

68.

3. Коммерческий директор – профессиональный журнал коммерсанта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/1464-imidj-organizatsii>. – Дата доступа: 01.03.2020.

Голомыздо Д. Д., БГУКИ, студент 302а группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Шелупенко Н. Е.,
кандидат культурологии, доцент кафедры

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Туризм играет важную роль в социально-экономическом и культурном развитии стран и регионов, обеспечении занятости населения, стимулирует развитие инфраструктуры территории, формирует имидж государств. Туризм является одной из наиболее активных форм общения людей, что способствует укреплению сотрудничества и дружбы между странами, установлению и расширению международных культурных связей. Бурное развитие международного туризма актуализирует проблемы межкультурной коммуникации в сфере туризма.

Межкультурную коммуникацию в сфере туризма следует рассматривать как саму деятельность, условие и организационный принцип этой деятельности, фактор и критерий качества турпродукта, профессионально значимое качество и компетенцию специалиста в сфере туризма, обязательный компонент содержания профессионального туристского образования [1, с. 38].

Британские исследователи межкультурной коммуникации в сфере туризма Г. Джек и Э. Фиппс отмечают, что туризм как динамическая форма бытия может способствовать или препятствовать межкультурным обменам.

Современный туризм как система международных туристских связей и коммуникаций испытывает влияние глобализации. Глобализационные процессы в туризме влияют не только на развитие единого туристского пространства, но и на формирование общемировой системы туризма как глобальной системы разноплановых коммуникаций.

Межкультурная коммуникация в туризме рассматривается как осуществляемое в туристском пространстве взаимодействие между субъектами социокультурной деятельности на уровне индивидов, групп, социальных общностей, этнокультурных и профессиональных сообществ, принадлежащих к разным культурам с целью достижения эффективного взаимопонимания посредством передачи или обмена информацией [2, с. 9].

Специфика межкультурной коммуникации в туризме определяется характером взаимодействий между деловыми партнерами, производителями и потребителями туристских услуг, а также туристами и местным населением. Уровни и сферы межкультурного взаимодействия в туризме включают информационные и коммуникативные, кросскультурные управленческие и технические, бытовые и профессиональные области.

Проблемы межкультурной коммуникации в сфере туризма сегодня являются объектом исследования представителей разных наук: культурологии, социологии, психологии и других. Особое значение в данном контексте представляет проблема взаимодействия туристов и местного населения.

В процессе поездки туристы, как правило, не подготовлены к взаимодействию с незнакомой им социокультурной средой, что приводит к непониманию новой культуры. Эту проблему можно характеризовать как культурный шок – психологическая реакция туриста, оказавшегося в незнакомой ему среде, при контакте с чужой культурой, проявляющийся в состоянии дискомфорта, неуверенности, психологической дезориентации, замешательства, тревоги и стресса. Данная проблема решается путем информирования туристов о специфике локальной культуры, особенностях и

нормах поведения местного населения, менталитете и традициях носителей национальной культуры.

Важно отметить, что привлекательность туристской дестинации определяется во многом степенью комфорта, который испытывают туристы. Под комфортом понимается экономический, экологический, социокультурный, информационный и технологический его варианты.

Для удовлетворения потребностей туристов, создаются проекты и программы, которые позволяют обеспечить для туристов комфортную среду пребывания. С этой целью в России стартовали и успешно развиваются программы «China Friendly», «Halal Friendly», «India Friendly».

Цель программы «India Friendly» заключается в создании комфортной среды пребывания для туристов из Индии, продвижении России на туристском рынке Индии. Программа призвана расширить географию путешествий индийских туристов по регионам России.

Реализация данной программы предполагает формирование для индийцев в России привычных для них условий быта и питания, внимательного отношения к их потребностям, обусловленным национально-культурными особенностями [4, с. 65]. Для создания удобств самостоятельной навигации в городах размещаются указатели, путеводители и другие информационные носители на индийском языке. В гостиницах, где проживают туристы по программе «India Friendly», меню адаптируют в соответствии с индийскими кулинарными традициями и предпочтениями. Используются терминалы для возможности оплаты услуг картами India UnionPay. Обслуживающий персонал гостиниц владеет индийским языком, что сокращает шансы быть непонятым туристу [3].

Формирование «friendly-проектов» является результатом изменения туристского потока и требует изучения религиозных и национальных особенностей представителей данных культур.

Таким образом, рассматривая туризм как популярный способ познания и освоения своей и чужой культуры, следует отметить, что актуальность

проблем межкультурной коммуникации в сфере туризма обусловлена спецификой и характером взаимодействия на разных уровнях субъектов туристической деятельности и местного населения. Решение данных проблем требует продуманной стратегии на национальном и международном уровнях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Головлева, Е. Л. Основы межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Головлева Е. Л. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 224с.
2. Мошняга, Е.В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме / Е. В. Мошняга // Вестник Московского гуманитарного университета. – 2008. – Вып. № 4. – С.6–12.
4. Программа India Friendly [Электронный ресурс]. – Режим доступа india-friendly.ru/. Дата доступа 15.03.2020.
5. Чистякова, Е. В. Особенности межкультурной коммуникации с представителями Индии в рамках российско-индийских связей в области туризма и гостеприимства / Е. В. Чистякова // Проблемы современной экономики. – 2017. – Выпуск № 1. – С.61–77.

Горбачева М. В., БГУКИ, студент 315 группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Пасютина З.М.,
доцент, профессор кафедры

РЕЖИССЕРСКИЙ ПОИСК

ПЛАСТИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ СПЕКТАКЛЯ

На протяжении многих лет в Беларуси существуют и совершенствуются спектакли пластического театра, программа которого, основывается на синтезе многих видов искусств: театра, пластики и танца. Современный драматический театр всё чаще осваивает музыкально-