўвазе, што прынцыповай розніцы паміж імі няма. Гэта гарналыжныя курорты прыкладна аднаго ўзроўню. І калі вы шукаеце якасны адпачынак у Беларусі зімой, хочаце пакатацца на лыжах або проста добра правесці час – прыязджайце на любы з гэтых двух гарналыжных курортаў, і вы не пашкадуеце аб сваім рашэнні!

## СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТЕКСТЫ ДЛЯ ПЕРЕКЛАДА

*Текст 1.* Туризм, в зависимости от составляющих услуг и обслуживаемых категорий населения, разделяется на внутренний и международный.

Внутренний туризм – временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристических целях. Внутренний туризм не представляет собой отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.

Международный туризм – систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристических услуг и туристического продукта иностранным туристам на территории своего государства (въездной туризм) и предоставлением туристических услуг и туристического продукта за рубежом (выездной туризм). Туризм во многих странах – деятельность, находящаяся под пристальным вниманием государства как экономически выгодная и прибыльная отрасль.

Имеет также место понятие национальный туризм – совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т. е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства. («Энциклопедия туризма»)

*Текст 2.* При определении места путешествия выделяют два направления туризма: специализированный и альтернативный.

Термин «специализированный туризм» используется для обозначения туристов, покупающих специализированный тур и выезжающих с целью изучения специфических особенностей того или иного места, для приобретения личного опыта, сдачи спортивных нормативов, активного отдыха и т. п. В этом виде туризма особое внимание уделяется широкому диапазону вопросов, связанных с изучением культуры, природы места посещения, а также с профессиональными и спортивно-туристическими интересами путешественников, с обязательным соблюдением правил безопасности. Это самодеятельный и спортивный туризм. В международной практике различают следующие виды специализированного туризма: приключенческий, экологический, этнический (ностальгический), деревенский, фермерский, спортивный, детско-юношеский и др.

В последнее время в связи с развитием информационных сетей получает распространение альтернативный туризм, где в качестве организатора путешествий выступает не туроператор, а сам турист, путешественник, использующий рекламные материалы исполнителей отдельных туристических услуг и заказывающий эти услуги самостоятельно с помощью информационных сетей. («Организация деятельности туристических предприятий»)

*Текст 3.* В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм. Ряд специалистов добавляют еще и третий вид туризма – самодеятельный. Но провести грань между самодеятельным и неорганизованным туризмом на первый взгляд достаточно сложно.

Организованный туризм подразумевает организуемые туристическими предприятиями групповые или индивидуальные путешествия по предварительно разработанным туристическим программам и маршрутам. Туристы приобретают туры по заранее согласованным условиям и предварительной оплате.

Неорганизованный туризм – путешествия отдельных туристов или их групп без участия организации-посредника, туристического клуба или секции. Туристы организуют свое путешествие сами и на месте оплачивают все необходимые туристические услуги. Этот вид туризма крайне популярен. В Европе на его долю приходится до 75 % всех туристических путешествий.

Особое направление – самодеятельный туризм. Это путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, но под руководством опытного инструктора. Именно инструктор и активный характер перемещения позволяют разграничить неорганизованный и самодеятельный туризм. К самодеятельному туризму относятся более частные его направления: пешеходный, водный, горный, лыжный, спелеотуризм, автотуризм, велотуризм, конный, мототуризм. Самодеятельный туризм реализуется в нескольких формах. Наиболее популярные – туристические походы, экспедиции в малоизученные и притягательные районы, туристические слеты и туристско-спортивные соревнования. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 4.* Важно классифицировать туризм по основным источникам его финансирования. Исходя из этого критерия выделяют туризм коммерческий и социальный.

Коммерческий туризм во главу угла ставит получение туристическими предприятиями прибыли – основного источника для расширения и развития бизнеса. Этот вид туризма изначально ориентирован на потребителей с высоким и средним уровнем доходов, способных полностью оплачивать туристические расходы.

Социальный туризм можно определить как социальный туристический продукт, удовлетворяющий познавательные интересы, духовные или иные потребности людей, включая оздоровление, восстановление сил за счет разных источников финансирования, в том числе из средств, выделяемых государством на социальные нужды. В нашей стране развитие социального туризма призвано сделать более доступным отдых для наименее обеспеченных слоев населения: молодежи, пенсионеров, школьников, ветеранов войны и труда, инвалидов. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 5.* Автомобильный туризм (автотуризм) – это: 1) особый вид путешествия с использованием личного или арендуемого автомобиля в качестве транспортного средства; 2) специально организованное категорийное путешествие на автомобилях и мотоциклах.

Маршруты для автомобильного туризма прокладываются по шоссейным и проселочным дорогам, иногда – по бездорожью. Типичные препятствия и трудности: плохие дороги, участки бездорожья, крутые подъемы и спуски,

переправы через реки, болота и т. п. Походы могут проводиться в любое время, но оптимальные сроки – конец весны, лето, начало осени. Для похода транспортное средство оборудуется дополнительными устройствами и приспособлениями, позволяющими преодолевать сложные участки маршрута, обеспечивающими безопасность и комфорт при движении и на биваках. Категории сложности походов – от I до V.

В составе автомобильного туризма выделяют караванинг, при котором в качестве средства размещения используется караван – автомобиль-фургон со спальными местами. («Энциклопедия туризма»)

*Текст 6.* Спортивный туризм – поездки туристов-индивидуалов или организованных групп туристов с целью занятий спортом или посещения крупных спортивных мероприятий: соревнований, чемпионатов, олимпиад. Как правило, спортивный туризм предполагает, что потенциальными потребителями подобного рода услуг будут непрофессиональные спортсмены, поручающие организацию таких путешествий специализированным туристическим предприятиям, клубам или организациям. Путешествия профессиональных спортсменов следует относить к самодеятельному туризму.

Следовательно, спортивный туризм может реализовываться в двух основных формах.

Активная форма спортивного туризма предполагает непосредственное участие туриста в спортивных мероприятиях, походах, соревнованиях.

Пассивная форма, выделение и отнесение которой к спортивному туризму поддерживают не все специалисты, предполагает участие туристов в спортивных мероприятиях в качестве зрителей и болельщиков. («Организация деятельности туристических предприятий»)

*Текст 7.* Конгрессно-выставочный туризм является наиболее динамичным сегментом рынка деловых путешествий. Под конгрессно-выставочным туризмом понимают деятельность, связанную с организацией конгрессов, выставок, ярмарок, конференций и прочих мероприятий. По статистике ВТО доля конгрессно-выставочного туризма в общем объеме деловых поездок составляет 10–12 %. В мире растет интерес к форумам, конференциям, симпозиумам, совещаниям, семинарам, а также выставкам и ярмаркам. Цели участия в подобных мероприятиях различны.

Время активизации конгресс-туризма приходится на осень. Страны, ориентирующиеся на рекреационный туризм, такие как Турция, Греция, Испания, Италия, имеют развитую гостиничную сеть, рассчитанную на многомиллионные потоки туристов. В период спада активности рекреационного туризма возникают большие проблемы с загрузкой гостиничной базы. Поэтому данные страны ориентируются на организацию крупномасштабных конгрессов и конференций в осенний период.

Несмотря на продолжающийся рост популярности азиатско-тихоокеанского направления, основной объем рынка конгрессного туризма приходится на Европу (80 %), где сосредоточены лучшие профессиональные

кадры, имеется богатая традиция проведения этих мероприятий.

Конгрессы и конференции проходят в конгресс-центрах, отелях, театрах и концертных залах, университетах и других учебных заведениях. В 1980-е гг., когда наметилась тенденция сближения конгрессной и выставочной деятельности, возникла и получила распространение американская модель центра съездов. Она представляет собой специально возводимые здания, состоящие из больших залов, которые могут быть использованы под выставки и одновременно для приема участников конференций. («*Специальные виды туризма*»)

*Текст 8.* Наряду с поездками на конгрессы и выставки, деловой туризм включает инсентив-туры. Понятие «incentive» трактуется как побудительный, поощряющий. Под данным видом туризма подразумевают поездки, которыми коммерческие фирмы награждают своих сотрудников за высокие показатели в работе или мотивируют их к более производительному труду в будущем, а также проведение выездных семинаров, совещаний, конференций. Выделяют два вида инсентив-туров: индивидуальные туры; выездные семинары, конференции, дилерские школы.

Инсентив-туризм преследует несколько целей:

- презентация и продвижение нового продукта или услуги;
- повышение производительности и качества;
- создание дилерской и агентской сети;
- формирование лояльной и сплоченной команды.

В зависимости от целей выделяют три вида инсентив-программ: 1) поощрительные программы; 2) мотивационные программы; 3) построение команды. Инсентив-программа – лучшее средство для поощрения сотрудников, служащих, руководителей высшего звена, клиентов или дилеров, эффект от которого будет длиться долгое время.

Отличительной особенностью инсентив-программ является то, что они разрабатываются исключительно индивидуально под конкретного заказчика. Эти туры предполагают высококлассное размещение и обслуживание на маршруте.

Доля инсентива в секторе делового туризма составляет только 8 %, а в общем потоке посещающих, например, Испанию и Францию, «премированные» туристы занимают не более 5–7 %. Объем инсентива в доходе этих стран существенно выше. Это объясняется более высокой ценой поощрительных программ по сравнению с ценой обычных туров. («*Специальные виды туризма*»)

*Текст 9.* В настоящее время гастрономический туризм приобрел большую популярность у туристов. Посещение других стран с целью ознакомления с кухней или кулинарной культурой является прекрасной идеей для тех, кто хочет получить новые впечатления от отдыха.

Термин «кулинарный туризм» был введен в 1998 году доцентом кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (США) Люси Лонгом. В 2003 году Эриком Вульфом была основана Международная



ассоциация гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), президентом которой он является на данный момент. В 2012 году термин «кулинарный туризм» был заменен на «гастрономический туризм». Проведенное Международной ассоциацией гастрономического туризма исследование, показало, что большинство американцев считали, что кулинарный туризм исключительно для элиты.

Винные туры, или энотуры, появились впервые во Франции – в ведущей винодельческой стране. Энотуризм – это вид туризма, в процессе которого путешественников знакомят с национальными традициями потребления и производства вина. Название энотуры получили от понятия «энология» – наука о вине.

Термин «эногастрономический (винно-гастрономический) туризм» появился недавно и используется не так широко, как его термины «гастрономический туризм» и «винный туризм». Все перечисленные термины имеют право на существование, однако применение более широкого термина «эногастрономический туризм» несколько логичней, так как любое кулинарное путешествие предполагает сопровождение еды соответствующими напитками и наоборот. (*«Специальные виды туризма»*)

*Текст 10.* Познавательный туризм – путешествие в целях ознакомления с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами по определенной программе. Основной целью познавательного туризма является удовлетворение любознательности, познавательных интересов человека.

Существуют две разновидности познавательного туризма:

- 1) стационарные туры – пребыванием туристов в одном городе, туристическом центре;
- 2) маршрутные туры – посещение нескольких центров и городов по определенному маршруту.

Программа познавательного туризма, в отличие от других видов туризма, насыщена экскурсионно-познавательными и культурными мероприятиями. Познавательный туризм чаще всего проводится при посещении богатых в культурно-познавательном отношении туристических центров. Размещение туристов осуществляется в гостиницах, расположенных, как правило, ближе к историческому центру города, требования к гостиницам могут колебаться от 1 до 5 звезд. (*«Рекреационный туризм»*)

*Текст 11.* Религиозный туризм основан на религиозных потребностях людей различных конфессий. Путешествия с религиозными целями (паломничество) – древнейший вид туризма, имеющий глубокие исторические корни. Одними из первых туристов были, несомненно, средневековые паломники. В силу религиозных убеждений или ради любопытства люди во всем мире путешествуют к святым местам с целью посещения культовых сооружений. По религиозным канонам паломническая поездка должна продолжаться не менее 10 дней.

Воздействие религиозного туризма на экономику отдельных стран и районов мира, в первую очередь на сами религиозные центры, весьма существенно. Это связано с тем, что паломники оставляют там значительную часть взятых в дорогу денег и тем самым дают возможность получить доход тысячам местных жителей.

Основными центрами религиозного туризма являются Иерусалим, Мекка, Медина, Рим.

Близкие паломничеству потоки формируются познавательным туризмом религиозной тематики. Такие путешествия обычно не столь продолжительны, как странствия верующих, организуются в любое время года и не привязаны к культовым праздникам. Получили развитие также научные поездки с религиозоведческими целями. («Основы туризма»)

*Текст 12.* Лыжный курорт на южных склонах Главного Кавказского хребта был спроектирован и построен австрийцами еще в 1980-х годах, когда Гудаури был крошечной горной деревушкой. Теперь здесь крупнейший центр зимнего спорта в Грузии, который каждый год прирастает новыми трассами, подъемниками, отелями и прочей инфраструктурой. Сегодня в Гудаури уже более 20 маркированных спусков, среди которых есть и простые синие-зеленые, и сложные черные, а многие сертифицированы FIS для соревнований международного уровня. Курорт славится своими возможностями для катания вне трасс: здесь отличные целинные поля со спокойным рельефом без камней и подлеска, а снега в хорошие годы наметает более полутора метров. Количество маршрутов для фрирайда, ски-тура и бэккантри стремится к бесконечности, а программы хели-ски отличаются демократичными расценками. Да и проблем с тем, чтобы найти говорящего по-русски опытного гида или инструктора, не возникает. Единственное, что может помешать настроенному на подвиги райдеру, – это грузинская кухня, благословение и проклятие Кавказа. В Гудаури и его окрестностях столько ресторанов, закусочных, хинкальных, шашлычных и прочих заведений общественного питания, что дух авантюризма то и дело проигрывает сражение духу чревоугодничества. (*National Geographic Traveler*)

*Текст 13.* Дестинацией называется территория, предлагающая определенный набор услуг, отвечающих потребностям туриста, удовлетворяющих его спрос на перевозку, ночлег, питание, развлечения и т. д., и являющаяся целью его путешествия.

Дестинация может быть первичной или вторичной. Первичная дестинация своей привлекательностью вызывает у клиентов интерес посетить ее, и главная цель при этом – удовлетворение интереса за определенный, достаточно длительный промежуток времени (например, за неделю). Вторичная дестинация (остановка в пути) представляет собой место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации. Основная задача вторичной дестинации – удовлетворение желаний туристов в течение 1–2 дней.

Дестинация имеет определенный цикл развития:

– активное развитие – увеличение количества туристов, рост инвестиций и доходов от туризма;

– насыщение и стабилизация – увеличение количества рабочих мест, изменение в архитектурном облике, экологической ситуации, социокультурной среде, появление новых жителей;

– упадок – сокращение количества туристов, рост безработицы, перепрофилирование основных турцентров, снижение доходности туризма.

Выделяют несколько типов туристических дестинаций. К первому типу относятся города-столицы, которые чаще всего обладают значительным туристическим потенциалом, т. е. располагают богатыми культурно-историческими ресурсами и развитой туристической инфраструктурой. Второй тип образуют два подтипа: центры целенаправленного развития местных обычаев и культуры и центры для организации туров, обладающие развитой сетью туристических предприятий и разнообразным историко-культурным потенциалом. Третий тип образуют специально построенные для целей туризма центры (тематические парки, туристические города, курорты и т. д. («*Организация деятельности туристических предприятий*»))

*Текст 14.* Тур – первичная единица турпродукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки.

Дополнительные туристско-экскурсионные услуги – это услуги, не предусмотренные ваучером или путевкой, доводимые до потребителя в режиме его свободного выбора. Дополнительные услуги не входят в основную стоимость путевки. К ним относятся: телефон, прокат, бытовое обслуживание, почта, обмен валюты, дополнительное питание, общественный транспорт, хранение вещей, развлечение, резервирование мест, страхование, фотоуслуги, финансовые, банковские и др. Эти услуги турист приобретает за дополнительную плату.

Туристические товары – это товары, включающие в себя специфическую материальную часть туристического продукта, куда входят туристические карты и планы городов, открытки, буклеты, сувениры, туристическое снаряжение и др., и неспецифическую часть туристического продукта, куда входит большое число товаров, являющихся дефицитными или более дорогими в месте постоянного проживания туристов. («*Организация деятельности туристических предприятий*»))

*Текст 15.* Туристический пакет – комплекс туристических услуг, работ и товаров, взаимоувязанных между собой и направленных на достижение главной цели, определенных программой, временем, ценой, туристическим маршрутом.

Туристический пакет включает основной комплекс услуг, представляемый в путешествии по индивидуальному или групповому плану, имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу, включает обязательные элементы: транспорт, размещение и трансфер.

Транспорт – средство передвижения по основной доставке туриста туда и обратно по маршруту. Наиболее широко используется самолет, на короткие расстояния – поезд, автобус и др.

Размещение – конкретный отель с питанием: НВ – полупансион, ВВ – размещение плюс завтрак, FB – полный пансион, AI – все включено.

Трансфер – доставка туриста от места прибытия к месту размещения и наоборот; обслуживание экскурсий, анимационных развлечений и других мероприятий внутри путешествия. («*Организация деятельности туристических предприятий*»)

*Текст 16.* Разработкой и реализацией туристических продуктов занимаются два вида туристических организаций, являющихся частью туристической индустрии: туроператоры и турагенты. Туроператор (в международной практике иногда употребляется термин «турорганизатор») – это организация, занимающаяся комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и в соответствии с потребностями туристов. Туроператор разрабатывает туристические маршруты, обеспечивает их услугами, организует рекламу, рассчитывает и устанавливает цены на туры по этим маршрутам, продает туры турагенту для выпуска и реализации путевок. Туроператор отвечает за предоставление услуг, включенных в турпакет. Иногда он предоставляет эти услуги сам, получая их от контрагента или будучи владельцем гостиниц, ресторанов и т. д.

Чаще всего туры составляются туроператором для оптового агентства, которое предлагает эти пакеты под своим именем через своих розничных агентов или через авиакомпании.

Турагент – организация, приобретающая туры, разработанные туроператором, выпускающая на эти туры путевки и реализующая их потребителю.

Турагенты выполняют две главные функции: 1) предоставление информационных услуг (сообщают о туристических районах, вариантах размещения, помогают составить примерную смету расходов на путешествие); 2) сбыт туристических услуг. («*Энциклопедия туризма*»)

*Текст 17.* В широком плане туристический рынок означает место, где происходит купля-продажа туристического продукта (туров, отдельных услуг туризма или товаров для туристов). При этом следует иметь в виду, что такие сделки не всегда проводятся в одном и том же месте. Они могут состояться и без прямого привлечения продавца и покупателя туристического продукта, например, посредством интернет-технологий, телекса, телеграммы, факса, телефонного звонка или по чеку. Это вызвано тем, что туристический рынок не ограничен определенным местом или географической зоной.

Туристический рынок есть область проявления общественно-экономических отношений между производителями и потребителями туристического продукта, объединяющая спрос и предложение для обеспечения процесса его купли-продажи.

Более полно туристический рынок можно определить как сферу реализации туристического продукта и экономических отношений, возникающих между его покупателями и продавцами, т. е. между туристом, турагентством, туроператором. Следовательно, субъектами туристического рынка являются: потребители туристического продукта (туристы); производители туристического продукта (туристические предприятия, туристическая индустрия); правительство (внешне регулирующее туристический рынок в соответствии с политикой государства). («*Организация деятельности туристических предприятий*»)

*Текст 18.* Особо следует отметить, что для нормального функционирования туристического рынка и эффективного взаимодействия его субъектов требуется соответствующая инфраструктура. Под инфраструктурой рынка понимают совокупность предприятий, организаций и служб, способствующих реализации экономических, хозяйственных и других отношений между основными субъектами. Инфраструктуру туристического рынка образуют пять важнейших составляющих:

- 1) средства размещения туристов – гостиницы и прочие коллективные средства размещения;
- 2) предприятия индустрии общественного питания – рестораны, кафе, бары, столовые, бистро и т. д.;
- 3) транспортные предприятия, занимающиеся обслуживанием туристов;
- 4) объекты познавательного, оздоровительного, религиозного, спортивного, культурно-исторического, развлекательного характера, а также объекты иного назначения, используемые при предоставлении туристических услуг или специально созданные для этих целей;
- 5) организации, предоставляющие услуги гидов-переводчиков, экскурсионные услуги и осуществляющие формальности при пересечении границ между государствами. («*Организация деятельности туристических предприятий*»)

*Текст 19.* Гостеприимство – важнейшее потребительское свойство туристического продукта: умение дать почувствовать клиенту, что ему рады, с достоинством продемонстрировать ему уважение, оказать любезность. Формула гостеприимства: «Достоинство + Уважение + Любезность».

Гостеприимство обеспечивается: более качественным информированием как местных, так и региональных рынков; созданием положительного образа туристической местности и предприятий у потенциальных потребителей туристического продукта (реклама, телепередачи типа «туристический журнал», специальные журналы, газеты); стремлением обслуживающего персонала оказывать туристам знаки внимания (политика обслуживания по принципу «все для клиента», «клиент всегда прав» и «все его желания должны быть по возможности удовлетворены»); внимательным отношением сотрудников к просьбам клиента (исполнение пожеланий личного характера по принципу «что еще мы можем для Вас сделать?»); облегчением ориентации туристов в

получении услуг, информации об объектах путем установки в местах наибольшей посещаемости туристами информационных и рекламных стендов; обеспечением наличия спортивных сооружений и площадок, разнообразного досуга, ясности информации на дорогах с помощью знаков; благожелательным отношением к туристу.

Основные направления гостеприимства: питание, размещение, перевозка, рекреация. (*«Энциклопедия туризма»*)

*Текст 20.* Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, и характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

Индустрия гостеприимства – собирательное понятие для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. Можно выделить основные направления индустрии гостеприимства: общественное питание, размещение, перевозка и отдых (рекреация). Но главной составляющей индустрии являются не перечисленные выше виды деятельности, а основной принцип гостеприимства: «Потребитель всегда прав!». Это ведущий критерий эффективной деятельности в бизнесе гостеприимства.

Туризм тесно связан с индустрией гостеприимства, но еще включает турагентские и туроператорские предприятия. Поэтому индустрия гостеприимства и туризм взаимодействуют друг с другом, неотделимы друг от друга. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 21.* В обслуживании туристов во время путешествий участвует множество разнообразных предприятий и организаций, являющихся составными частями индустрии туризма. К ним относятся: предприятия, предоставляющие услуги размещения (гостиницы, турбазы, пансионаты и др.); предприятия питания (рестораны, кафе и пр.); экскурсионные фирмы; транспортные компании; шоу-, кино-, видеоорганизации; спортивные предприятия; торговые организации и многие другие. Эти организации в туристической практике принято называть поставщиками услуг.

Один из важнейших блоков в туристической индустрии – средства размещения туристов. К ним относятся: гостиницы, мотели, кемпинги, туристические базы, пансионаты, туристические общежития, ротели, ботели, флотели и др.

Согласно стандартной международной классификации все средства размещения подразделяются на две категории – коллективные (гостиницы, отели, турбазы) и индивидуальные (квартиры, виллы, комнаты, арендуемые у частных лиц).

Гостиницы – главный, классический тип предприятий размещения туристов. В настоящее время в мире насчитывается 26 млн гостиничных мест, более 350 тыс. комфортабельных гостиниц. При этом последние 20 лет

количество номеров в гостиничном хозяйстве мира ежегодно увеличивается в среднем на 3–4 %. («Энциклопедия туризма»)

*Текст 22.* Усадьба «Домашний очаг» находится в 8 км от города Гродно, в деревне Жукевичи. В двух километрах от усадьбы – река Неман и Адамово озеро.

Усадьба разделена на 2 зоны, первая из которых включает коттедж, парковку, беседку, рассчитанную на 30 человек, водоем, газон и огород. На второй половине гостевой домик с верандой и баней, открытый бассейн с родниковой водой, а также специально оборудованное место с мангалом для приготовления пищи, площадка для подвижных игр.

В коттедже есть все необходимые удобства для Вашего комфортного отдыха. На первом этаже каминный зал, рассчитанный на 3–40 посадочных мест, 3 комнаты на одиннадцать спальных мест. Коттедж полностью меблирован, оснащен спутниковым телевидением, DVD с караоке. Имеется теплый санузел.

Проводить время с домашними животными, рыбачить на Адамовом озере или же гулять по лесу, собирая грибы и ягоды, – все это могут делать гости усадьбы «Домашний очаг».

Мы предлагаем Вам следующие экскурсии: посещение агротуристического комплекса в деревне Коробчицы, посещение Жировичского Свято-Успенского монастыря в городе Слониме. Также мы организовываем экскурсии по Гродно и Гродненской области: музеи Гродно, Борисоглебская церковь XI в., Фарный костел. Вы сможете посетить Гродненский областной драматический театр, побывать в аквапарке санатория «Озерный», а также прокатиться на теплоходе по Августовскому каналу. Любители активного отдыха смогут совершить велопрогулку или сплав на байдарках по Августовскому каналу, а от рыбалки и сбора ягод и грибов, где рядом с Вами будут профессиональный рыбак и знаток грибных мест, останутся только самые положительные эмоции. (*Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта <http://snimi.by>*)

*Текст 23.* В связи с большой продолжительностью проживания на курортах туристы часто отказываются от стандартного меню, характерного для гостиничных ресторанов с короткими сроками проживания. Здесь необходимы более длинные циклы в меню и большее разнообразие блюд при сниженной калорийности. Для повышения разнообразия пищи там, где работает один ресторан, проводятся специальные мероприятия: тематические вечера; встречи с поварами.

Наиболее популярные кухни мира среди туристов: европейская, мексиканская, латиноамериканская, японская, китайская, арабская. Факторами, оказывающими влияние на индивидуальный выбор потребителем блюд той или иной кухни являются: традиции; культурный уровень; место проживания; влияние родителей и родственников; религиозные воззрения и запреты; вкусы и пищевые фантазии; реклама; сезон; состояние здоровья; склонности; экономическое положение; образ жизни; физические нагрузки; уровень информированности в вопросах питания.

Система безопасности на предприятиях общественного питания – система, решающая задачи по поддержанию безопасности на предприятиях общественного питания: хранение и движение продуктов; хранение и расходование напитков; расчеты с клиентами; документооборот. («Энциклопедия туризма»)

*Текст 24.* Согласно ВТО транспорт, применяемый в туризме, подразделяется на сухопутный (автомобильный и железнодорожный), водный (подводный и надводный) и воздушный.

Автомобильный транспорт используется в туризме наиболее широко, поскольку обеспечивает доставку туристов «от дверей до дверей». В этих целях применяются как регулярные пассажирские перевозки (рейсовые автобусы), так и нерегулярные (собственный транспорт туристического предприятия, арендованные транспортные средства и личный транспорт туриста).

Железнодорожный транспорт обеспечивает достаточно высокую скорость перевозки туристов на средние расстояния в комфортных условиях при умеренных ценах. В отдельных случаях железнодорожный транспорт может быть целью туристического путешествия (например, Восточноевропейский экспресс или популярные ранее туристические поезда).

Среди водных транспортных средств различают подводные средства (экскурсионные подводные лодки) и надводные (теплоходы, круизные суда, морские паромы, прогулочные суда, яхты, катера).

В воздушные транспортные средства включаются самые разнообразные транспортные средства – от самолетов гражданской авиации до таких экзотических, как воздушные шары, дельтапланы, парашюты. («Введение в туризм»)

*Текст 25.* В системе транспортного обеспечения в туризме различают следующие направления:

туристические перевозки – входят в основной комплекс туристических услуг, включаемых в тур. Это доставка туристов от места их постоянного проживания к месту назначения (или месту начала маршрута) и обратно;

трансфер – предоставление транспортных средств для обеспечения встречи, проводов и обслуживания туристов;

транспортное обслуживание программных мероприятий по туру – экскурсионное обслуживание, выезд на программные мероприятия, посещение окрестностей, перемещения по маршруту.

Выбор предприятием транспортных средств для обеспечения туристического путешествия зависит от целого ряда факторов: целевой направленности тура, длительности транспортировки, количества путешествующих, вместимости транспортного средства, программы тура, безопасности передвижения, мобильности транспортного средства и уровня комфорта. («Введение в туризм»)



*Текст 26.* Морские и речные перевозки туристов осуществляются в виде пассажирских перевозок, экскурсионных путешествий, путешествий на паромов и круизов. Обеспечение морских и речных перевозок проводится специальными компаниями (пароходствами, круизными компаниями), которые в большинстве случаев выступают в роли туроператоров.

Основным видом морских и речных перевозок в туризме являются круизы.

Круиз – уникальный туристический продукт, который сочетает транспортировку, проживание и развлекательную программу. Круизное судно называют плавающим отелем. Круиз обеспечивает туристу сервис курортного отеля и удовольствие от отдыха.

Речные путешествия широко используются для организации экскурсий, совершаемых на речных судах с целью ознакомления с памятными, историческими и другими достопримечательностями продолжительностью не более 24 часов. Такие рейсы совершаются, как правило, судами портового флота и проводятся в пригородных и внутригородских зонах. (*«Введение в туризм»*)

*Текст 27.* Анимация – разновидность туристической деятельности, выполняемой на туристическом предприятии (туркомплекс, отель, круизный теплоход, поезд и т. д.), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

Анимация имеет характерные черты: осуществляется в свободное время; отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп; обусловлена национальными, религиозными, региональными особенностями и традициями; характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей.

Конечная цель туристической анимации – удовлетворенность туриста отдыхом, его хорошее настроение, положительные эмоции, приятные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристической анимации. Значение туристической анимации – повышение качества, разнообразия и привлекательности туристического продукта, увеличение количества постоянных клиентов, спроса на туристический продукт, повышение доходности и рентабельности туристической деятельности. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 28.* Рекреационная анимация – вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристическими и курортными предприятиями с туристами, отдыхающими и гостями, так и досуговыми предприятиями с местными жителями. Понятие «рекреационная анимация» шире, чем понятия «туристическая анимация» и «гостиничная анимация».

Туристическая анимация – разновидность туристической деятельности, осуществляемой на туристическом предприятии (в туркомплексе, отеле), или

транспортном средстве (на круизном теплоходе, в поезд или автобусе), или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия по специально разработанным программам досуга. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 29.* Туристическая анимация глобально подразделяется на три основных типа:

1. Анимационные туристические маршруты – целевые туристические поездки ради одной анимационной программы либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, осуществляемые в разных географических точках.

2. Дополнительные анимационные услуги – анимационные программы, предназначенные для «поддержки» основных туристических услуг, оговоренных в турпакете, в технологических перерывах, обусловленных переездами, задержками в пути (судно, поезд, автобус, гостиница, вокзал, аэропорт), в случае непогоды (при организации спортивных и самодельных туров, на пляжных курортах), отсутствии снега в горнолыжных курортах и др.

3. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная гостиничная услуга. Основана на личных человеческих контактах тураниматора с туристом, на человеческой близости, совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 30.* Визовые формальности – это процедуры, связанные с соблюдением установленного паспортно-визового режима лицами, которые пересекают государственную границу. Установление определенного паспортного или визового режима для иностранных граждан – прерогатива национального законодательства страны пребывания. Во многих странах при прохождении паспортного контроля требуется заполнение миграционной карточки. Эта мера предпринята государствами в целях контроля над въездом-выездом граждан, а также сбора статистических данных. Другим условием посещения страны временного пребывания является виза.

Виза – специальное разрешение иностранного государства на въезд-выезд, проживание, транзитный проезд через его территорию.

В настоящее время можно выделить два типа виз: шенгенская виза и национальная виза. Все остальные виды виз будут относиться к одному или другому типу. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

*Текст 31.* Шенгенская виза выдается консульством учреждения страны, представляющей основную цель поездки. Если основная цель поездки не определена, то виза выдается консульским учреждением страны первого посещения.

В зависимости от цели посещения иностранного государства визы как стран-участниц Шенгенской конвенции, так и других иностранных государств классифицируются, как правило, на следующие типы:

деловая виза (бизнес-виза) – выдается при наличии приглашения от иностранной организации (иностранного юридического лица) организации другого государства, оформленного на ее конкретного работника с указанием цели и сроков пребывания;

частная виза – выдается при оформлении частным лицом (гражданином иностранного государства) приглашения частному лицу (другого государства). Приглашение оформляется в местном органе власти (например, полицейском управлении по месту жительства приглашающей стороны);

транзитная виза – предоставляет право проезда через третью страну в страну основного пребывания. Выдается посольством третьей страны после получения основной визы на определенное количество дней;

рабочая виза является основанием для работы за рубежом по найму;

туристическая виза – основанием является согласие принимающей туристической фирмы предоставить туристу обслуживание по согласованному маршруту и в установленные сроки. («Организация деятельности туристических предприятий»)

*Текст 32.* Очевидно, что телефонный имидж не определяет успеха дела, но он ему содействует или мешает.

Правила общения с потенциальными клиентами туристического предприятия просты и эффективны:

1. Снять трубку не позднее третьего звонка.

2. Поприветствовать звонящего.

3. Представить себя и предприятие.

4. Выяснить цель звонка.

5. Задать вопросы, которые позволят выяснить нужды клиента:

– наличие действующих паспортов (в том числе и у детей) с разрешительной записью у всех членов тура, наличие чистой страницы для вклеивания визы (если необходимо);

– направление путешествия;

– количество человек (дети, взрослые);

– сроки отдыха, желаемое количество дней;

– пожелания по отелю (пансионату);

– тип питания;

– транспорт;

– принципиальные позиции;

– планируемый бюджет;

– имя туриста, контактный телефон.

6. Отвечать на вопросы профессионально:

– не заканчивать за собеседника его фразы;

– не превращать беседу в собственный монолог;

– не начинать отвечать, прежде чем собеседник закончит свою речь;

- не навязывать своего мнения;
- не оглушать собеседника лавиной ваших предложений;
- не делать другие дела во время разговора по телефону.

7. Пригласить туриста в офис за более подробной информацией, назвать себя, адрес и возможность до вас добраться.

8. Поблагодарить за звонок. (*«Организация деятельности туристических предприятий»*)

РЕПОЗИТОРИЙ БГУФК

## ТЭКСТЫ ДЛЯ АБМЕРКАВАННЯ І ПЕРАКАЗУ

### Тэкст 1.

#### Чаму турызм стаў самым хуткім “кашальком”?

ЗША займаюць першае месца ў свеце па ўзроўні даходаў ад турызму. Па гэтым паказчыку краіна лідзіруе сёмы год запар паводле справаздачы Report on World Tourism Economy Trends, апублікаванай Сусветнай федэрацыяй турыстычных гарадоў (WTCF аб’ядноўвае на сённяшні дзень 128 гарадоў у 62 краінах і рэгіёнах свету) і Цэнтрам даследаванняў турызму Акадэміі грамадскіх навук КНР. ЗША, Кітай, Японія, Германія і Вялікабрытанія сталі галоўнымі гульцамі індустрыі турызму – у сукупнасці яны фарміруюць 47 % сусветнага ВУП падарожжаў. Агульныя гадавыя даходы ад турызму ацэньваюцца ў астранамічную суму – на ўзроўні 5,6 трыльёна долараў ЗША.

Як заўважылі аналітыкі WTCF, адпаведны паказчык перагнаў па тэмпах росту сусветны ВУП. Сярод фактараў, якія спрыялі развіццю гэтай станоўчай тэндэнцыі, – паляпшэнне стану сусветнай эканомікі, удасканалванне турыстычнай інфраструктуры, павелічэнне ўкладанняў краін у галіновы маркетынг і візавыя паслабленні, адзначыў кіраўнік цэнтра турыстычных даследаванняў пры Акадэміі грамадскіх навук Кітая Сун Жуі.

Сусветная турыстычная арганізацыя (СТА) апублікавала чарговы рэйтынг краін з самай высокай наведвальнасцю. На першым радку апынулася Францыя. У краіну за год прыехала 93,2 мільёна турыстаў. У параўнанні з 2017 годам прырост турпатоку склаў 7,3 %. На другім месцы – Іспанія з яе 82,8 мільёна турыстаў, на трэцім – ЗША, якія наведалі 82,2 мільёна чалавек. У топ-10 таксама ўвайшлі: Кітай (62,9 мільёна), Італія (62,1 мільёна), Турцыя (45,8 мільёна), Мексіка (41,4 мільёна), Германія (38,9 мільёна), Тайланд (38,3 мільёна) і Вялікабрытанія (35,1 мільёна).

Даследаванне паказвае, што на гэты сектар прыпала 319 мільёнаў працоўных месцаў. З падарожжамі прама ці ўскосна звязаны сотні тысяч вялікіх і маленькіх кампаній, якія забяспечваюць турыстаў усімі відамі транспарту, жыллём (гатэлямі, гасцініцамі, хостэламі), ежай (рэстараны, кафэ, стрытфуды), доступам да выдатных мясцін і музеяў, сувенірнай прадукцыяй.

Большая частка выдаткаў падарожнікаў прыпадала на рынак вольнага часу, які склаў 78,5 % ад агульнага аб’ёму ў параўнанні з 21,5 % на выдаткі бізнесу. На сектар прыходзілася 6,5 % ад агульнага аб’ёму сусветнага экспарту і 27,2 % ад экспарту паслуг. Працягваюцца павелічэнне долі прадстаўнікоў сярэдняга класа і ўстойлівы рост глабальных спажывецкіх выдаткаў, што зноў дазволіла сектару падарожжаў і турызму расці з вялікай хуткасцю. Інтэнсіўная канкурэнцыя паміж авіякампаніямі прыводзіць да цэнавай вайны, якая на руку падарожнікам, бо квіткі робяцца таннейшыя, а палёты нават на далёкія адлегласці – даступнымі.

Што датычыцца прывабнасці для замежнікаў у сусветным маштабе асобных гарадоў, то тут бяспрэчны лідар – Бангкок, які наведваюць амаль

22 мільёны турыстаў. Другое месца ў сусветным топ-10 заняў Лондан з 20,4 мільёна гасцей. Парыж прыймае каля 18 мільёнаў чалавек.

Ва ўкраінскай Прыпяці свае прыхільнікі. У 2002 годзе спецыяльная камісія ААН выпусціла даклад, які прызнаваў вялікую частку тэрыторыі вакол ЧАЭС бяспечнай як мінімум для кароткачасовых наведванняў. Турысты з'явіліся практычна адразу ж. У 2004 годзе іх налічвалася ўсяго 870 чалавек, праз два гады – 5000, а зараз Украіна прагназуе 125 000 наведвальнікаў зоны адчужэння. Такі стабільны і ўражлівы рост турпатоку тлумачыцца зусім не зніжэннем небяспекі радыеактыўнага заражэння і ўжо дакладна не стараннямі ўкраінскага ўрада. Папулярызавала гэтае месца масавая культура. Спачатку, у 2007 годзе, Прыпяць стала легендай сярод аматараў постапакаліптычнага фальклору, дзякуючы камп'ютарнай гульні «S. T. A. L. K. E. R». Цені Чарнобыля» (распрацаванай, дарэчы, украінскай студыяй). Шутар разышоўся на паўтара мільёна толькі легальных копій па ўсім свеце. Давяршыў справу серыял “Чарнобыль”. (Паводле матэрыялаў газеты “Звязда”)

## Тэкст 2.

### Нагуляць апетыт: лепшыя гастронамічныя падарожжы

Кухары і дыетолагі пастаянна спрачаюцца між сабой, сыходзячыся толькі ў адным: чым меншы шлях пераадолеў прадукт да талеркі, тым больш ён карысны. І каб адчуць сапраўдны смак многіх прадуктаў, трэба паехаць туды, адкуль яны родам.

#### Вустрыцы, Данія

У тых, хто адправіцца на вустрычнае сафары ў Ватаўскае мора, можа адбыцца разрыў шаблону. Справа ў тым, што абед са свежых вустрыц тут зусім не вытанчанае баўленне часу, а суровы паход, які патрабуе ад удзельнікаў добрай фізічнай падрыхтоўкі і вытрымкі. Пачынаецца тур з кароткай лекцыі пра бяспеку ў моры, пасля чаго ўсім выдаюць спецыяльныя камбінезоны, пальчаткі і нажы. Адлегласць да бліжэйшай вустрычнай водмелі вар'іруецца, але, як правіла, ісці прыходзіцца не менш за 5 км – іншым разам па мелкаводдзі, патанаючы па калена ў глеі і правальваючыся ў падводныя ямы. Затое, калі наперадзе паказваюцца горы вустрыц, стрымаць прагнасць нялёгка. “Паляванне” на вустрыц прадугледжвае, што можна з’есці і ўзяць з сабою столькі малюскаў, колькі захочацца. Праўда, засквапнасць непазбежна прыйдзецца плаціць: ракавіны дастаткова цяжкія, а шлях па глеістым дне не з’яўляецца простым. Вопытныя “паляўнічыя” бяруць з сабою бутэльку белага віна і ладзяць пікнік непасрэдна на месцы.

#### Сыр, Францыя

“Як можна кіраваць краінай, у якой 246 відаў сыру?” – усклікнуў нека Шарль дэ Голь. На самай справе сыроў у Францыі значна болей. А таму гурманам мае сэнс задумацца пра сырныя туры ў Нармандыю з яе Музеям камамбера, а таксама ў Брэтань, Савою і Дардонь-Перыгор. Сапраўдных экстрэмалаў чакае Эльзас з яго “жудасным” (і па назве, і па паху) спецыялітэтам – пахучым сырам

мюнстар. Сырныя туры і дэгустацыі маюцца, канечне, і ў Парыжы, але самыя цікавыя ўключаюць паездкі па сыраварнях з начлегам у старажытных шато і вясковых сядзібах. Калі ж вам больш даспадобы самастойныя падарожжы, можна ўзброіцца кнігай Макса МакКалмана і Дэвіда Гібанса “Сыры свету. Падрабязны гід па лепшых гатунках” або, напрыклад, дадаткам для смартфона Fromage, які раскажа вам усё аб гісторыі таго ці іншага сыру, а таксама падбярэ да яго ідэальнае віно.

#### Труфелі, Італія

У П’емонце кожны гурман можа выступіць адразу ў трох ролях – кулінара, следапыта і шукальніка скарбаў. Адправіцца на пошукі “белага золата” (менавіта так называюць мясцовую разнавіднасць труфеля) можна толькі ў суправаджэнні сертыфікаванага труфалара і яго сабакі, які прайшоў навучанне ў спецыяльным універсітэце для сабак. Далікатэсны грыб хаваецца на глыбіні 3–10 см пад зямлёй, таму выдаць яго прысутнасць можа толькі тонкі пах, а таксама пэўныя расліны, з якімі белы труфель знаходзіцца ў адносінах сімбіёзу. Увогуле “паляванне” на труфелі – гэта і забаўны квэст, і няпростая навукка. А паколькі пошукі труфеля адбываюцца ў Італіі, то мнагадзённы труфельны тур становіцца яшчэ і сапраўдным паглыбленнем у сібарыцкую дольчэ-віту – з наведваннем мясцовых вінаробняў, кулінарных майстар-класаў і галоўных тэматычных славатасцей рэгіёна. У іх ліку Альба, гастронамічная сталіца П’емонта і месца, дзе ў кастрычніку праходзіць Міжнародны кірмаш белага труфеля, і вінаробні, дзе ствараюцца знакамітыя барола і барбарэска.

#### Шакалад, Бельгія

У Еўропе шакалад доўгія гады лічыўся выключна лекавым сродкам. У XIX стагоддзі менавіта бельгійцу Жану Найхаусу прыйшла ідэя арганізаваць фармацэўтычную кандытарскую, і бельгійцы ж у 1912 годзе першымі выпусцілі шакаладку з начынкай. Сёння гэта краіна з’яўляецца не толькі лідарам па вырабніцтве шакаладу ў свеце – тут знаходзіцца мноства музеяў, прысвечаных гэтаму прадукту. Трох- або чатырохгадзінныя шакаладныя туры можна знайсці практычна ў любым горадзе краіны. Як правіла, яны ўключаюць наведванне некалькіх знакавых кандытарскіх, а таксама майстар-клас па прыгатаванні цукерак. Але адным з асноўных цэнтраў шакаладнай вытворчасці лічыцца Брюгэ з яго музеем Choco Story, размешчаным у старажытным замку, і флагманскім магазінам The Chocolate Line, створаным Дамінікам Персанэ. У легендарнага шакалацье, адзначанага зоркай Мішлен, можна не толькі пакаштаваць цукеркі з памідорамі, беконам, васабі, брокалі і цыбуляй, але і набыць “шакаладны шутар”, які выстрэльвае какава-парашком вам у нос.

#### Каўбаскі, Германія

Няхай мода на вегетарыянства і ахапіла ўжо амаль 10 % насельніцтва Германіі, між тым культ каўбасак, сасісак і іншых прадстаўнікоў сямейства вурст тут па-ранейшаму бярэ верх. “Не хлебам адзіным жыве чалавек, але яшчэ сасіскамі і вяндрлінай”, – гавораць немцы, і гэта цалкам можа стаць дэвізам мнагадзённага падарожжа па краіне. Свой спецыялітэт ёсць у кожным горадзе. Часцей за ўсё гастронамічны тур пачынаецца ў Берліне з абавязковай дэгустацыі

каўбасак карывурст, рэцэпт якіх быў прыдуманы 70 гадоў таму. Адсюль можна паехаць у Эрфурт за знакамітымі цюрынскімі каўбаскамі братвурст, прыгатаванымі на грылі. Недалёка ад горада маецца цудоўны Каўбасны музей № 1 са сваім тэматычным тэатрам. Самыя ненажэрныя могуць прадоўжыць падарожжа ва Франкфурт-на-Майне і пакаштаваць тыя самыя сасіскі, якія лічацца кананічным прататыпам амерыканскіх хот-догаў. Далей на шляху Рэйнланд з яго крывяной каўбасой і Мюнхен з белымі варанымі сардэлькамі вайсвурст. Пераначаваць можна ў рэгіёне Геаргенсгмюнд у тэматычным гатэлі Vöbel, дзе і мыла ў ванным пакоі, і шпалеры, і падушкі – усё ў выглядзе сасісак. (Паводле матэрыялаў *chonica National geographic traveler*)

### Тэкст 3.

#### Турцыя, Балгарыя, Чарнагорыя?

На сённяшні дзень самыя папулярныя варыянты пляжнага адпачынку – Турцыя, Балгарыя, Чарнагорыя. Афіцыйныя прадстаўнікі кампаніі «Слетать.ру» у Мінску (Кальварыйская, 16) расказваюць пра асаблівасці курортнага жыцця ў Аланы, Будве і на Сонечным беразе.

Аланья – маляўнічы турэцкі курорт на поўдні Анталійскага ўзбярэжжа, размешчаны ля падножжа Тароскіх гор, у асяроддзі хваёвых лясоў, цытрынавых садоў і апельсінавых гаёў.

Турыстычны сезон у Аланьи пачынаецца ў канцы красавіка – пачатку мая, але марская вада яшчэ даволі халодная. Адпачынак на турэцкай рыўеры ў гэты час выбіраюць пераважна аматары экскурсійнага адпачынку і тыя, хто імкнецца набыць пуцёўку танней.

Да канца мая госці Аланьи ўжо актыўна купаюцца і загараюць. Сярэдняя тэмпература паветра дасягае +24 °С, вады – 21–22 °С. Даждзжы бываюць рэдка, багатыя і непрацяглыя. У чэрвені цяплей, днём тэмпература паветра +28 °С, вада праграваецца да +25 °С. Ліпень і жнівень – самыя гарачыя месяцы, тэмпература паветра каля +33 °С, вады – +29–30 °С. Верасень і пачатак кастрычніка ў Аланьи – аксамітны сезон: вада ў моры, як сырадой, тэмпература паветра – +26–30 °С.

Берагі Аланьи абмывае Міжземнае мора. Вада тут досыць чыстая, на многіх пляжах маецца блакітны сцяг, што сведчыць аб крышталёвай чысціні мора. Прыбярэжная тэрыторыя пакрыта шэрым пясчана-галечным палатном. Пляжы досыць шырокія, месца хапае ўсім адпачывальнікам.

Ёсць і відавочныя мінусы. Уваход у мора на большай частцы ўзбярэжжа Аланьи камяністы. Даводзіцца прабірацца на глыбіню па плітах. Звычайна ўладальнікі гатэляў з высокай зорнай катэгорыяй абсталююць камфортны ўваход у мора. Існуюць нядрэжныя муніцыпальныя пляжы, але будзьце гатовыя, што прыйдзецца заплаціць за шэзлонг і парасон, і толькі затым атрымліваць асалоду ад сонечных ваннаў.

На Аланьи размешчаны гатэлі рознай катэгорыі – ад вялікіх комплексаў да кампактных міні-гасцініц з 10–15 нумарамі. Чым далей ад цэнтра горада, тым больш гатэляў высокай “зорнасці”. 80 % гасцініц працуе па знакамітай сістэме “ўсё ўключана”, характэрнай для турыстычнага бізнесу Турцыі.



Адпачывальнікам не даводзіцца клапаціцца ні пра ежу, ні пра вольны час, хіба што можна адправіцца на марскую прагулку ці займальную экскурсію.

Адно з самых цікавых і знакавых месцаў Алані – сярэднявечная крэпасць XIII стагоддзя, размешчаная на скале непадалёк ад порта. Сёння старадаўні аб’ект ператварыўся ў музей пад адкрытым небам, які можа наведаць любы падарожнік. Курорт славіцца маляўнічымі бухтамі і пячорамі, можна пракаціцца да вадаспадаў Дзюдэн і Куршунлу, зазірнуць у аквапарк Dolphin Aqua Land, дэльфінарыі, акварыум, акіянарыум, парк прыгод або адправіцца ў антычныя гарады Кападокія, Сідэ, Фасэліс.

Сонечны бераг – самы буйны курорт Балгарыі, берагі якога абмываюць воды Чорнага мора. Цудоўнае месца для сямейнага адпачынку – вялізныя пляжы з залатым пяском, паркі забаў, надрэнныя гатэлі.

Турыстычны сезон на курорце пачынаецца ў чэрвені і заканчваецца ў сярэдзіне верасня. Сонечны бераг размешчаны ў субтрапічным клімаце. У сярэднім тэмпература паветра летам тут +28–30 °С. У канцы ліпеня – пачатку жніўня дасягае +33 °С. Але з мора пастаянна дзьме лёгкі брыз, пытанне спёкі ў высокі сезон не крытычнае. Вада праграваецца да +25–26 °С.

Курорт Сонечны бераг раскінуўся на беразе Чорнага мора. Пляжы тут цудоўныя – шырокія, чыстыя, пакрытыя дробным жоўтым пяском. Працягласць прыбярэжнай паласы каля 10 км, у некаторых месцах шырыня пляжаў дасягае 60 м. Складана знайсці месца для пляжнага адпачынку (за выключэннем дарагіх астраўных краін) з такой камфортнай берагавой лініяй.

Пляжы ў сваёй большасці муніцыпальныя, рэдкія гатэлі маюць сваю тэрыторыю. Будзьце гатовыя, што за арэнду лежакоў і парасонаў прыйдзецца плаціць. Для тых, хто хоча загараць бясплатна, рэкамендуецца браць на пляж ручнік. Але ўлічыце, што балгарскае сонца ў пік турыстычнага сезону ля вады даволі пякучае.

Да паслуг гасцей Сонечнага берага камфартабельныя апартаменты і вілы, кампактныя гасцініцы і гатэлі. У адрозненне ад Турцыі рэдкія гасцінічныя комплексы Балгарыі працуюць па сістэме “ўсё ўключана”. Як правіла, у кошт пуцёўкі ўваходзіць толькі сняданак. Пры гэтым галодным не застанешся. Харчавацца можна ў кафэ і рэстаранчыках – порцыі невялікія, нацыянальныя стравы і віно смачныя.

Непадалёк ад паўднёвага балгарскага курорта знаходзіцца найпрыгажэйшы горад краіны, які даўно стаў музеям пад адкрытым небам і ўнесены ў спіс сусветнай спадчыны ЮНЕСКА. Гаворка ідзе пра старадаўняе маляўнічае мястэчка Несебр з цэрквамі пачатку IV стагоддзя, будынкамі эпохі Адраджэння, умацаваннямі фракійцаў. Дарога ад Сонечнага берага да Несебра зойме не больш за 25 хвілін. Дабрацца можна на маршрутцы ці на рэйсавым аўтобусе. Калі адпачываеце з дзецьмі, наведайце сучасны аквапарк.

Будванская рыўера – адно з найпрыгажэйшых месцаў Еўропы. Дзіўная міжземнаморская архітэктура, горныя ландшафты, утульныя бухты, шыкоўнае паветра і прырода гэтых месцаў захапляюць. Цяжка знайсці турыста, які пасля наведвання Будвы застаўся б незадаволеным адпачынкам.

Турыстычны сезон у Чарнагорыі доўжыцца з чэрвеня па верасень. Ёсць адпачывальнікі, якія прязджаюць у Будву ў канцы траўня і кастрычніку, але даць 100 % гарантыю, што надвор'е будзе добраычлівае, нельга. Больш шанцаў камфортна адпачыць летам і ў вераснёўскі аксамітны сезон. У летні час сярэдняя тэмпература паветра каля +31 °С, вады – +23 °С. Для берагоў Чарнагорыі нярэдка халодныя падводныя плыні, госці краіны не застрахаваны ад непрыемных сюрпрызаў, нават у спякоту 2–3 дні запар вада можа быць вельмі прахалоднай. Такая асаблівасць Адрыятыкі.

Пляжы Будвы буйнапясчаныя і дробнагалечныя, досыць вузкія, часта з нялёгкім уваходам у ваду. Мае сэнс набыць спецыяльны абутак. Там, каля стромкіх скал, у гістарычным цэнтры курорта, знаходзіцца папулярны пляж Могрэн. Гарадскі пляж Пізана (працягласць 150 м) адрозніваецца выдатнай інфраструктурай, але ў пік турыстычнага сезону ён моцна перагружаны. Калі прыйсці позна, можна не знайсці свабоднага месца.

У Будве да паслуг гасцей апартаменты, вілы і невялікія гатэлі. Выпраўляючыся ў Чарнагорыю, забудзьцеся пра сістэму “ўсё ўключана”. Многія апартаменты абсталяваны кухнямі. Прыдзецца гатаваць ежу самастойна, дамаўляцца з гаспадарамі жылля і плаціць ім за абеды, сняданкі і вячэры або рэгулярна наведваць кафэ і рэстараны, якіх на курорце велізарная колькасць. Ежа ў Чарнагорыі смачная і каларыйная, але нятанная.

Жамчужына курорта – Стары горад, тут можна блукаць гадзінамі, любуючыся дзіўнай архітэктурай будынкаў, зазіраючы ў мясцовыя храмы. У Будве ёсць аквапарк, адзін з самых вялікіх на тэрыторыі Адрыятычнага ўзбярэжжа. Чарнагорыя – краіна невялікая, з Будвы лёгка дабрацца да галоўных славатасцей – гістарычнай сталіцы Цэцінье, Бока-Котарскага заліва і Гранд Каньёнаў. Паверце, такой прыгажосці вы яшчэ не бачылі.

Зрабіце лета незабыўным! Выбірайце туры на папулярныя курорты Турцыі, Балгарыі і Чарнагорыі! Прадстаўнікі кампаніі «Слетать.ру» дапамогуць знайсці прыдатную пуцёўку. *(Паводле матэрыялаў газеты “Звязда”)*

#### Тэкст 4.

#### Паняцце аб экстрэмальным турызме

У апошні час актыўна развіваецца прыгодніцкі турызм – від турызму, які аб'ядноўвае ўсе падарожжы, звязаныя з актыўнымі спосабамі перамяшчэння і адпачынку на прыродзе, што маюць на мэце атрыманне новых адчуванняў, уражанняў, паляпшэнне турыстам фізічнай формы і дасягненне спартыўных вынікаў. Разнавіднасцю прыгодніцкага турызму з'яўляецца экстрэмальны турызм, які набывае асаблівую папулярнасць у свеце. Усё больш людзей імкнуцца ўбачыць прыгажосць падводнага свету, спусціцца па горным схіле на лыжах і нават скокнуць з парашутам.

Асабліва папулярным стаў дайвінг – адзін з самых экстрэмальных відаў турызму. Дайвінг небяспечны і захапляльны адначасова. Ён модны. Парашутыстам і гарналыжнікам прыходзіцца пацясніцца – колькасць дайвераў ва ўсім свеце імкліва расце. Самі дайверы ўпэўнены, што лепшага адпачынку,

чым апусканне на 40-метровую глыбіню з цяжкімі балонамі за спінай, не існуе. Зараз налічваецца каля 20 мільёнаў дайвераў-аматараў, а 40 гадоў назад іх было ўсяго некалькі сотняў.

Скокамі з парашутам пачалі займацца больш за паўвека таму, але ў масавы від адпачынку гэты від экстрэмальнага турызму ператварыўся толькі гадоў 20 назад. Зараз існуе шмат варыянтаў скокаў з парашутам. Гэта і скайсёрфінг, і групавая акрабатыка, і бэйсджампінг.

Калі камусьці не падабаецца ныраць пад ваду ці скакаць з вялікіх вышынь, тады можна паспрабаваць віндсёрфінг. Але варта ўлічваць, што гэта задавальненне звязана з пастаяннымі падзеннямі ў ваду і рэальнай магчымасцю захлябнуцца ў марскіх хвалях, а таксама непазбежнымі мазалямі на руках. Замест віндсёрфінгу можна паспытаць сябе ў сплаве па бурных горных рэках (рафтынг), якія запомніцца надоўга. Тым, хто баіцца вады, падыдуць пешыя туры. Гэта таксама экстрэмальны турызм, які звязаны з цяжкасцямі і небяспекай.

Самым жа экстрэмальным адпачынкам можна смела назваць альпінізм, дзе правяраецца як фізічная, так і псіхічная трываласць чалавека.

Альтэрнатывай альпінізму можа стаць паход па пячорах (спелеатурызм). Уражанні ад такога паходу звычайна хапае. (*Паводле А. Бабкіна «Спецыяльныя віды турызма»*)

#### Тэкст 5.

#### Дайвінг у Чырвоным моры

Егіпет з'яўляецца любімым месцам адпачынку большасці нашых суайчыннікаў. І справа не толькі ў адносна танным адпачынку і магчымасці пабачыць на свае вочы адно з цудаў свету – піраміды. Справа яшчэ і ў папулярнасці такой забаўкі, як дайвінг.

Дайвігам называюць падводнае плаванне з выкарыстаннем спецыяльнага рыштунку. Такое апусканне ў марскія глыбіні дазваляе ўбачыць незабыўную прыгажосць падводнага свету і ўзрушыць ўяўленне неверагоднымі карцінамі жыцця марскіх насельнікаў. Менавіта дайвінг у Егіпце, нягледзячы на магчымасць сустрэчы з акуламі, прыцягвае тысячы адпачывальнікаў з усяго свету, і гэтаму ёсць тлумачэнне.

Па-першае, асабліва прывабным лічыцца дайвінг на Чырвоным моры. Справа ў тым, што ў гэты вадаём не ўпадае ні адна рака. Менавіта дзякуючы гэтаму ў Чырвонае мора не заносіцца глей і пясок, а вада ў ім чыстая і празрыстая, што робіць бачнасць пры апусканні выдатнай. Акрамя таго, спрыяльнымі для дайвінга ў любую пару года з'яўляюцца і кліматычныя ўмовы ў Егіпце: высокая тэмпература трымаецца там цэлы год (нават зімой мінімум +20 °С), з-за чаго заўсёды цёплымі з'яўляюцца воды Чырвонага мора (мінімум +21 °С). І надвор'е практычна не азмрочваецца штормамі або ліўневымі дажджамі.

Такі гарачы клімат не мог не спрыяць развіццю разнастайнасці марской флоры і фаўны. Чаго толькі не ўбачыш у марскіх глыбінях Чырвонага мора! Тут грацыёзныя рыбы-матылі, небяспечныя мурэны і баракуды, пахілы, абыякавыя

рыбы-аднарогі, прыязныя дэльфіны, чарапахі, тунцы і нават крыважэрныя кракадзілы. Пры жаданні можна “пабадзяцца” па цудоўных лабірынтах каралавых рыфаў, колеравая гама якіх вар’іруецца ад белага і чырвонага да дзіўнага сіняга, і раптам сутыкнуцца з незвычайным на выгляд марскім насельнікам.

Пералічаныя вышэй фактары спрыялі таму, што дайвінг у Егіпце развіты больш, чым у іншых краінах. Самым маляўнічым месцам для падводнага плавання лічыцца курорт Шарм-эль-Шэйх, знакаміты не толькі сваімі базамі адпачынку і гатэлямі на любы густ і кашалёк. Яго можна назваць сусветным цэнтрам арганізаванага дайвінга рознага ўзроўню складанасці. У любым з дайвінг-клубаў у Шарм-эль-Шэйху вас будуць вучыць па адной з дзвюх сістэм – CMOS або PADI. Па іх праграмах абсалютных пачаткоўцаў навучаюць асноўным правілам бяспекі і неабходным навыкам. Абавязковымі з’яўляюцца тыднёвыя трэніроўкі з інструктарам у басейне, а потым і ў адкрытым моры.

У Егіпце маецца вялікая колькасць месцаў для апускання. Самыя захапляльныя прыгоды і відовішчы размяшчаюцца ў марскіх глыбінях, прылеглых да пляжаў Шарм-эль-Шэйха. Для пачаткоўцаў падыходзіць апусканне на 10 м, такое як раз маецца на Хургадзе, дзе дайвер-пачатковец не толькі захопіцца падводным светам Чырвонага мора, але і ўбачыць патанулы паруснік. Прывабным з’яўляецца і рыф Калерэс, багаты на каралавыя аркі і пячоры. Для больш вопытных дайвераў цікавымі будуць пяці- або сямідзённыя дайвінг-сафары, якія дазваляюць на свае вочы ўбачыць прыгажосць Рос-Мухамад з неверагоднай разнастайнасцю флоры і фаўны, Абу-Нухаса з мноствам патанулых караблёў, Дахаб з яго шырокім бар’ерным рыфам і глыбокай пячорай.

Цэны на курсы дайвінга вар’іруюцца ад 200 да 350 у. а. “Прасунутыя” заняткі са шматлікімі бонусамі могуць “ўляцець у капеечку” – іх кошт складае ад 500 да 1000 у. а. Аднадзённы пакет, што ўключае два апусканні, будзе каштаваць прыкладна 50–120 у. а. Дайвінг-сафары абыйдзецца ад 500 у. а. як мінімум. (*Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта [be.tierient.com](http://be.tierient.com)*)

## Тэкст 6.

### Новыя трэнды ў аграэкатурызме

Сёння ў Беларусі зарэгістравана больш за 2300 сядзіб, і гэтая галіна прыцягвае прырастаць новымі суб’ектамі. Нават калі хтосьці сыходзіць з рынку, яго месца займаюць новыя гаспадары. І хоць аграсядзібы прымаюць не такія вялікі працэнт турыстаў у параўнанні з гасцініцамі, базамі адпачынку, санаторыямі і іншымі традыцыйнымі месцамі размяшчэння, менавіта гэты сегмент працуе на імідж краіны. Апошнія гады Беларусь адзначаецца як адна з найлепшых краін для аграэкатурызму па версіі National Geographic.

Не будзем забывацца пры гэтым, што прымаць гасцей на вёсцы наша краіна пачала не так даўно. Яшчэ ў 2002 годзе агратурысту нават не было дзе спыніцца на начлег, было праблематычна знайсці жылло з нармальным санвузлом. Калі пачала прырастаць інфраструктура, паўстала новае пытанне:

чым турысту заняцца ў вёсцы? Але і такая праблема аказалася вырашальнай – тут гаспадароў аграсядзіб падтрымалі мясцовыя ўлады, работнікі культуры. Дзякуючы агратурызму пачалі ажываць вёскі, народныя калектывы атрымалі слухачоў, сталі запатрабаванымі рамёствы, школьнікі пачалі збіраць інфармацыю пра традыцыі ў сваіх населеных пунктах.

Ды і самі гаспадары аграсядзіб пачалі ствараць разнастайныя турпрадукты. Сёння яны ўпэўнена заяўляюць: “Мы прадаём не столькі начлег і ежу, колькі ўражанні”. Фестывалі, майстар-класы, конныя паходы і сплавы на плытах і байдарках, крэатыўныя музеі, спартыўныя забавы, квэсты і пазнавальныя сустрэчы – пералічваць варыянты актыўнага адпачынку, якія сёння прапануюць на вёсках, можна доўга.

Арганічнае земляробства – адзін з кірункаў далейшага развіцця вясковага турызму на Беларусі. Многія гаспадары аграсядзіб адчулі, што такім чынам можна завабіць новых кліентаў, і сталі актыўней браць зямлю, каб вырошчваць уласную экалагічна чыстую прадукцыю. У сваю чаргу фермеры таксама не спяць у шапку, а шукаюць новыя шляхі прыбытку, прапануюць экскурсіі на фермы, фестывалі, майстар-класы. Тут можна згадаць гаспадарку “ДАК”, куды з задавальненнем едуць людзі, каб паглядзець на коз і на тое, як вырабляецца малочная прадукцыя. Многім спадабаўся “Кукуполіс” – квэст у лабірынце з кукурузы.

Таксама ў трэндзе зялёная эканоміка, гендарныя пытанні і так званая “сацыяльная адказнасць”. Усе гэтыя ідэі зараз актыўна прапагандуюцца ў Еўропе. Каб стварыць прадукт, запатрабаваны ў тым ліку і на замежным рынку, важна ўпісацца ў канцэпцыю ўстойлівага развіцця. І беларускі агратурызм пачаў працаваць з новымі тэмамі. Так, на Валожыншчыне з’явіўся турыстычны маршрут, даступны людзям з інваліднасцю. Таксама ў беларускіх аграсядзібках пачаў праводзіцца фестываль для састарэлых людзей “Крэатыўны ўзрост”.

Амаль траціну грошай турысты трацяць на ежу, 20–30 % вандроўнікаў матываваныя пакаштаваць сапраўдныя аўтэнтычныя прадукты па месцы іх вытворчасці. Значыць, аграсядзібам трэба рабіць стаўку на гастраномію, але, на жаль, пра беларускую кухню амаль нічога не ведаюць не тое што за межамі, нават у сваёй краіне. Хоць гаспадары сядзіб упэўнены, што нам ёсць, чым ганарыцца, і мы яшчэ ўразім свет. І ў найбліжэйшы час арганізацыя “Адпачынак у вёсцы” магла б узяць на сябе гэтую місію па раскрутцы айчынных рэцэптаў. Дарэчы, актыўнае прыцягненне моладзі да вясковага бізнесу – таксама адзін з сучасных трэндаў.

Давядзецца паламаць галаву і над тым, які турпрадукт нашы вёскі змогуць прыпаднесці “нетрадыцыйнаму” турысту. Прыкладна 145 мільёнаў кітайцаў штогод падарожнічаюць па ўсім свеце, і мы маглі б хоць невялікі працэнт з іх завабіць у Беларусь. Летась нашу краіну ўжо наведала каля 3000 тысяч гасцей з Кітая, сёлета гэта лічба падвоіцца. Але гэтыя госці пакуль выбіраюць ваенна-патрыятычны кірунак, цікавяцца так званым “чырвоным турызмам”, і трэба высветліць, як і, галоўнае, чым іх завабіць у аграсядзібы. *(Паводле матэрыялаў газеты “Звязда”)*

## Тэкст 7. Адпачынак у Еўропе

Калі перад вамі паўстае пытанне, куды паехаць для адпачынку, адным з першых напрашваецца адказ: “У Еўропу”. Прырода еўрапейскага кантынента маляўнічая і ўражлівая. Тут можна пазагараць на марскіх пляжах, апусціцца на акіянскае дно, скарыць скалістыя вяршыні або спусціцца з гор на лыжах і сноўбордзе. Можна паехаць на розныя экскурсіі па гістарычных славукасцях, наведаць самыя модныя клубы або адправіцца на шопінг.

Еўрапейскія курорты часта характарызуюцца высокім узроўнем абслугоўвання. Таму яны і вабяць да сябе ўсё большую колькасць турыстаў.

Адным з найбольш папулярных відаў падарожжа з’яўляюцца аўтобусныя туры. Яны дазваляюць наведаць адразу некалькі гарадоў розных краін за адзін тур. Гэта вельмі зручна, асабліва ў тых краінах, што славяцца вялікай колькасцю славукасцей. Найбольш распаўсюджаныя туры па Італіі, Чэхіі, Германіі, Францыі.

У некаторых рэгіёнах Еўропы існуюць школы, якія прапануюць замежнікам курсы па вывучэнні мовы. Яны адкрываюцца на летні семестр. Такое навучанне ў Еўропе не толькі спрыяе інтэлектуальнаму развіццю, але і з’яўляецца выдатным спосабам ярка правесці адпачынак або канікулы.

Еўропа ва ўсім свеце славіцца сваімі гарналыжнымі курортамі. Аўстрыя вядома дзякуючы ўнікальнай сістэме пад’ёмнікаў, цудоўнай тэхніцы і першакласным трасам. Альпійскія вяршыні найбольш высокія ў Швейцарыі, таму тут і найбольш высокія зоны для катання. Гарналыжныя курорты Францыі карыстаюцца асаблівым попытам у аматараў раскошы, адзін толькі Куршавель чаго варты!

Еўрапейскі кантынент абмываецца двума акіянамі, а таксама іх морамі, з якімі мяжуюць выдатныя пляжы. Дзесяць з іх увайшлі ў топ-50 лепшых пляжаў свету (згодна з даследаваннямі часопіса GeoTraveller). Яны размясціліся на тэрыторыі Грэцыі, Францыі, Іспаніі і Італіі.

Рыхтавацца да адпачынку за мяжой трэба загадзя. Па-першае, шмат часу давядзецца патраціць на афармленне розных дакументаў, каб атрымаць візу. Па-другое, у многіх гатэлях можна скарыстацца паслугай ранняга броніравання, а гэта дасць магчымасць яшчэ і зэканоміць некаторую суму.

Калі ж час водпуску ўжо на носе, на афармленне віз зусім няма часу, а так хочацца махнуць за мяжу, можна звярнуць сваю ўвагу на тыя еўрапейскія краіны, якія адкрылі бязвізавы рэжым: Чарнагорыя, Сербія, Македонія, Боснія і Герцагавіна. Гэтыя краіны зусім не супраць прыцягнення ўвагі турыстаў не толькі тым, што не абцяжарваюць адпачывальнікаў лішнімі афармленнямі дакументаў, але і цэнаснай палітыкай.

Без афармлення візы можна наведаць і некаторыя іншыя краіны. Напрыклад, у Чарнагорыі і Харватыі падчас круізнага тура на цеплаходзе ўсім турыстам выдаецца часовая віза (яе кошт, дарэчы, уваходзіць у кошт круіза). Яна дае магчымасць неабмежаваную колькасць разоў сыходзіць з карабля на бераг і вяртацца назад. Улічваючы, што такія туры праходзяць праз краіны

Адрыятычнага ўзбярэжжа, у турыстаў з'яўляецца магчымасць наведаць Італію і Грэцыю без шэнгену.

Вось яшчэ варыянт візіту ў Італію на працягу ўсяго летняга перыяду: адпраўляйцеся з Чарнагорыі на экскурсію на круізным пароме ў Італію. Такі ваяж магчымы толькі па панядзелках.

Калі ж возьмеце ў Харватыі ці Чарнагорыі яхту ў арэнду, у вас з'явіцца шанец падчас плавання па Адрыятыцы кінуць якар ля берагоў Італіі і сысці на бераг.

Усе гэтыя тры варыянты прадуглежваюць атрыманне набадраў-пасу, гэта значыць часовай візы. А на яе афармленне шмат сіл і часу траціць не прыйдзеца. *(Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта online-traveling.ru)*

## Тэкст 8.

Як зрабіць падарожжа максімальна бяспечным?

Падарожжа павінна быць не толькі цікавым, але і бяспечным. Пазнаёмціся з лайфхакамі, якія дапамогуць вам засцерагчыся ад небяспекі ў дарозе.

1. Страховы поліс – гэта важны дакумент, які пазбавіць вас ад непрадбачаных выдаткаў за мяжой. Турыстычная страхоўка пакрые выдаткі на амбулаторныя паслугі, экстранныя аперацыі, змяшчэнне ў стацыянар і інш. Нават пры афармленні страхоўкі толькі дзеля візы вы зможаце разлічваць на медыцынскую дапамогу коштам да 30 000 еўра.

2. Адпраўляецеся ў экзатычныя краіны – паклапаціцеся аб прышчэпках. Для падарожжа ў краіны Цэнтральнай і Паўднёвай Амерыкі, Афрыкі і Азіі неабходна зрабіць прышчэпкі ад шаленства і жоўтай ліхаманкі, для паездкі ў Японію або Тайланд патрабуецца прышчэпка ад японскага энцэфаліту.

3. Зрабіце копіі і скрыншоты ўсіх сваіх дакументаў. Скріншоты дашліце сабе на пошту або ў Telegram, копіі дакументаў размяркуйце па чамаданах і сумках. Дарэчы, копіі пашпарта можа быць некалькі – лішняга не бывае.

4. Не кладзіце тэлефон і партаманет у заднюю кішэню штаноў – гэта простая мэта для кішэнных зладзеяў. У паясную сумку каштоўныя рэчы класці таксама не трэба – такія аксесуары расцягваюцца адной пстрычкай. Лепш насіць свае каштоўнасці ў пярэдніх або ўнутраных кішэнях, якія маюць замок, у сумках, заплечніках асаблівага прызначэння.

5. Пры магчымасці адмоўціся ад наяўных грошай і плаціце банкаўскай карткай. З паграбленымі купюрамі нічога не зробіш, а вось скрадзеную картку можна заблакаваць або спустошыць, перакінуўшы грошы на іншую картку з дапамогай смартфона.

6. Паклапаціцеся аб бяспецы свайго смартфона: устанавіце дадаткі Find My Device або Find My iPhone. Нават калі ваш тэлефон скрадуць, вы зможаце вызначыць яго месцазнаходжанне і заблакаваць. Акрамя таго, дадаткі такога тыпу дапамогуць адшукаць планшэт або смарт-гадзіннік.

7. Хочаце падарожнічаць сам-насам, але перажываеце за сваю бяспеку? Устанавіце дадатак bSafe, з дапамогай якога можна адправіць сігнал SOS і абазначыць сваё месцазнаходжанне.

8. Небяспека можа падсцерагаць вас нават у талерцы. Калі вы адпраўляецеся ў краіны Афрыкі або Азіі за пэўным далікатэсам, не трэба есці брудныя і тэрмічна не апрацаваныя прадукты. Будзе лепш, калі страву згатуюць непасрэдна пры вас.

9. Старайцеся піць толькі бутыліраваную ваду. Памятайце, што ў вадзе, узятая з-пад крана, можа быць інфекцыя. Калі ж вы падарожнічаеце па дзікай мясцовасці, абавязкова кіпяціце ваду або карыстайцеся паходнымі фільтрамі.

10. Не забудзьцеся пра медыкаменты. Цэлую аптэчку з сабой браць не трэба, а вось антысэптык, гарачкапаніжальныя, проціалергічныя і страўнікава-кішэчныя сродкі ўзяць варта – могуць спатрэбіцца.

11. Адпраўляючыся ў падарожжа на аўтамабілі, паклапаціцеся аб сваім транспарце: прайдзіце тэхагляд, застрахуйце машыну і не забудзьцеся пра GPS-навігатар. Таксама рэкамендуецца загадзя спланаваць свой маршрут і даведацца, у якіх краінах ДТЗ адбываюцца часцей за ўсё – для падстрахоўкі.

12. Уважліва трэба аднесціся і да выбару жылля. Не трэба давяраць аб'явам тыпу “здам кватэру”, развешаных на стаўбах. Карыстайцеся сэрвісамі Airbnb, Booking.com і Couchsurfing і арыентуйцеся на рэйтынг, прывязаны да жылля.

13. Нашы звыклыя дзеянні і рухі за мяжой могуць успрымацца зусім піншаму. Напрыклад, калі на радзіме пад жэстам “О.К.” мы маем на ўвазе штосьці станоўчае, то ў Францыі і Германіі такі жэст трактуецца як “поўны нуль”, а ў Тунісе ўвогуле расцэньваецца як пагроза чалавечаму жыццю.

14. Даведайцеся, што адбываецца ў краіне, якую вы плануеце наведаць. Магчыма, там пануе анамальная спякота, працягваюцца народныя паўстанні або адбываюцца тэракты. Лепш увогуле не паехаць у любімую краіну, чым аказацца ў гушчы непажаданых падзей. *(Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта tio.by)*

## Тэкст 9.

### Паходны заплечнік

Як тэатр пачынаецца з вешалкі, так і паход па маляўнічай мясцовасці пачынаецца з заплечніка. А як жа інакш? Гэта спецыяльная сумка стане неад'емным атрыбутам падарожніка на працягу ўсяго шляху.

Заплечнікам называюць рэчавы мяшок, які носяць на спіне. На сённяшні дзень гэта самая зручная канструкцыя пераносу рэчаў даволі вялікага аб'ёму на немалыя адлегласці. Справа ў тым, што паходны заплечнік раўнамерна размяркоўвае вагу багажу па паверхні спіны. А гэта значыць, што ўвесь час вашага падарожжа вам будзе зручна і камфортна.

Здавалася б, заплечнік – прылада нескладаная. Аднак правільны яго выбар залежыць ад мноства фактараў: віду турызму, фізічных магчымасцей, узросту і полу падарожнікаў.

Пачнём з відаў турызму. Калі вы збіраецеся на прыроду на некалькі дзён (у так званы “паход выхаднога дня”), то дастаткова ўзяць паходны заплечнік на 30–60 літраў. Звычайна гэта недарагі выраб з простай канструкцыяй мяккай формы, гэта значыць без жорсткіх элементаў. Для працяглага падарожжа выбіраюць заплечнікі вялікага аб'ёму. Напрыклад, мужчыны набываюць мадэль



на 80–130 літраў. Жаночы паходны заплечнік адрозніваецца меншымі памерамі і ўмяшчальнасцю (прыкладна 65–80 літраў).

Для лыжнага або горнага турызму выбіраюць штурмавыя мадэлі, вельмі трывалыя, лёгкія, непрамакальныя з абцякальнай формай, каб пазбегнуць зачэпкі галінкай або выступам скалы. Штурмавыя вырабы аснашчаюцца звонку мноствам кішэнных аддзяленняў і прыстасаванняў для размяшчэння рыштунку, (напрыклад, для лыжнай маскі, снежнай рыдлёўкі). Мужчынам рэкамендуюць вялікі паходны заплечнік аб'ёмам 100–150 літраў, жанчынам – ад 80 да 100. Абавязковай умовай з'яўляецца анатамічная форма заплечніка, якая ствараецца сеткаватымі ўстаўкамі з металічнымі пласцінамі.

Пры выбары паходнага заплечніка абавязкова ўлічвайце яго вагу. Спыніце свой выбар на вельмі лёгкай мадэлі. Чым меншая вага заплечніка, тым меншай будзе нагрузка на суставы і мышцы.

Вырабы з рэгуляванай вышыняй спінкі дазваляць максімальна падагнаць заплечнік пад сябе. Праўда, кошт гэтых мадэляў даволі высокі. Што тычыцца шлеек, то лепш за ўсё на спіне ўтрымліваюць заплечнік дугападобныя і S-падобныя шлейкі. Наяўнасць набівання ў шлейках – абавязковая ўмова. У адваротным выпадку націранне плечавых суставаў непазбежнае. Аптымальны матэрыял набівання – паралон. У бюджэтных мадэлях сустракаюцца менш эфектыўныя тканкавыя ўстаўкі.

Звярніце ўвагу і на розныя дадатковыя опцыі паходнага заплечніка. Вельмі карыснай дробяззю з'яўляецца чахол ад дажджу, які выратуе вашы рэчы ад прамакання. Шлейкі, якія рэгулююцца па даўжыні, дазваляць змясціць паміж спінай і заплечнікам дадатковыя прадметы (напрыклад, дыванок). Грузавы пояс рацыянальна размяркуе вагу заплечніка.

Што тычыцца каляровага рашэння, то для паходу гэты фактар не так ужо і важны. А таму выбірайце заплечнік, які спадабаўся вам па колеры. І можна выпраўляцца ў дарогу! *(Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта [be.tierient.com](http://be.tierient.com))*

## Тэкст 10.

### Унікальныя гатэлі свету

Вам здаецца, што кожны ваш дзень падобны на папярэдні? Вы загразлі ў аднастайнай руціне? Тады заплануйце адпачынак з пражываннем ва ўнікальным гатэлі. Такіх гасцініц на нашай планеце даволі шмат! Прыгадаем толькі некаторыя з іх.

Queen Mary, Каліфорнія, Лонг Біч

Гатэлем служыць спісаны з суднаходства яшчэ ў 1936 годзе велізарны лайнер. Шматлікія рэйсы праз Атлантыку (у тым ліку ў раёне знакамітага Бермудскага трохвугольніка) паспрыялі таму, што з'явіліся легенды пра містычныя з'явы, якія адбываюцца на борце судна. Сцвярджаюць, што на караблі можна пачуць гукі невядомай прыроды і нават на свае вочы ўбачыць зданяў. У астатнім былы акіянічны лайнер – утульны гатэль на вадзе.

Capsule Inn Akihabara, Японія, Токія

Капсульны гатэль маглі прыдумаць толькі ў Японіі, дзе існуе дэфіцыт плошчы. Асноўная ідэя збудавання – мінімальная прастора нумароў для пражывання і адсутнасць прылеглай да гатэля тэрыторыі. Нумар з’яўляецца пластыкавым адсекам у сцяне памерам не больш за 2 м<sup>2</sup>. Між тым прадугледжаны камфартабельны ложак, тэлевізар, бесправадны інтэрнэт і іншыя звыклыя выгоды.

#### The Parrot Nest, Беліз

У трапічных лясах Цэнтральнай Амерыкі размешчаны экзатычны гатэль, назва якога перакладаецца як “Гняздо папугая”. Невялікія драўляныя хаткі, падобныя на звітыя птушкамі гнёзды. Ды і навокал лятаюць і цвыркаюць чародкі яркіх папугаяў розных парод. Знаходжанне ў гатэлі дорыць адчуванне зліцця з прыродай. Пры гэтым месца бяспечнае для пражывання. У ім нават адсутнічаюць шкодныя маскіты, характэрныя для экватарыяльных шырот.

#### Icehotel, Швецыя, Юкас’ярві

За дзве сотні кіламетраў ад палярнага круга быў пабудаваны першы на планеце гатэль з лёду. Штогод гатэль адбудоўваецца зноўку, таму яго архітэктура нясталая. Тэмпература ў памяшканнях не перавышае 10 °С, у сувязі з чым наведвальнікі застаюцца толькі на адну ноч, а потым перабіраюцца ў цёплую гасцініцу, што знаходзіцца побач. Экзотыка, якую яшчэ трэба пашукаць! Ложак з лёду пасланы іглічнымі лапамі і аленавымі шкурамі. Госці спяць у тоўстых спальных мяшках. Усе памяшканні ў гатэлі з лёду: бар, кінатэатр, музей з ледзянымі фігурамі і нават капліца.

#### Magic Mountain Hotel, Чылі

Паклоннікі творчасці Джона Толкіена маюць магчымасць трапіць у чароўны свет Міжзем’я. У чылійскім прыродным парку збудаваны гатэль, што мае фантастычны выгляд: ён уяўляе сабой вялізную каменную гару з пакоямі-пячорамі, з вяршыні якой сцякае вада. Тым не менш гатэльныя нумары прадугледжваюць усе выгоды для сваіх кліентаў.

#### Hydropolis Undersea Resort, ААЭ

Архітэктурнае збудаванне, якое нагадвае субмарыну, размешчана пад вадой на глыбіні 18 м. Трапіць у гатэль магчыма на спецыяльным цягніку, які рухаецца па тунэлі на дне Персідскага заліва. 220 люксовых нумароў, танцпляцоўкі, крамы, рэстараны, што знаходзяцца пад вадой, аснашчаны адмысловым шклом, які вытрымлівае жажлівы ціск.

#### Propeller Island City Lodge, Германія, Берлін

У гасцініцы кожны нумар унікальны. Маюцца апартаменты, дзе ложак размяшчаецца на столі, а люстра – на падлозе. У адным з нумароў усе паверхні люстраныя, што стварае адчуванне бясконцасці. Ёсць нумары з “лятучым ложкам”, з ложкамі-трунамі, з псіхадэлічнай афарбоўкай інтэр’еру і інш. Невымоўныя адчуванні забяспечаны!

І хай гэтыя гатэлі не ўваходзяць у лік самых дарагіх у свеце, але знаходжанне ў іх напэўна запомніцца надоўга! (Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта [be.tierient.com](http://be.tierient.com))

## Тэкст 11.

### Самыя незвычайныя паслугі ў гатэлях свету

Для прыцягнення патэнцыяльных наведвальнікаў і падтрымання высокага прэстыжу асобныя гатэлі прапануюць унікальныя паслугі. І калі бостанскі гатэль Tremont падчас адкрыцця ў 1829 годзе здзівіў адпачывальнікаў наяўнасцю ў кожным гасцінічным нумары водаправода і мыла, то ў цяперашні час прапановы гасцініц бываюць незвычайнымі.

#### Palazzo Magnani Feroni ў Італіі

Фларэнтыйскі гатэль прапануе шырокі выбар духмяных аляяў для стварэння ў нумары неабходнай эмацыянальнай атмасферы. Вы можаце выбраць заспакаяльныя пахі, танізавальныя водары. Адміністрацыя гатэля гатовая ўвасобіць любыя ідэі ў ароматэрапіі!

#### The Benjamin у ЗША

Цэйтнот пазбаўляе працаголікаў сну. Пры гэтым любы шоргат можа іх разбудзіць. У гатэлі Нью-Йорка створаны ўсе ўмовы, каб кліенты, якія жадаюць выспацца моцным здаровым сном, маглі ў поўнай меры адпачыць у цішыні. Па ўсім гатэлі разасланы дываны з вельмі тоўстым ворсам, які паглынае гукі крокаў, а ў нумарах устаноўлены гукаізаляцыйныя вокны. Адміністрацыя наняла спецыяльнага чалавека, які прадухіляе магчымыя шумы і гукі.

#### Huvafen Fushi на Мальдывах

Шырока вядомы факт, што назіранне за рыбкамі, якія плаваюць у акварыуме, спрыяе стабілізацыі ціску і здымае стрэсавы стан. У спа-цэнтры гатэля, размешчаным пад вадой, праз панарамныя вокны можна гадзінамі назіраць за экзатычнымі насельнікамі мора. У такой абстаноўцы стрэсавыя сітуацыі шчасна пераадольваюцца.

#### Andaz Liverpool Street – Hyatt Hotels and Resorts у Вялікабрытаніі

Англійскі гатэль прапануе сваім кліентам чытанне казак перад сном. Дарэчы, паслуга карыстаецца вялікай папулярнасцю. Некаторыя госці прыязджаюць сюды паўторна, каб прыняць сеансы своеасаблівай тэрапіі. Адміністрацыя гатэля прыцягвае для чытання казачных гісторый вядомых пісьменнікаў і журналістаў.

#### Hilton Sao Paulo Morumbi ў Бразіліі

Паслуга, якая аказваецца ў гатэлі, – палёты на верталёце па крамах, у музеі і іншыя месцы, куды жадаюць трапіць турысты. Аматарам глядзець на горад не з акна наземнага транспарту, а з вышыні птушынага палёту, прапанова прыйдзеца даспадобы!

#### Barnsley Gardens Resort у ЗША

У штаце гасцініцы маецца фея, якая ўпрыгожвае нумары россыпам ружовых пялёсткаў і дастаўляе кліентам шампанскае з шакаладам. Дзякуючы клопатам казачнай гераіні ў гасцей нязменна добры настрой.

#### Bernerhof у Швейцарыі

Персанал гатэля ў мястэчку Гштаад прапануе асаблівую праграму – поўны адпачынак. Раніцай кожны кліент гатэля атрымлівае крокамер: чым менш будзе на працягу дня кліентам зроблена крокаў, тым больш шыкоўную вячэру ён

атрымае. Безумоўна, усе стравы даставяць у нумар, бо лішнія рухі тут не вітаюцца. (Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта *be.tierient.com*)

## Тэкст 12.

У Турцыі зноў выступаюць за абмежаванне сістэмы “ўсё ўключана”

Зніжэнне расходаў замежных турыстаў у Турцыі зноў ажывілі дыскусію аб “шкоднасці” для турыстычнага сектара краіны сістэмы “ўсё ўключана”. Самыя зацятая праціўнікі all inclusive прапануюць забараніць гэты фармат у цэнтры курортаў. Чаму?

Турэцкі статыстычны інстытут (TSI) апублікаваў дадзеныя аб расходах замежных турыстаў. Як аказалася, іншаземныя госці больш не купляюць дываны і дарагія аздабленні. Больш ахвотна яны трацяць грошы на куплю адзення і абутку.

Мясцовыя эксперты звяртаюць увагу на трывожную тэндэнцыю. Па меры павелічэння ўязнога патоку сярэднія выдаткі замежных падарожнікаў у Турцыі скарачаюцца.

Прадстаўнікі турэцкага гандлю лічаць, што all inclusive “забівае” іх бізнес. На іх думку, стандарты гэтага фармату трэба перагледзець, каб у гандлю і гатэля была “сумленая канкурэнцыя” за выдаткі турыста. Сёння ў Гандлёва-прамысловай палате Манаўгата (Сідэ) упэўнены, што сістэма “ўсё ўключана” шкодзіць турызму і бізнесу Турцыі: турыст сядзіць у гатэлі, не падарожнічае па краіне, не траціць грошы на гастраномію і пакупкі за межамі гатэля.

Гандлёва-прамысловая палата Манаўгата звярнулася ў Міністэрства турызму і культуры Турцыі з просьбай перагледзець стандарты all inclusive і вызначыць рэгіёны, дзе работа гатэляў у такім фармаце не будзе наносіць шкоду іншаму бізнесу. У звароце ідзе апеляцыя да таго факта, што Турцыя ўзяла курс на якаснага турыста, здольнага патраціць не менш за 1000 долараў за візіт.

Аб гэтым жа гавораць і рамеснікі Аланы. Прэзідэнт мясцовай Палаты гандляроў і рамеснікаў Нуры Дэмір заявіў, што крамнікі Аланы згубілі надзею на заробкі. Па яго словах, у той час як “гатэлі поўныя, магазіны стаяць пустымі”. Пры гэтым многія гандляры, каб адкрыць магазін к сезону, бралі крэдыт. Але гэтыя пазыковыя сродкі аддаваць няма з чаго: прыбытак у прадпрымальнікаў адсутнічае.

Нагадаем, што дыскусія аб тым, быць ці не быць all inclusive на турэцкіх курортах, узнікае не першы раз. Зразумела, ні аб якой забароне сістэмы “ўсё ўключана” ці адмаўленні ад яе гаворка не ідзе. У Турцыі разумеюць, што курыцу, якая нясе залатыя яйкі, рэзаць нельга. Паказальна, што дзяржава не ўмешваецца ў публічныя абмеркаванні гэтай тэмы. Тым не менш для турэцкага грамадства і СМІ тэма цалкам актуальная.

Як лічаць прадстаўнікі турэцкіх кампаній, турысты сталі менш траціць па некалькіх прычынах. Першая прычына датычыць усіх замежнікаў – напрамак зваротны, гэта значыць многія адпачываюць у Турцыі не ўпершыню, таму экскурсіі і мясцовы шопінг ім ужо “прыеліся” (і дываны ўжо ніхто не купляе).

Другая прычына заключаецца ў павышэнні кошту адпачынку ў Турцыі. “Турысты ёсць, іх многа, але грошай у горадзе і на экскурсіі яны не трацяць. 90 % сваіх сродкаў на адпачынак яны аддалі на гатэль. У цяперашні час гатэлі занадта дарагія. Калі нашы госці і не адмаўляюцца ад адпачынку ў Турцыі, то яны дакладна не гатовы траціць больш”, – адзначыў прадстаўнік турэцкай кампаніі. Аб гэтым сведчаць і канкрэтныя лічбы. Так, продаж экскурсій у многіх кампаній ужо знізіўся на 30 %. Больш за тое, нягледзячы на рост уязнога патоку, спад назіраецца нават у магазінах duty free ў аэрапорце Анталы. Сёння сярэднедзённы абарот продажу касметыкі і парфюмерыі там складае ўсяго 7–9 тысяч долараў. (Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта *tio.by*)

### Тэкст 13. У Прагу на 2 дні

Калі вы першы раз плануеце паездку па Еўропе, пачаць знаёмства з ёй лепш з візіту ў Прагу – старажытны горад, з якога не хочацца з’язджаць. І хай нават на наведванне Прагі адведзена ўсяго толькі 2 дні, і за гэты час у горадзе знойдзецца што паглядзець.

Якія ж славутасці ёсць у Празе? Без усялякага перабольшання можна сказаць, што ўся Прага – гэта адна суцэльная славутасць. Гуляць тут можна бясконца доўга, кожны дзень адкрываючы для сябе новую, нязведаную Прагу.

Пачаць знаёмства з Прагай лепш са Старамесцкай плошчы, сапраўднага сэрца гэтага старадаўняга горада. Кожную гадзіну тут збіраюцца натоўпы турыстаў, каб убачыць Пражскія куранты з ляльным тэатрам, размешчаныя на сцяне ратушы.

Наступны пункт прагулкі – Пражскі Град, дзе на працягу доўгага часу знаходзіўся цэнтр палітычнага кіравання краінай. Сёння ў Пражскім Градзе размешчана прэзідэнцкая рэзідэнцыя, патрапіць у якую даволі складана. Але ўсе астатнія часткі гэтага ўнікальнага музея пад адкрытым небам даступныя для агляду. Тут гасцей горада чакаюць дзіўныя па сваёй прыгажосці парк і сады: Каралеўскі, Райскі, На Валах.

Сярод мноства архітэктурных славутасцей асабліваю цікавасць выклікае Злата вулачка – былое месца жыхарства залатых спраў майстроў. Яна практычна не змянілася з часоў Сярэднявечча, калі тут чаканілі залатыя манеты і варажылі алхімікі ў пошуках філасофскага каменя.

Аматарам царкоўнай архітэктуры цікавым падасца наведванне кафедральнага сабора Святога Віта. Цяперашняя рэзідэнцыя арцыбіскупа Прагі адметная і тым, што яна будавалася цэлых 700 гадоў.

Некаторы час знаходжання ў Празе варта прысвяціць наведванню яўрэйскага квартала Ёзэф. Тут захаваліся ўнікальныя старадаўнія будынкі, сінагогі, ратушы і могілкі. Аб гісторыі квартала і яго жыхароў можна даведацца падрабязней пры наведванні Дзяржаўнага яўрэйскага музея.

Маленькім падарожнікам, напэўна, прыйдзецца даспадобы размешчаны ў Празе Музей Лега. Тут можна не толькі ўбачыць дзіўныя кампазіцыі, цалкам выбудаваныя з дэталей канструктараў, але і стварыць свой уласны экспанат.

А вось візіт у Каралеўства чыгунак будзе цікавы не толькі дзецям, але і іх бацькам. На адносна невялікай плошчы размясцілася самая вялікая мадэль чэшскіх чыгунак, якая ўключае ў сябе 121 метр шляхоў, узноўленыя ў дробязях гарады, пасёлкі і чыгуначныя станцыі. (Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта *be.tierient.com*)

#### Тэкст 14.

Свята, якое заўжды з табою: экспрэс-гайд па Парыжы

Парыж з поўным правам можна лічыць адным з самых рамантычных і рамантызаваных гарадоў свету. Сталіца Францыі паслужыла калыскай для Клода Манэ, Шарля Перо, Эдыт Піяф і іншых знакамітых культурных дзеячаў. Парыжу прысвячалі вершы, карціны, фільмы і музыкальныя творы. Горад на Сене стаў здабыткам поп-культуры, дзякуючы чаму кожны год ён прымае мільёны турыстаў. У Парыжы сапраўды ёсць на што паглядзець. Гэта горад з выдатнай архітэктурай і шырокім спектрам славурых мясцін. Да таго ж, яго нельга назваць вельмі вялікім. Перамяшчацца зручна пешшу або на веласіпедзе, які з лёгкасцю можна арандаваць на кожным кроку. Пры гэтым у Парыжы добра развіта і транспартная сувязь. Тут ажно 16 ліній метро, а станцыі размешчаны амаль паўсюдна. Каб не заблудзіць у падземцы, варта загрузіць неабходныя дадаткі на свой тэлефон. Узброіўшыся картамі, можна пачынаць доўгачаканае падарожжа.

Эйфелева вежа – самая вядомая славурая мясціна Парыжа. Металічнае збудаванне вышыняй 300 метраў знаходзіцца на Марсавым полі. Першапачаткова праект павінен быў служыць толькі аркай для сусветнай выставы 1889 года. Але эскіз Гюстава Эйфеля прадугледжваў не проста арчны праём, а цэлую вежу. Каманда Эйфеля збудавала вежу за 2 гады і 2 месяцы. З цягам часу Эйфелева вежа стала візітнай карткай Парыжа. Марсава поле з'яўляецца сёння выдатным месцам для пікніка і сузіраннем велічнага шэдэўра архітэктуры. Тут вас сустрэнуць не толькі такія ж турысты з пакрывалам і ежай, але і батальён гандляроў з сувенірамі. Набраўшыся смеласці, адпраўляйцеся пакараць саму вежу. Рэкамендуем купіць білет онлайн, каб пазбегнуць доўгай чаргі.

Вежа Манпарнас – другі па вышыні (пасля Эйфелевай вежы) будынак у Парыжы. Адсюль адкрываецца чароўны від на город. Наведванне вежы дапаможа лепш зарыентавацца і адчуць маштабы рэгіёна. Да таго ж, гэта не Эйфелева вежа з яе чэргамі. Трапіць на Манпарнас значна прасцей. Пры жаданні і магчымасці адпраўляйцеся ў рэстаран на верхнім паверсе і паглядзіце на Парыж за абедам. Дарэчы, недалёка ад вежы можна знайсці ўваход у падземныя катакомбы. Тунэль звязвае старажытныя рымскія каменяломні, куды былі звезены рэшткі каля 6 мільёнаў чалавек. Жудасна, але займальна.

На левым беразе Сены размешчаны багаты паркавы комплекс. Там жа стаіць Люксембургскі палац, які пабудаваны ў XVII стагоддзі і выдатна захаваны да нашых дзён. Парк прапаноўвае вялізныя прысады, дзе можна зручна размясціцца на траве або лаўках. Насупраць увахода ў палац знаходзіцца кругавы фантан Медычы. Для аматараў пагуляць у вялікі тэніс на тэрыторыі парку

абсталявана некалькі кортаў. Таксама ў паркавай зоне можна знайсці нямала дзіцячых пляцовак.

Бясспрэчна, Луўр – адзін з самых папулярных музеяў свету. Але гэта не той музей, куды можна заходзіць прыхваткамі. Наведванне Луўра лепш спаланаваць загадзя. Варта ўлічваць габарыты будынку і насычанасць залаў. Паглядзіце карты сектараў у інтэрнэце і выберыце эпохі, якія вам даспадобы. Інакш рызыкуеце знікнуць у музеі на некалькі дзён. Калі ж хочацца паглядзець усё – аніякіх праблем. Луўр бясплатна адкрывае дзверы кожную пятніцу пасля 18.00. Аднак убачыць на свае вочы загадкавую Мона Лізу атрымаецца толькі прабіўшыся праз натоўп турыстаў. Улічвайце, што па выхадных днях натоўп значна павялічваецца. Рэкамендуем адпраўляцца ў музей у будні дзень. Тады можна няспешна аглядзець і дэкор палацаў XVIII стагоддзя, і старажытную зброю егіпцянаў. Акрамя Луўра, Парыж можа пахваліцца музеям у цэнтры Жоржа Пампіду, музеям Арсэ, Люксембургскім музеям і яшчэ цэлым спісам месцаў для культурнага ўзбагачэння.

Манмартр – 130-метровы ўзгорак на поўначы Парыжа. Гэта найвышэйшы пункт сталіцы, калі не лічыць пабудовы. Каб трапіць сюды, не прыйдзецца плаціць грошай, неабходна толькі прабіцца праз натоўп турыстаў, якія жадаюць паглядзець на горад з вышыні. Вечарам тут збіраюцца людзі, таму паспяшайце заняць свабоднае месца на траве або прыступках. З Манмартра адкрываецца дзівосны від на Парыж. Цудоўнае месца для таго, каб сустрэць святанне ці палюбавацца заходам. На ўзгорку таксама размешчана базіліка Сакрэ-Кёр. Будынак, узведзены ў рымска-візантыйскім стылі, можна ўбачыць з амаль любога высокага пункта горада. Таму ён, напэўна, завалодае вашай увагай. Спусціўшыся з узгорка, вы зможаце пагрузіцца ў разгульны свет начнога Парыжа. Тут маецца цэлая вулачка, адведзеная пад прадпрыемствы для дарослых. А непадалёк размешчана вядомае кабарэ Мулен-Руж. *(Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта tio.by)*

#### Тэкст 15.

#### Што паглядзець у Венецыі?

Карнавалы, гандолы, маскі, бязмежная рамантыка, каналы, вузкія вулачкі... Менавіта такія асацыяцыі выклікае Венецыя – жамчужына сонечнай Італіі.

Апынуўшыся ў Італіі, агляд славутых мясцін Венецыі варта пачаць з прагулкі па яе вуліцах. Зусім не абавязкова ісці туды, куды накіроўваецца асноўная маса турыстаў, бо ў шумнай кампаніі складаней атрымаць асалоду ад прыгажосці мясцовай архітэктуры. Венецыянская атмасфера паглыне вас з першых хвілін!

Калі позна ўвечары або раніцай вы знойдзеце трохі вольнага часу для наведвання плошчы Сан Марка ў Венецыі, то зможаце паглыбіцца ў свет магіі і архітэктурнай дасканаласці практычна ў поўнай адзіноце. У гэты час турыстаў тут вельмі мала, і нішто не адцягне вас ад прагулкі. Галоўнай жывой славутасцю плошчы з'яўляюцца галубы. Тут іх велізарная колькасць! Іх з'яўленне звязваюць з прыгожай легендай, якая апавядае аб тым, што шмат гадоў таму гэтыя птушкі

цудоўным чынам асвятлілі толькі што ўзведзеную базіліку Святога Марка.

Найбольш даступны і просты спосаб пазнаёміцца са славымі мясцінамі Венецыі – прагулка па Гранд Канале на катары. Вы будзеце здзіўлены відамі прыгожых будынкаў, якія выходзяць на канал. Можна скарыстацца паслугамі ўладальнікаў катараў, якія прапануюць два маршруты. Першы маршрут прадугледжвае павольную прагулку з вялікай колькасцю прыпынкаў, а другі маршрут разлічаны на турыстаў, абмежаваных у часе.

Яркія ўражанні гарантаваны пры наведванні астравоў, размешчаных непадалёк ад Венецыянскай лагуны. На востраве Мурана можна набыць упрыгожванні з легендарнага муранскага шкла. А востраў Бурана здзівіць вас яркімі дамамі, якія выклікаюць усмешку. Тут жа вырабляюць уручную знакамітыя на ўвесь свет карункі. Насупраць вострава размешчаны не менш знакаміты аб'ект – востраў Тарчэла, дзе захаваліся старадаўнія храмы: сабор Санта Марыя Ассунта і царква Санта Фоска.

Асаблівай увагі заслугоўваюць масты. Цяжка ўявіць, колькі мастоў звязваюць Венецыю! А іх тут больш за чатырыста. Найбольш папулярныя ў турыстаў Мост уздыхаў (або Мост пацалункаў), мост Рыяльта і мост Канстытуцыі.

Самым прыгожым італьянскім саборам без перабольшання з'яўляецца базіліка Сан Марка (сабор Святога Марка), якая ўражвае пышнасцю і маштабнасцю архітэктурных формаў. З яе гаўбцоў адкрываюцца раскошныя віды на галоўную венецыянскую плошчу. Сёння ў саборы працуюць некалькі музеяў.

Непадалёк ад сабора бачны палац Дожаў, які ў Венецыі ды і ва ўсёй Італіі лічыцца ўзорам сярэднявечнага збудавання гатычнага стылю. За ўмераную плату вы зможаце на свае вочы ўбачыць раскошу, уласціваю эпосе Венецыянскай рэспублікі. Пры жаданні можна наведаць знакамітыя турмы, якія размешчаны ўнутры Моста уздыхаў.

Яшчэ адзін раскошны палац – Ка'д'Ора, які ў Венецыі называюць “Залатым домам”. Гэта звязана з багаццем у дэкоры сусальнага золата. Палац – яркі ўзор тыповай венецыянскай готыкі.

Вядома, Венецыя – не адзіны прыгожы горад Італіі, варта зазірнуць і ў іншыя: Рым, Верону, Падую, Неапаль, Геную. (Паводле матэрыялаў інтэрнэт-сайта [be.tierient.com](http://be.tierient.com))



## АКТУАЛЬНЫ РУСКА-БЕЛАРУСКІ СЛОЎНІК ТУРЫСТЫЧНЫХ ТЭРМІНАЎ

### А

- Авиаперевозчик** – авіяперавозчык, -а  
**Авиарейс** – авіярэйс, -а  
**Авиатариф** – авіятарыф, -у  
**Авиационный маршрут** – авіяцыйны маршрут  
**Авиационный тур** – авіяцыйны тур  
**Авиационный туризм** – авіяцыйны турызм  
**Автобусный маршрут** – аўтобусны маршрут  
**Автобусный тур** – аўтобусны тур  
**Автобусный туризм** – аўтобусны турызм  
**Автоматраль** – аўтамагістраль, *мн.* -лі, -лей і -ляў  
**Автомобильный туризм** – аўтамабільны турызм  
**Автотрасса** – аўтатраса  
**Автотурбаза** – аўтатурбаза  
**Агент** – агент, -а  
**Агентское вознаграждение** – агенцкая ўзнагарода  
**Агротуризм** – агратурызм, -у  
**Агроусадьба** – аграсядзіба  
**Агрэкотурызм** – аграэкатурызм, -у  
**Адаптация к высоте** – адаптацыя да вышыні  
**Администратор** – адміністратар, -а  
**Акватория** – акваторыя  
**Акватория** – акваторыя  
**Аквизиция** – аквізіцыя  
**Акклиматизация** – акліматызацыя  
**Аккредитация** – акрэдытацыя  
**Активный туризм** – актыўны турызм  
**АктUARный риск** – актуарная рызыка  
**Альпеншток** – альпеншток, -а  
**Альпинизм** – альпінізм, -у  
**Альпинистский приют** – альпінісцкі прытулак  
**Альтернативный туризм** – альтэрнатыўны турызм  
**«А-ля карт»** – “А-ля карт”  
**Американский план** – амерыканскі план  
**Американский завтрак** – амерыканскае сьнеданне  
**Английский завтрак** – англійскае сьнеданне  
**Аниматор** – аніматар, -а  
**Анимация** – анімацыя

**Аннулирование** – ануляванне  
**Аннуляционный штраф** – ануляцыйны штраф  
**Аннуляция** – ануляцыя  
**Анонимный пансион** – ананімны пансіён  
**«А парт»** – “А парт”  
**Апарт-отель** – апарт-гатэль, -ля  
**Атрибуция** – атрыбуцыя  
**Аттестация** – атэстацыя  
**Археологическая экскурсия** – археалагічная экскурсія  
**Аэропорт** – аэрапорт, -а

## Б

**Багаж** – багаж, у  
**Багажная квитанция** – багажная квітанцыя  
**База отдыха** – база адпачынку  
**Базовый лагерь** – базавы лагер  
**Бальнеологический курорт** – бальнеалагічны курорт  
**Бармен** – бармэн, -а  
**Бартер** – бартар, -у  
**Басбой** – басбой, -я  
**Безотзывное бронирование** – браніраванне без адклікання  
**Бейсджампинг** – бэйсджампінг, -а  
**Беллмен** – белмэн, -а  
**Береговое обслуживание** – берагавое абслугоўванне  
**Бермудский план** – Бермудскі план  
**Бесплатная услуга** – бясплатная паслуга  
**Бесплатный трансфер** – бясплатны трансфер  
**Беспошлинный ввоз** – бяспошлінны ўвоз  
**Бивак** – бівак, -а  
**Бивачный мешок** – бівачны мяшок  
**Бизнес-поездка** – бізнес-паездка  
**Бизнес-отель** – бізнес-гатэль, -ля  
**Бизнес-класс** – бізнес-клас, -у  
**Бизнес-тур** – бізнес-тур, -а  
**Бизнес-туризм** – бізнес-турызм, -у  
**Биотуризм** – біятурызм, -у  
**Быстро** – бістро  
**Ближний туризм** – блізкі турызм  
**Блок мест** – блок месцаў  
**Блок-чартер** – блок-чартар, -у  
**Ботанический сад** – батанічны сад

**Ботель** – батэль, -ля  
**Бронирование** – браніраванне  
**Бунгало** – бунгала  
**Бутик-отель** – буцік-гатэль, -ля  
**Буфет** – буфет, -а  
**Бюджет времени** – бюджэт часу  
**Бюро обслуживания** – бюро абслугоўвання

## **В**

**Варочная посуда** – варачны посуд  
**Ваучер** – ваўчар, -а  
**Вегетарианский стол** – вегетарыянскі стол  
**Ведущий** – вядучы  
**Вейкборд** – вейкборд, -а  
**Велосипедный туризм** – веласіпедны туризм  
**Велотуризм** – велатуризм, -у  
**Верховой туризм** – верхавы туризм  
**Виндсерфинг** – віндсерфінг, -а  
**Виза** – віза  
**Визитер** – візіцёр, -а  
**Визовая поддержка** – візавая падтрымка  
**Вилла** – віла  
**Винно-гастрономический туризм** – вінна-гастранамічны туризм  
**Винный тур** – вінны тур  
**Винный туризм** – вінны туризм  
**ВИП-гость / VIP-гость** – ВІП-госць, -ця / VIP-госць, -ця  
**ВИП-клиент / VIP-клиент** – ВІП-кліент, -а / VIP-кліент, -а  
**ВИП-обслуживание / VIP-обслуживание** – ВІП-абслугоўванне / VIP-абслугоўванне  
**ВИП-сервис / VIP-сервис** – ВІП-сэрвіс, -у / VIP-сэрвіс, -у  
**Вместимость гостиницы** – умяшчальнасць гасцініцы  
**Внешний посетитель** – знешні наведвальнік  
**Внешний туризм** – знешні туризм  
**Внешний турист** – знешні турыст  
**Внешний туроператор** – знешні тураператар  
**Внутренний посетитель** – унутраны наведвальнік  
**Внутренний туризм** – унутраны туризм  
**Внутренний турист** – унутраны турыст  
**Внутренний туроператор** – унутраны тураператар  
**Водный туризм** – водны туризм  
**Возвратное квотирование** – зваротнае кватаванне  
**Воздушный перевозчик** – паветраны перавозчык

**Восхождение** – узыходжанне, узыход, -у  
**Время закрытия дня** – час закрыцця дня  
**Время освобождения номера** – час вызвалення нумара  
**Время предоставления номера** – час давання нумара  
**«Все включено»** – “усё ўключана”  
**Встреча и проводы** – сустрэча і праводзіны  
**Въездной туризм** – уязны туризм  
**Выездной туризм** – выязны туризм  
**Выселение** – высяленне  
**Высокий сезон** – высокі сезон

## Г

**Гарантированное бронирование** – гарантыванае браніраванне  
**Гастрономический тур** – гастронамічны тур  
**Гастрономический туризм** – гастронамічны туризм  
**Гастротур** – гастратур, -а  
**Гастротуризм** – гастратурызм, -у  
**Гид** – гід, -а  
**Гидрокостюм** – гідракасцюм, -а  
**Горнолыжный туризм** – гарналыжны туризм  
**Горничная** – пакаёўка  
**Горный туризм** – горны туризм  
**Городок развлечений** – гарадок забаў  
**Городская экскурсия** – гарадская экскурсія  
**Городской отель** – гарадскі гатэль  
**Горящий тур** – гарачы тур  
**Гостевой чек** – гасцявы чэк  
**Гостеприимство** – гасціннасць  
**Гостиница** – гасцініца  
**Гостиница делового назначения** – гасцініца дзелавога прызначэння  
**Гостиница для продолжительного размещения** – гасцініца для працяглага размяшчэння  
**Гостиничная деятельность** – гасцінічная дзейнасць  
**Гостиничная услуга** – гасцінічная паслуга  
**Гостиничная цепь** – гасцінічны ланцуг  
**Гостиничное предприятие** – гасцінічнае прадпрыемства  
**Гостиничное хозяйство** – гасцінічная гаспадарка  
**График движения** – графік руху  
**Группа туристов** – група турыстаў  
**Групповая экскурсия** – групавая экскурсія  
**Групповой тур** – групавы тур  
**Групповой инклюзивный тур** – групавы інклюзіўны тур

**Групповые цены** – групавыя цэны  
**Групповой туризм** – групавы турызм

## Д

**Дайвинг** – дайвінг, -а  
**Дайвингист** – дайвінгіст, -а  
**Дальний туризм** – далёкі турызм  
**Дата снятия брони** – дата зняцця броні  
**Дача** – лецішча  
**Двойное бронирование** – дваіное браніраванне  
**Двухместный номер** – двухмесны нумар  
**Деловой туризм** – дзелавы турызм  
**Делюкс** – дэлюкс  
**Дендрарий** – дэндрарый, -рыя  
**Дендрологический парк** – дэндралагічны парк  
**Дендропарк** – дэндрапарк, -у  
**День заезда** – дзень заезду  
**День отъезда** – дзень ад’езду  
**Дестинация** – дэстынацыя  
**Детско-юношеский туризм** – дзіцяча-юнацкі турызм  
**Диггерство** – дыгерства  
**Диетический ресторан** – дыетычны рэстаран  
**Дисконт** – дысконт, -у  
**Дневка** – днёўка  
**Договор франшизы** – дагавор франшызы  
**Долгосрочный туризм** – доўгатэрміновы турызм  
**Дом отдыха** – дом адпачынку  
**Дополнительные услуги** – дадатковыя паслугі  
**Дорожный чек** – дарожны чэк  
**Достопримечательность** – славутасць, выдатнасць, славутая мясціна  
**Досуг** – забава  
**Доход** – даход, -у  
**Дьюти-фри** – дзьюці-фры

## Е

**Европейский план** – Еўрапейскі план  
**Единовременная вместимость** – аднаразовая ўмяшчальнасць

## Ж

**Железнодорожный круиз** – чыгуначны круіз  
**Железнодорожный маршрут** – чыгуначны маршрут  
**Железнодорожный тур** – чыгуначны тур  
**Жизненный цикл тура** – жыщцёвы цыкл тура

## З

**Загородная экскурсия** – загарадная экскурсія  
**Заказник** – заказнік, -а  
**Заказной тур** – заказны тур  
**Заселение** – засяленне  
**Заслон** – заслон, -у  
**Защитная каска** – ахоўная каска  
**Защитные очки** – ахоўныя акуляры  
**Защитный шлем** – ахоўны шлем  
**Заказ на туристическую услугу** – заказ на турыстычную паслугу  
**Замкнутый круговой маршрут** – замкнуты кругавы маршрут  
**Зеленый коридор** – зялёны калідор  
**Зимний туризм** – зімовы туризм  
**Зона отдыха** – зона адпачынку  
**Зоотуризм** – зоатуризм, -у

## И

**Издержки** – выдаткі  
**Имидж** – імідж, -у  
**Индивидуальная экскурсия** – індывідуальная экскурсія  
**Индивидуальное обслуживание** – індывідуальнае абслугоўванне  
**Индивидуальный тур** – індывідуальны тур  
**Индивидуальный туризм** – індывідуальны туризм  
**Индустрия гостеприимства** – індустрыя гасціннасці  
**Индустрия туризма** – індустрыя турызму  
**Инициативный туроператор** – ініцыятыўны тураператар  
**Инклюзив-тур** – інклюзіў-тур, -а  
**Иностранный посетитель** – замежны наведвальнік  
**Иностранный туризм** – замежны туризм  
**Инсентив-туризм** – інсентыў-турызм, -у  
**Информационный чек** – інфармацыйны чэк  
**Искусствоведческая экскурсия** – мастацтвазнаўчая экскурсія  
**Исполнитель туристической услуги** – выканаўца турыстычнай паслугі  
**Историческая экскурсия** – гістарычная экскурсія

## К

- Каботажная цена** – кабатажная цана
- Караванный туризм** – караванны туризм
- Карта прибытия** – карта прыбыцця
- Категория сложности маршрута** – катэгорыя складанасці маршруту
- Кафе** – кафэ, кавярня
- Качество туристического обслуживания** – якасць турыстычнага абслугоўвання
- Квалификационный туризм** – кваліфікаваны туризм
- Кейтеринг** – кейтэрынг, -а
- Кемпинг** – кемпінг, -а
- Клиент** – кліент, -а
- Класс обслуживания** – клас абслугоўвання
- Климатический курорт** – кліматычны курорт
- Клуб** – клуб, -а
- Клуб-отель** – клуб-гатэль, -ля
- Клуб туристов** – клуб турыстаў
- Клубный отдых** – клубны адпачынак
- Койко-место** – ложка-месца, ложка-месца
- Кольцевой маршрут** – кальцавы маршрут
- Комбинированный билет** – камбінаваны білет
- Комбинированный маршрут** – камбінаваны маршрут
- Комиссионные** – камісійныя
- Коммерческая норма** – камерцыйная норма
- Коммерческий отель** – камерцыйны гатэль
- Коммерческий туризм** – камерцыйны туризм
- Комнатный лист** – пакаёвы ліст
- Комнатный сервис** – пакаёвы сэрвіс
- Комплексное обслуживание** – комплекснае абслугоўванне
- Комплексный тур** – комплексны тур
- Конгрессная гостиница** – кангрэсная гасцініца
- Конгрессный туризм** – кангрэсны туризм
- Конец маршрута** – канец маршруту
- Конный туризм** – конны туризм
- Консьерж** – кансьерж, -а
- Континентальный завтрак** – кантынентальнае сьнеданне
- Континентальный план** – кантынентальны план
- Континентальный туризм** – кантынентальны туризм
- Контрольный срок** – кантрольны тэрмін
- Конъюнктура туристического рынка** – кан'юнктура турыстычнага рынку
- Коркидж** – коркідж, -у
- Коэффициент загрузки в гостинице** – каэфіцыент загрузкі ў гасцініцы

**Краткосрочный туризм** – кароткатэрміновы туризм  
**Кроссинг-тур** – кросінг-тур, -а  
**Круглогодичный маршрут** – круглагадовы маршрут  
**Круглогодичный туризм** – круглагадовы туризм  
**Круиз** – круіз, -у  
**Круизные перевозки** – круізныя перавозкі  
**Культурно-туристическая зона** – культурна-турыстычная зона  
**Купально-пляжный туризм** – купальна-пляжны туризм  
**Купание** – купанне  
**Курорт** – курорт, -а  
**Курортная гостиница** – курортная гасцініца  
**Курортный сбор** – курортны збор

## Л

**Лагерная стоянка** – лагерная стаянка  
**Ландшафт** – ландшафт, -у  
**Ледовый молоток** – лядовы малаток  
**Ледоруб** – ледасек, -а  
**Лесной туризм** – лясны туризм  
**Летный купон** – лётны купон  
**Лечебный туризм** – лячэбны туризм  
**Линейный маршрут** – лінейны маршрут  
**Линии расположения гостиниц** – лініі размяшчэння гасцініц  
**Литературная экскурсия** – літаратурная экскурсія  
**Лобби** – лобі  
**Лобби туроператоров** – лобі тураператараў  
**Лобби-бар** – лобі-бар, -а  
**Лыжный туризм** – лыжны туризм  
**Люкс-апартамент** – люкс-апартамент, -а

## М

**Маршрут выходного дня** – маршрут выхаднога дня  
**Маршрут туристического путешествия** – маршрут турыстычнага падарожжа  
**Маршрутные документы** – маршрутныя дакументы  
**Маршрутный тур** – маршрутны тур  
**Материальные туристические блага** – матэрыяльныя турыстычныя даброты  
**Медицинский туризм** – медыцынскі туризм  
**Международный туризм** – міжнародны туризм  
**Международный туристический ваучер** – міжнародны турыстычны ваўчар  
**Менеджер по туризму** – менеджар па турызме



**Менеджмент-контракт** – менеджмент-кантракт, -а  
**Менеджмент персонала** – менеджмент персаналу  
**Меню** – меню  
**«Мертвый» сезон** – “мёртвы” сезон  
**Место** – месца  
**Место назначения** – месца прызначэння  
**Мини-бар** – міні-бар, -а  
**Мини-гостиница** – міні-гасцініца  
**Мини-отель** – міні-гатэль, -ля  
**Многодневный маршрут** – шматдзённы маршрут, мнагадзённы маршрут  
**Многоплановая экскурсия** – шматпланавая экскурсія, мнагапланавая экскурсія  
**Модифицированный американский план** – мадыфікаваны амерыканскі план  
**Молодежный туризм** – моладзевы туризм, маладзёжны туризм  
**Морской круиз** – марскі круіз  
**Морской туризм** – марскі туризм  
**Мотель** – матэль, -ля  
**Мотивы туризма** – матывы турызму  
**Музейная экскурсия** – музейная экскурсія

## Н

**Надувная лодка** – надзіманая лодка  
**Национальный парк** – нацыянальны парк  
**Национальный туризм** – нацыянальны туризм  
**Национальный туристический продукт** – нацыянальны турыстычны прадукт  
**Начало маршрута** – пачатак маршруту  
**Начало тура** – пачатак тура  
**Негарантированное бронирование** – негарантаванае браніраванне  
**Негибкая цена** – нягнуткая цана  
**Недостаток услуги** – недахоп паслугі  
**Незаезд** – незаезд, -у  
**Неорганизованный туризм** – неарганізаваны туризм  
**Несезон** – несезон, -у  
**Низкий сезон** – нізкі сезон  
**Номер** – нумар, -а  
**Номер люкс** – нумар люкс  
**Номерной фонд** – нумарны фонд  
**Норма багажа** – норма багажу  
**Норма размещения** – норма размяшчэння  
**Ностальгический туризм** – настальгічны туризм  
**Ночевка** – начлег, -у  
**Ночной клуб** – начны клуб

## О

**Обзорная экскурсия** – аглядная экскурсія  
**Образовательный туризм** – адукацыйны туризм  
**Обслуживание туристов** – абслугоўванне турыстаў  
**Общежитие** – інтэрнат, -а  
**Общественный пляж** – грамадскі пляж  
**Обязательная сертификация услуг** – абавязковая сертыфікацыя паслуг  
**Однодневный посетитель** – аднадзённы наведвальнік  
**Одноместный номер** – аднамесны нумар  
**Оздоровительно-туристический лагерь** – аздарыўленча-турыстычны лагерь  
**Оздоровительный поход** – аздарыўленчы паход  
**Ознакомительный тур** – азнаямленчы тур  
**Ознакомительная поездка** – азнаямленчая паездка  
**Оплата по факту оказания услуг** – аплата па факце аказання паслуг  
**Оптовый продавец туров** – аптовы прадавец тураў  
**Организатор тура** – арганізатар тура  
**Организованный туризм** – арганізаваны туризм  
**Ориентирование** – арыентаванне  
**Основная услуга** – асноўная паслуга  
**Основной перевозчик** – асноўны перавозчык  
**Островной туризм** – астраўны туризм  
**Отель** – гатэль, -ля  
**Отельер** – гатэльер, -а  
**Открытый билет** – адкрыты білет  
**Отпускной маршрут** – адпускны маршрут  
**Отчет о походе** – справаздача аб паходзе  
**Оферта** – аферта

## П

**Пакет-тур** – пакет-тур, -а  
**Пакет услуг** – пакет паслуг  
**Пакетный тур** – пакетны тур  
**Палатка-мешок** – палатка-мяшок, палаткі-мяшка  
**Паломнический туризм** – паломніцкі туризм  
**Пансион** – пансіён, -а  
**Пансионат** – пансіянат, -а  
**Параглайдинг** – параглайдынг, -а  
**Паркинг** – паркінг, -а  
**Парсейлинг** – парсейлінг, -а  
**Паспорт средства размещения** – пашпарт сродку размяшчэння  
**Пассажиروоборот** – пасажыраабарот, -у

**Пассажиropoтoк** – пaсaжыpaпaтoк, -y  
**Пaсcaжирский рейс** – пaсaжырскi рэйс  
**Пaсcaжирский тaлoн**– пaсaжырскi тaлoн  
**Пaссивный туризм** – пaсiўны туризм  
**Пaушaльный туризм** – пaўшaльны туризм  
**Пepвoпpoхoждeниe** – пepшaпpoхoджaннe  
**Пepeвeс бaгaжa** – пepaвeс бaгaжy  
**Пepeвoзкa** – пepaвoзкa  
**Пepeвoзчик** – пepaвoзчык, -a  
**Пepeeзд** – пepaeзд, -y  
**Пepeмeщeниe** – пepaмeшчэннe  
**Пepиoд oстaнoвки пpoдaж** – пepыяд cпынeння пpoдaжy  
**Пeшeхoднaя экcкypсия** – пeшaхoднaя экcкypсия  
**Пeшeхoдный туризм** – пeшaхoдны туризм  
**Пик сeзoнa** – пiк сeзoнy  
**Пикoвый сeзoн** – пiкaвы сeзoн  
**Питaниe** – xapчaвaннe  
**Питaниe пo мeню** – xapчaвaннe пa мeню  
**Плaн-кaртa** – плaн-кaртa  
**Плaтный тpaнcфep** – плaтны тpaнcфep  
**Плaцкaртa** – плaцкaртa  
**Плeж** – плeж, -a  
**Пoдтвepждeниe зaкaзa** – пaцвepджэннe зaкaзy  
**Пoeздкa** – пaeздкa  
**Пoзднee пpибытиe** – пoзнaе пpыбыццэ  
**Пoздний выeзд** – пoзнi выeзд  
**Пoзднaя oплaтa** – пoзнaя aплaтa  
**Пoзнaвaтeльный туризм** – пaзнaвaльны туризм  
**Пoлeтный кyпoн** – пaлётны кyпoн  
**Пoлный пaнсиoн** – пoўны пaнсиён  
**Пoлyпaнсиoн** – пaўпaнсиён, -a  
**Пoощpитeльный туризм** – зaaxвoчвaльны туризм  
**Пopтe** – пapцe  
**Пopядoк oплaты зaкaзa** – пapaдaк aплaты зaкaзy  
**Пoсaдoчный тaлoн** – пaсaдaчны тaлoн  
**Пoceтитeль** – нaвeдвaльнiк, -a  
**Пocтoянный туризм** – пaстaянны туризм  
**Пoтpeбитeль** – cпaжывeц, -ўцa  
**Пoтpeбитeль туристичecкoй ycлyги** – cпaжывeц тyрыcтычнaй пacлyгi  
**Пoхoд** – пaxoд, -y  
**Пoхoдный мapшpут** – пaxoдны мapшpут

**Предоставление услуги** – даванне (аказанне) паслугі  
**Предприятие питания** – прадпрыемства харчавання  
**Предприятия быстрого питания** – прадпрыемства хуткага харчавання  
**Предрегистрация** – перадрэгістрацыя  
**Презентативный туроператор** – прэзентатыўны тураператар  
**Прибыль** – прыбытак, -тку  
**Прибытие** – прыбыццё  
**Привал** – прывал, у  
**Приграничный туризм** – прыгранічны туризм  
**Приключенческий поход** – прыгодніцкі паход  
**Приморский туризм** – прыморскі туризм  
**Приоритетное бронирование** – прыярытэтнае браніраванне  
**Природоведческая экскурсия** – прыродазнаўчая экскурсія  
**Провозная плата** – правозная плата  
**Программа пребывания** – праграма знаходжання  
**Продажа сквозной перевозки** – продаж скразной перавозкі  
**Продвижение туристического продукта** – прасоўванне турыстычнага прадукту  
**Продолжительность пребывания** – працягласць знаходжання  
**Проездные групповые документы** – праязныя групавыя дакументы  
**Производственная экскурсия** – вытворчая экскурсія  
**Промежуточный период** – прамежкавы перыяд  
**Профиль маршрута** – профіль маршруту  
**Прямое бронирование** – прамое браніраванне  
**Прямой перелет** – прамы пералёт  
**Прямой полет** – прамы палёт  
**Прямой рейс** – прамы рэйс  
**Пул** – пул, -у  
**Путешественник** – падарожнік, -а  
**Путешествие** – падарожжа  
**Пэкидж-тур** – пэкідж-тур, -а  
**Предложение** – прапанова  
**Предложение туристического продукта** – прапанова турыстычнага прадукту  
**Предпочтение потребителей** – перавага спажывцоў

## **Р**

**Радиальный маршрут** – радыяльны маршрут  
**Развлечение** – забава  
**Размещение** – размяшчэнне  
**Размещение без питания** – размяшчэнне без харчавання  
**Размещение и завтрак** – размяшчэнне і снаданне  
**Ранний заезд** – ранні заезд

**Расчетный час в отеле** – разліковы час у гатэлі  
**Рафтинг** – рафтынг, -а  
**Реабилитационный туризм** – рэабілітацыйны туризм  
**Реализ-дата** – рэаліз-дата  
**Реализация туристического продукта** – рэалізацыя турыстычнага прадукту  
**Региональный туризм** – рэгіянальны туризм  
**Регулярный рейс** – рэгулярны рэйс  
**Резервирование** – рэзерваванне  
**Рейс** – рэйс, -а  
**Рек-рейт / рекрейт** – рэк-рэйт, -у / рэкрэйт, -у  
**Рекламация** – рэкламацыя  
**Рекламный тур** – рэкламны тур  
**Рекреационная зона** – рэкрэацыйная зона  
**Рекреационные сети** – рэкрэацыйныя сеткі  
**Рекреационное предприятие** – рэкрэацыйнае прадпрыемства  
**Рекреационное районирование** – рэкрэацыйнае раяніраванне  
**Рекреационные потребности** – рэкрэацыйныя патрэбы  
**Рекреационные ресурсы** – рэкрэацыйныя рэсурсы  
**Рекреационный туризм** – рэкрэацыйны туризм  
**Рекреация** – рэкрэацыя  
**Релаксационный туризм** – рэлаксацыйны туризм  
**Религиозный туризм** – рэлігійны туризм  
**Релиз-период** – рэліз-перыяд, -у  
**Рентабельность** – рэнтабельнасць  
**Репрезентативный туроператор** – рэпрэзентатыўны тураператар  
**Ресепшн / рецепция** – рэсепшн, -а / рэцэпцыя  
**Ресторан** – рэстаран, -а  
**Рецептура** – рэцэптура  
**Речной круиз** – рачны круіз  
**Речной туризм** – рачны туризм  
**Ритейлинг** – рытэйлінг, -а  
**Ротель** – ратэль, -ля  
**Рум сервис** – рум сэрвіс  
**Руководитель туристического похода** – кіраўнік турыстычнага паходу  
**Ручной багаж** – ручны багаж  
**Рюкзак** – заплечнік, -а, рукзак, -а

## С

**Самодетельный туризм** – самадзейны туризм  
**Самостраховка** – самастрахоўка  
**Санаторий** – санаторый, -ыя

**Санаторный туризм** – санаторны туризм  
**Сафари** – сафары  
**Сегментация рынка** – сегментацыя рынку  
**Сезон пик** – сезон пік  
**Сезонно-ценовой план** – сезонна-цэнасны план  
**Сезонность** – сезоннасць  
**Сезонный маршрут** – сезонны маршрут  
**Сезонный туризм** – сезонны туризм  
**Сельский туризм** – вясковы туризм  
**Семейный номер** – сямейны нумар  
**Семейный план** – сямейны план  
**Семейный туризм** – сямейны туризм  
**Сервис-бар** – сэрвіс-бар, -а  
**Серфинг** – сёрфінг, -а  
**Серфингист** – серфінгіст, -а  
**Система бронирования и резервирования** – сістэма браніравання і рэзервавання  
**Сити-тур** – сіці-тур, -а  
**Скайсерфинг** – скайсёрфінг, -а  
**Скалолазание** – скалалажанне  
**Скидка** – зніжка, скідка  
**Смотровая площадка** – аглядная пляцоўка  
**Сноубординг** – сноўбордынг, -а  
**Сопровождающий** – суправаджальнік  
**Сопутствующие услуги** – спадарожныя паслугі  
**Соседний туризм** – суседні туризм  
**Социальный туризм** – сацыяльны туризм  
**СПА-курорт / SPA-курорт** – СПА-курорт, -а / SPA-курорт, -а  
**Спасательный жилет** – выратавальная камізэлька  
**Спелеотуризм** – спелеатурызм, -у  
**Спина к спине** – спіна да спіны  
**Сплит-чартер** – спліт-чартар, -у  
**Спортивный туризм** – спартыўны туризм  
**Спрос** – попыт, -у  
**Среднесрочный туризм** – сярэднетэрміновы туризм  
**Средства размещения в туризме** – сродкі размяшчэння ў турызме  
**Средства туризма** – сродкі турызму  
**Стандартный номер** – стандартны нумар  
**Статичное меню** – статычнае меню  
**Стационарный тур** – стацыянарны тур  
**Стационарный туризм** – стацыянарны туризм  
**Стойка администратора** – стойка адміністратара

**Страхование в туризме** – страхаванне ў турызме  
**Страховка** – страхоўка  
**Страховой полис** – страхавы поліс  
**Субъекты туристической деятельности** – суб’екты турыстычнай дзейнасці  
**Субъекты туристической индустрии** – суб’екты турыстычнай індустрыі

## Т

**«Табльдот»** – “Табльдот”

**Таймшер** – таймшар, -у

**Таможенная декларация** – мытная дэкларацыя

**Таможенная пошлина** – мытная пошліна

**Таможенные льготы** – мытныя льготы

**Тематическая экскурсия** – тэматычная экскурсія

**Тематический маршрут** – тэматычны маршрут

**Теплоизоляционный коврик** – цеплаізаляцыйны дыванок

**Теплоходный маршрут** – цеплаходны маршрут

**Техника передвижения** – тэхніка перамяшчэння

**Товар** – тавар, -у

**Товарообмен** – тавараабмен, -у

**Траверс / траверсирование** – траверс, -у / траверсіраванне

**Транзит** – транзіт, -у

**Транзит-чартер** – транзіт-чартар, -у

**Транзитные перевозки** – транзітныя перавозкі

**Транзитный туризм** – транзітны турызм

**Транспортная экскурсия** – транспартная экскурсія

**Транстур** – транстур, -а

**Трансфер / трансферт** – трансфер, -у / трансферт, -у

**Трансферная зона** – трансферная зона

**Треккинг** – трэкінг, -а

**Трехместный номер** – трохмесны нумар

**Тур** – тур, -а

**Турагент** – турагент, -а

**Турагентская деятельность** – турагенцкая дзейнасць

**Туризм** – турызм, -у

**Туризм военнослужащих** – турызм ваеннаслужачых

**Туризм гостиничного типа** – турызм гасцінічнага тыпу

**Туризм негостиничного типа** – турызм негасцінічнага тыпу

**Турист** – турыст, -а

**Туристическая база / турбаза** – турыстычная база / турбаза

**Туристическая биржа / турбиржа** – турыстычная біржа / турбіржа

**Туристическая группа / тургруппа** – турыстычная група / тургрупа

**Туристическая деятельность** – турыстычная дзейнасць  
**Туристическая инфраструктура** – турыстычная інфраструктура  
**Туристическая карта** – турыстычная карта  
**Туристическая компания** – турыстычная кампанія  
**Туристическая организация** – турыстычная арганізацыя  
**Туристическая путевка** – турыстычная пуцёўка  
**Туристическая реклама** – турыстычная рэклама  
**Туристическая рента** – турыстычная рэнта  
**Туристическая фирма / турфирма** – турыстычная фірма / турфірма  
**Туристические блага** – турыстычныя даброты  
**Туристические лыжи** – турыстычныя лыжы  
**Туристические потребности** – турыстычныя патрэбы  
**Туристический атлас** – турыстычны атлас  
**Туристический бренд** – турыстычны брэнд  
**Туристический брокер / турброкер** – турыстычны брокер / турброкер, -а  
**Туристический ваучер** – турыстычны ваўчар  
**Туристический дневник** – турыстычны дзённік  
**Туристический инвентарь** – турыстычны інвентар  
**Туристический класс** – турыстычны клас  
**Туристический комплекс** – турыстычны комплекс  
**Туристический лагерь** – турыстычны лагер  
**Туристический маркетинг** – турыстычны маркетынг  
**Туристический обмен** – турыстычны абмен  
**Туристический пакет / турпакет** – турыстычны пакет / турпакет, -а  
**Туристический продукт / турпродукт** – турыстычны прадукт / турпрадукт, -у  
**Туристический рынок** – турыстычны рынак  
**Туристический сезон** – турыстычны сезон  
**Туристический центр** – турыстычны цэнтр  
**Туристическое агентство / турагентство** – турыстычнае агенцтва / турагенцтва  
**Туристическое предприятие** – турыстычнае прадпрыемства  
**Туристическое районирование** – турыстычнае раённаванне  
**Туристическое снаряжение** – турыстычны рыштунак  
**Туроператорская деятельность** – тураператарская дзейнасць  
**Туроперейтинг** – тураперэйтынг, -у  
**Турорганизатор** – турарганізатар, -а

## У

**«Ультра все включено»** – “ультра ўсё ўключана”  
**Удобства** – выгоды  
**Укрытие в походе** – прытулак у паходзе  
**Уполномоченное агентство** – упаўнаважанае агенцтва  
**Условия тура** – умова тура



**Участок перевозки** – участка перавозкі

**Учебно-тренировочный поход** – вучэбна-трэніровачны паход

## Ф

**Фабрика-кухня** – фабрыка-кухня

**Фермерский туризм** – фермерскі турызм

**Фиксированная квота** – фіксаваная квота

**Фитнес-центр** – фітнес-цэнтр, -а

**Флайтер** – флайтар, -а

**Флотель** – флатэль, -ля

**Формирование туристского продукта** – фарміраванне турыстычнага прадукту

**Фотосафари** – фотасафары

**Франшиза / франчайзинг** – франшыза / франчайзінг, -у

**Фрахтование** – фрахтаванне

**Фрахтователь** – фрахтавальнік, -а

**Фрахтовщик** – фрактоўшчык, -а

## Х

**Хаб** – хаб, -а

**Хостел** – хостэл, -а

**Хижина** – хаціна

## Ц

**Цена** – цана

**Ценовое приложение** – цэнасная прапанова

**Цикличное меню** – цыклічнае меню

## Ч

**Чартер** – чартар, -у

**Чартерный рейс** – чартарны рэйс

**Частный пляж** – прыватны пляж

**Четырехместный номер** – чатырохмесны нумар

**Чекаут / чек-аут** – чэкаўт, -у / чэк-аўт, -у

**Чекин / чек-ин** – чэкін, -а / чэк-ін, -а

**Чрезвычайный ключ** – надзвычайны ключ

## Ш

**Шале** – шале

**Шаттл-сервис** – шатл-сэрвіс, -у

**Шаттл-чартер** – шатл-чартар, -у

**«Шведский стол»** – “шведскі стол”

**Шенгенская виза / шенген** – шэнгенская віза / шэнген, -у

**Шенгенская зона** – шэнгенская зона

**Шенгенская мультивиза** – шэнгенская мультывіза

**Шоп-тур** – шоп-тур, -а

**Шоп-туризм** – шоп-туризм, -у

**Штормовой костюм** – штармавы касцюм

## Э

**Экологическая деревня** – экалагічная вёска

**Экологический тур** – экалагічны тур

**Экологический туризм** – экалагічны туризм

**Экономический класс / экономкласс** – эканамічны клас / эканомклас, -а

**Экотур** – экатур, -а

**Экотуризм** – экатуризм, -у

**Эксклюзив-тур** – эксклюзіў-тур, -а

**Экскурсант** – экскурсант, -а

**Экскурсионное обслуживание** – экскурсійнае абслугоўванне

**Экскурсионный туризм** – экскурсійны туризм

**Экскурсия** – экскурсія

**Экскурсия-лекция** – экскурсія-лекцыя

**Экскурсия-массовка** – экскурсія-масоўка

**Экскурсия-прогулка** – экскурсія-прагулка

**Экскурсия-спектакль** – экскурсія-спектакль

**Экскурсионное бюро** – экскурсійнае бюро

**Экскурсовод** – экскурсавод, -а

**Экстремальный туризм** – экстрэмальны туризм

**Электронный билет** – электронны білет

**Элотмент / аллотмент** – элотмент, -у / алотмент, -у

**Эногастрономический туризм** – энагастранамічны туризм

**Энотур** – энатур, -а

**Энотуризм** – энатуризм, -у

**Этажный ключ** – ключ ад паверха

**Этнический туризм** – этнічны туризм

**Этнографическая экскурсия** – этнаграфічная экскурсія

**Энотуризм** – этнатуризм, -у

## СПІС РЭКАМЕНДАВАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Абабурка, М. В. Інтэрферэнцыя – асноўная перашкода ў павышэнні культуры маўлення / М. В. Абабурка // Русский язык в контексте культуры : сб. науч. ст. участников Междунар. науч. конф., провед. в МГУ им. А. А. Кулешова (Могилев, 10 и 11 ноября 2009 г.) / под общ. ред. Т. Г. Михальчук. – Могилев, 2010. – С. 38–41.
2. Абабурка, М. В. Культура беларускай мовы / М. В. Абабурка. – Мінск: Вышэйшая школа, 1994. – 122 с.
3. Аб мовах у Рэспубліцы Беларусь: Закон Рэспублікі Беларусь ад 26.01.1990 № 3094-ХІ [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.pravo.by/document/?guid=3961&p0=V19003094>. – Дата доступу: 21.12.2019.
4. Аб правілах беларускай арфаграфіі і пунктуацыі: Закон Рэспублікі Беларусь ад 23 ліпеня 2008 г. № 420-3 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: [http://www.pravo.by/pdf/2008-186/2008-186\(003-066\).pdf](http://www.pravo.by/pdf/2008-186/2008-186(003-066).pdf). – Дата доступу: 21.06.2019.
5. Азарка, В. У. Беларуская мова : спецыяльная лексіка: вучэб.-метадыч. дапам. / В. У. Азарка, А. С. Васілеўская, М. М. Круталевіч. – Мінск: БДПУ, 2004. – 207 с.
6. Андрэева, А. У. Антанімія ў беларускай тэрміналогіі індустрыі турызму і гасціннасці / А. У. Андрэева // Веснік Брэсцкага дзяржаўнага ўніверсітэта. – Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2019. – № 2. – С. 56–61.
7. Андрэева, А. У. Марфалагічная інтэрферэнцыя ў маўленні студэнтаў і шляхі яе пераадолення / А. У. Андрэева // Язык и межкультурные коммуникации: сб. науч. ст. / Бел. гос. пед. ун-т им. Максима Танка; редкол. В. Д. Старичёнок [и др.]; отв. ред. В. Д. Старичёнок. – Минск, 2019. – С. 4–7.
8. Андрэева, А. У. Сінтаксічны спосаб утварэння беларускай турыстычнай тэрміналагічнай лексікі / А. У. Андрэева // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. – Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2019. – № 2. – Т. 9. – С. 51–58.
9. Андрэева, А. У. Складанне як спосаб утварэння турыстычнай тэрміналагічнай лексікі ў сучаснай беларускай мове / А. У. Андрэева // Романовские чтения – 13: сб. ст. Междунар. научн. конф., посвящ. 105-летию Могилевского гос. ун-та им. А. А. Кулешова (Могилев, 25 – 26 октября 2018 г.) / под общ. ред. А. С. Мельниковой. – Могилев: МГУ имени А. А. Кулешова, 2019. – С. 125–126.
10. Андрэева, А. У. Структурныя асаблівасці беларускай тэрміналогіі турызму і гасцінічнай індустрыі / А. У. Андрэева // Общественные и гуманитарные науки: материалы докладов 83-й науч.-техн. конф. профессорско-преподавательского состава, науч. сотрудников и аспирантов (с международным участием), Минск, 4–15 февраля 2019 г. – Минск: БГТУ, 2019. – С. 76–78.

11. Антанюк, Л. А. Беларуская навуковая тэрміналогія: фарміраванне, структура, упарадкаванне, канструяванне, функцыяніраванне / Л. А. Антанюк. – Мінск: Навука і тэхніка, 1987. – 240 с.
12. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А. В. Бабкин. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 251 с.
13. Беларуская мова (прафесійная лексіка): дапаможнік / пад аг. рэд. Д. В. Дзятко. – Мінск: Тетралит, 2013. – 287 с.
14. Дурович, А. П. Организация туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович. – СПб.: Питер, Мир книг, 2012. – 318 с.
15. Зорин, И. В. Энциклопедия туризма: справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов; Российская междунар. акад. туризма. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 364 с.
16. Косяченко, Г. П. Организация деятельности туристических предприятий: учеб.-метод. пособие / Г. П. Косяченко, Л. В. Сакун; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2017. – 488 с.
17. Ляшчынская, В. А. Беларуская мова. Тэрміналагічная лексіка: вуч. дапаможнік / В. А. Ляшчынская. – Минск: РІВШ БДУ, 2001. – 256 с.
18. Основы культуры маўлення і стылістыкі / пад рэд. У. В. Анічэнкі. – Мінск: Універсітэцкае, 1996. – 255 с.
19. Іўчанкаў, В. І. Беларуская арфаграфія: апавяданні і гісторыі / В. І. Іўчанкаў. – Мінск: Пачатковая школа, 2010. – 302 с.
20. Каляда, А. Беларускае літаратурнае вымаўленне: практыкум па дыкцыі і арфаэпіі / А. Каляда. – Мінск: Тэхналогія, 2006. – 99 с.
21. Кароткая граматыка беларускай мовы / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Ін-т мовазнаўства імя Якуба Коласа. – Ч. 1: Фаналогія. Марфалогія. Марфалогія. – 2007. – 351 с.
22. Кароткая граматыка беларускай мовы / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Ін-т мовазнаўства імя Якуба Коласа. – Ч. 2: Сінтаксіс, 2009. – 240 с.
23. Каўрус, А. Дакумент па-беларуску / А. Каўрус. – Мінск: Беларусь, 1994. – 160 с.
24. Конюшкевич, М. И. Синтаксис русского и белорусского языков: сходство и различия / М. И. Конюшкевич, М. А. Корчиц, В. А. Лещенко. – Минск: Народная асвета, 1994. – 158 с.
25. Куліковіч, У. І. Сучасная беларуская арфаграфія: правілы, трэніровачныя заданні, кантрольныя работы, заліковыя тэсты, даведкі: вуч. дапаможнік / У. І. Куліковіч. – Мінск: Новое знанне, 2011. – 506 с.
26. Кусков, А. С. Основы туризма: учеб. для вузов / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – 4-е изд., перераб. – М.: КноРус, 2016. – 396 с.
27. Лепешаў, І. Я. Культура маўлення: дапаможнік / І. Я. Лепешаў. – Гродна: ГрДУ, 2007. – 203 с.
28. Лукашанец, А. А. Беларуская мова ва ўмовах блізкароднаснага беларуска-рускага білінгвізму: парадоксы развіцця сістэмы, функцыянавання і моўнай свядомасці / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў ХХІ стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 46–137.

29. Лукашанец, А. А. Беларуская нацыянальная мова на сучасным этапе: сістэма, стутус, функцыянаванне / А. А. Лукашанец // Весці Нац. акад. навук Беларусі. Сер. грамад. навук. – 2009. – № 1. – С. 107–117.

30. Лукашанец, А. А. Беларуская мова павінна стаць сродкам зносін эліты / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 335–340.

31. Лукашанец, А. А. Беларуская мова у славянскім і еўрапейскім кантэксце (да Міжнароднага дня роднай мовы) / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 286–291.

32. Лукашанец, А. А. Беларуская мова як фактар нацыянальнай адметнасці народа і краіны / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 120–136.

33. Лукашанец, А. А. Пісаць па-беларуску пачынаем па новых правілах / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 97–108.

34. Лукашанец, А. А. Ці варта змагацца з трасянкай? / А. А. Лукашанец // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання. – Мінск: Беларуская навука, 2014. – С. 308–312.

35. Ляшчынская, В. А. Студэнту аб мове: прафесійная лексіка / В. А. Ляшчынская. – Мінск: ІВЦ Мінфіна, 2003. – 243 с.

36. Моя пазіцыя. Акадэмік Александр Лукашанец: беларускі язык доказал свою самостоятельность // Минск-Новости [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://minsknews.by/moya-pozitsiya-akademik-aleksandr-lukashanets-belorusskiy-yazyik-dokazal-svoyu-samostoyatelnost/>. – Дата доступу: 17.08.2019.

37. Пішам па-беларуску: даведнік па арфаграфіі і пунктуацыі з каментарыямі: дапаможнік для агульнаадукацыйных устаноў з беларускай і рускай мовамі навучання: правілы, каментарыі, прыклады / З. І. Бадзевіч [і інш.]. – Мінск: Аверсэв, 2010. – 191 с.

38. Плотнікаў, Б. А. Беларуская мова. Лінгвістычны кампендыум / Б. А. Плотнікаў, Л. А. Антанюк. – Мінск: Інтэрпрэсэрвіс, Кніжны Дом, 2003. – 672 с.

39. Плотнікаў, Б. А. Беларуская мова ў сістэме славянскіх моў / Б. А. Плотнікаў. – Мінск: АУ, 1999. – 121 с.

40. Правілы беларускай арфаграфіі і пунктуацыі: зацверджаны Законам Рэспублікі Беларусь ад 23 ліпеня 2008 г. – Мінск: Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2017. – 142 с.

41. Пытанні білінгвізму і ўзаемадзеяння моў: зб. / Рэд. М. В Бірыла, А. Я. Супрун; Акад. навук БССР, Ін-т мовазн. імя Якуба Коласа, Бел. дзярж. ун-т імя У. І. Леніна, Філалагічны ф-т. – Мінск: Навука і тэхніка, 1982. – 261 с.

42. Рагаўцоў, В. І. Мовы свету: энцыклапедычны даведнік / В. І. Рагаўцоў. – Магілёў: МДУ, 2009. – 289 с.
43. Сакун, Л. В. Введение в туризм. Вопросы и ответы: практикум / Л. В. Сакун, А. Г. Фурманов; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2011. – 134 с.
44. Сучасная беларуская мова: вучэб. дапаможнік / Пад. рэд. Л. М. Грыгор’евай. – 2-е выд., выпр. – Мінск: Выш. шк., 2007. – 559 с.
45. Сцяцко, П. У. Праблемы нормы, культуры мовы: навуч. дапам. / П. У. Сцяцко / Гродзен. дзярж. ун-т імя Янкі Купалы. – Гродна: ГрДУ, 1998. – 293 с.
46. Сямешка, Л. І. Курс беларускай мовы: падручнік / Л. І. Сямешка, З. І. Бадзевіч, І. Р. Шкраба. – Мінск: Універсітэцкае, 1996. – 654 с.
47. Типология двуязычия и многоязычия в Беларуси / Л. П. Крысин [и др.]; науч. ред. А. Н. Булыко, Л. П. Крысин; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т языкозн. им. Якуба Коласа, Бел. респ. фонд фундам. исслед. – Минск: Бел. наука, 1999. – 246 с.
48. Тэорыя і практыка беларускай тэрміналогіі / Г. У. Арашонкава [і інш.] – Мінск: Бел. наука, 1999. – 175 с.
49. Цыбульская, С. І. Рыхтуемся да пераказу па беларускай мове: дапаможнік для паступаючых у вну / С. І. Цыбульская. – Минск: ТэтраСистемс, 2002. – 352 с.
50. Шаруненко, Ю. М. Рекреационный туризм [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие / Ю. М. Шаруненко; Межрегиональная акад. безопасности и выживания. – Орел: МАБИВ, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

## СЛОЎНІКІ

51. Арфаграфічны слоўнік беларускай мовы для школьнікаў: новыя правілы беларускага правапісу / склад. І. Л. Капылоў, Т. М. Маракуліна. – Мінск: Современ. шк., 2010. – 256 с.
52. Арфаэпічны слоўнік беларускай мовы: больш за 117000 слоў / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Інстытут мовазнаўства ім. Якуба Коласа, Аб’яднаны інстытут праблем інфарматыкі. – Мінск: Беларуская навука, 2017. – 757 с.
53. Бадзевіч, З. І. Арфаграфічны слоўнік беларускай мовы: асноўныя правілы правапісу, асабовыя імёны / З. І. Бадзевіч, Н. В. Гаўрош. – Мінск: Аверсэв, 2015. – 640 с.
54. Беларуска-рускі слоўнік: у 3 т.: больш за 110 000 слоў / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Інстытут мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы. – 4-е выд., перапрац. і дап. – Мінск: Беларус. энцыкл., 2012.
55. Беларускі арфаграфічны слоўнік: новае арфаграфічнае напісанне / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Інстытут мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы. – 3-е выд., выпр. – Мінск: Беларуская навука, 2012. – 695 с.

56. Беларуская энцыклапедыя: у 18 т. / Беларус. энцыкл. – Мінск: БелЭн, 1996.

57. Булыка, А. М. Слоўнік іншамойных слоў: у 2 т. / А. М. Булыка. – Мінск: БелЭн, 1999.

58. Граматычны слоўнік дзеяслова: А–Я: каля 34 000 дзеясловаў / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Філіял “Інстытут мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы”. – 2-е выд., дапр. – Мінск: Беларуская навука, 2013. – 1151 с.

59. Граматычны слоўнік назоўніка: А–Я / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Філіял “Інстытут мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы”. – 2-е выд., дапр. – Мінск: Беларуская навука, 2013. – 1245 с.

60. Граматычны слоўнік прыметніка, займенніка, лічэбніка, прыслоўя: А–Я / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Філіял “Інстытут мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы”. – 2-е выд., дапр. – Мінск: Беларус. навука, 2013. – 1135 с.

61. Русско-белорусский словарь: около 110000 слов: в 3 т. / Национальная академия наук Беларуси, Институт языка и литературы им. Якуба Коласа и Янки Купалы; под ред. А. А. Лукашанца. – Минск: Беларус. энцыкл., 2012.

62. Глумачальны слоўнік беларускай мовы: у 5 т. – Мінск, 1977.

63. Глумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы: больш за 65 000 слоў / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Інстытут мовазнаўства ім. Якуба Коласа. – Мінск: Беларус. энцыкл., 2016. – 967 с.

*Вучэбнае выданне*

**Андрэва** Алеся Уладзіміраўна

**БЕЛАРУСКАЯ МОВА.  
ТУРЫСТЫЧНАЯ ЛЕКСІКА**

Практыкум

Карэктар *К. М. Емяльяненка*  
Камп'ютарная вёрстка *В. Ю. Багдановіч*

Падпісана да друку 18.08.2020. Фармат 60×84/16. Папера афсетная.  
Рызаграфія. Ум. друк. арк. 5,52. Ул.-выд. арк. 5,17. Тыраж 150. Заказ 74.

Выдавец і паліграфічнае выкананне:  
установа адукацыі  
“Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры”.  
Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вытворцы,  
распаўсюджвальніка друкаваных выданняў  
№ 1/153 от 24.01.2014.  
Пр. Пераможцаў, 105, 220020, Мінск