

Nada Ivanetić  
Ekonomski fakultet, Rijeka

### Nevenka Blažević, *Deutsch in Hotelerie und Tourismus*

Školska knjiga, Zagreb, 1998, 204 str.

*Deutsch in Hotelerie und Tourismus* novi je udžbenik njemačkog jezika za potrebe struke koji je u seriji Udžbenici Sveučilišta u Rijeci izdala Školska knjiga. Nastao kao rezultat dugogodišnjeg autoričina iskustva u radu na Hotelijerskom fakultetu u Opatiji, namijenjen je, prije svega, studentima hotelijerstva i turizma. Cilj mu je da studente koji su tijekom dotadašnjeg školovanja ovladali njemačkim do razine srednjeg stupnja osposobi za komuniciranje u najvažnijim i najtipičnijim situacijama u području turizma i za služenje stranom stručnom literaturom u struci za koju se obrazuju.

Kako je u turizmu jezik istodobno i sredstvo komunikacije i poruka sama, za tu je djelatnost komunikacijska kompetencija na stranom jeziku mnogo važnija nego za neke druge djelatnosti. Budući da je u emitivnim zemljama hrvatskoga turizma njemački ili materinski jezik ili strani jezik, jezik kojim se turisti pretežno služe, vladanje jezikom takva gosta sve više postaje dio konkurentnosti turističkoga tržišta. O tom se aspektu, nažalost, kod nas još ne brine dovoljno.

Udžbenik se sastoji od osam poglavlja, o čijoj strukturi najvažnije informacije saznajemo već iz vrlo preglednog sadržaja. Uza svaku su cjelinu, naime, navedeni tekstovi, u njima zastupljene komunikacijske namjere (Sprachintentionen) i gramatika. Na kraju je udžbenika i rječnik i popis izvora korištenih tekstova. Zastupljene su sljedeće tematske cjeline: *Berufe im Tourismus, Urlaubspläne, Im Hotel, Empfangsdienst, Unterbringung und Zimmerservice, Service im Restaurant, Kroatien – ein kleines Land für einen großen Urlaub i Korrespondenz*. Iz naslova vidimo da se obrađuju najvažnija područja i aspekti turizma odnosno hotelijerstva kao jedne od osnovnih turističkih grana.

Svako poglavlje obuhvaća više dijaloških ili narativnih podtema/ tekstova – od dva u prvom poglavlju do devet u sedmome. To je, zapravo, niz autentičnih tekstova preuzetih iz različitih granskih publikacija (navedenih u Izvorima), što pokatkad saznajemo eksplicitno (npr. za tekstove na str. 13/14, 33, 63...), a katkad preko različitih signala (adresa hotela, imena ljudi, institucija, mjesta ili hotela i sl., npr. na str. 8/9, 23, 38...). Svi su tekstovi aktualni, informiraju o trendovima u tom sektoru, tako da se pomoću njih bez dvojbe širi ne samo jezična nego i stručna kompetencija studenata. Za ilustraciju neka posluže naslovi tekstova iz 6. poglavlja: *Neue Trends in der Gastronomie, Hit-Liste der Speisen und Getränke 1996, Themen-Restaurants, Speise- und Getränkekarte, Hotel-Frühstück, Aus einem Kochbuch, Reklamationen in der Gastronomie*.

Tekstovima su zastupljeni različiti žanrovi govornog i pisanog jezika – razgovori, natječaj za radno mjesto, prospekt, reklama, recept za jelo, program putovanja, prezentacija destinacije/institucije, intervju, poslovna pisma itd. Riječ je o tekstovima različite dužine i težine, što nastavniku omogućuje diferenciran pristup konkretnoj grupi studenata, a studenti se pak upoznaju i upućuju na korištenje mnogih tipičnih žanrova svoje struke. Budući da na našem tržištu nema odgovarajućih udžbenika za srednje turističke/

hotelijerske škole, pouzdano je da *Deutsch in Hotelerie und Tourismus* upravo tako širokim izborom tekstova može popuniti i tu prazninu.

Na svaki se tekst nastavlja niz raznovrsnih gramatičkih, leksičkih i komunikacijskih vježbi koje se uspješno kombiniraju. Iako se u predgovoru izričito navodi da se ne brine o gramatičkoj progresiji jer se poznavanje gramatike pretpostavlja, nizom se vježbi tematiziraju sve gramatičke razine, a korisnici navode na kreativno korištenje različitih struktura karakterističnih i za opći i za stručni jezik.

Kako je leksik onaj segment kojim se stručni registar prvenstveno i razlikuje od općega jezika, brojne leksičke i komunikacijske vježbe pružaju mogućnost za rad na vokabularu. U skladu sa zasadama pragmadidaktike i funkcionalističkog pristupa jeziku velika se pozornost pridaje jezičnom djelovanju, vježbama se korisnici udžbenika potiču da na odgovarajući način usklade svoje namjere i njihov jezični izraz. Stoga su vježbe kontekstualizirane, povezane s temom poglavlja i zajedno s tekstovima čine jedinstvenu cjelinu u kojoj nema stroge podjele na lekciju i ostalo. Iako navedeno vrijedi za cijelu knjigu, kao osobito uspješnu cjelinu istakla bih poglavlje tri (*Im Hotel*), a unutar njega sedmu podtemu (*Gästereklamationen*).

Udžbenik pridaje pozornost ne samo razvijanju usmenoga izraza (vještine govorenja) – što je za turizam svakako najvažnije – nego se sustavno vježba razumijevanje (pomoću pitanja i odgovora, parafraza, vježbi tipa točno – netočno i sl.) te pisanje. Razvijanju vještine pisanja u cijelom je udžbeniku posvećeno mnogo pozornosti (u 1. poglavlju, npr., pisanje životopisa i molbi je vođeno), pa i cijelo poglavlje *Korrespondenz*, gdje se suhoparna tema 'poslovno dopisivanje' i pojedini tipovi pisama postupno svladavaju u malim koracima – npr. preko zadataka tipa *Schreiben Sie die Adressen richtig* ili *Schreiben Sie den Brief neu, indem Sie die unterstrichenen Sätze und Satzteile anders ausdrücken* ili *Der Gast muss seine Reservierung ändern. Vervollständigen Sie sein Schreiben* itd.

Jedan od elemenata udžbenika stranih jezika svakako je i prezentacija zemlje/zemalja i kultura jezika koji se uči. Kako zapravo svaki autentični tekst sadrži bar implicitno takve podatke, nalazimo ih i u udžbenicima s težištem na jeziku struke, iako taj aspekt tu pouzdano nije u prvom planu. No turizam se i ovdje razlikuje od ostalih struka, jer ta po definiciji globalno orijentirana djelatnost prodaje specifičan proizvod – ljepote i usluge određene zemlje. Zato udžbenik *Deutsch in Hotelerie und Tourismus* prije svega prezentira Hrvatsku i njezinu kulturu, zatim zemlje njemačkoga govornog područja (doduše, prvenstveno Njemačku i Austriju), ali i ostale zemlje i kulture svijeta (npr. na str. 28. Kinu kako je predstavlja jedna austrijska agencija). Hrvatskoj je, osim raznih materijala naših turističkih destinacija, hotela, poduzeća i sl., posvećeno i 7. poglavlje. U njemu su, osim zemlje (u uvodnom tekstu *Das ist Kroatien*), tekstovima iz raznih prospekata predstavljeni naši nacionalni parkovi i gradovi Zagreb, Opatija, Dubrovnik, Split, Zadar, Šibenik i Pula.

Osobito valja naglasiti da udžbenik sadržajem, izborom tema, načinom njihove prezentacije, pouzdano pridonosi ne samo širenju obzora budućih turističkih stručnjaka nego – upućujući ih u tehnike, strategije i kulturu komuniciranja (osim već apostrofiranih reklamacija, ovdje se preko tipičnih kontaktnih situacija pruža i pravi mali tečaj bontona) – ima i važnu (u visokoškolskoj nastavi navodno nepotrebnu) odgojnu i – usudila bih se reći – prosvjetiteljsku funkciju.

Udžbenik i s estetske strane zaslužuje svaku pohvalu – vrlo je lijepo i funkcionalno ilustriran fotografijama i crtežima u boji (ilustratorica Jagoda Špoljarić, likovno-grafičko oblikovanje Dubravka Zglavnik) i može sadržajno i grafički u svakom pogledu stajati uz bok sličnim udžbenicima objavljenim u inozemstvu. Vjerujem da će ga i nastavnici i korisnici sa zadovoljstvom koristiti (planiran je za oko 180-200 sati) i želim mu ponovljena izdanja.