

■ УДК 338.48:316.73

М. М. Зайцева, кандидат економічних наук, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Розглянуто концептуальне трактування туризму як діалогічної форми взаємодії культур. Обґрунтовано фундаментальні з точки зору культурологічного аналізу ідентифікаційна й інтеграційна функції туризму. Описані основні (первинні) види туристської комунікації та структура комунікативної культури мандрівника. Надані рекомендації з формування складу туристських груп, з урахуванням яких має бути розроблена культурна програма подорожі.

Ключові слова: туризм, міжкультурні комунікації, комунікативний потенціал туризму, подорож, міжкультурний діалог.

М. Н. Зайцева, кандидат экономических наук, старший преподаватель, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рассмотрена концептуальная трактовка туризма как диалогической формы взаимодействия культур. Обоснованы фундаментальные с точки зрения культурологического анализа идентификационная и интеграционная функции туризма. Описаны основные (первичные) виды туристской коммуникации и структура коммуникативной культуры путешественника. Сформулированы рекомендации по формированию состава туристских групп, с учетом которых должна быть разработана культурная программа путешествия.

Ключевые слова: туризм, межкультурные коммуникации, коммуникативный потенциал туризма, путешествие, межкультурный диалог.

M. M. Zaitseva, Candidate of Economic Sciences, senior lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

TOURISM AS A FACTOR OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Conceptual interpretation of tourism as a form of dialogue interaction between cultures is considered. According to the culturological analysis the author substantiates the fundamental identity and integration functions of tourism. The paper describes the main (primary) types of tourism communication and the structure of communicative culture of a traveler. Recommendations on the formation of tourist groups are made with due consideration of cultural travel program that should be developed herewith.

Key words: tourism, intercultural communication, communicative potential tourism, travel, intercultural dialogue.

Постановка проблеми. Туризм завжди був найважливішою формою міжкультурних контактів, ефективним засобом взаємозбагачення різних культур. Взаємодія між культурами — невід’ємна і сутнісна складова культурно-історичного процесу. Але лише нині відбувається процес їх якісного перетворення на міжнародні взаємозалежності. Культурні контакти стали фактором процесу міжнародної інтеграції, засобом формування єдиної системи світових зв’язків. І ця тенденція цілком закономірна — процес саморозвитку культурних систем передбачає постійну взаємодію складових їх структурних одиниць, можливий за умови взаємного діалогу культурних світів, кожен з яких має свої особливості під час культурної комунікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Методологічною основою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних учених у галузях філософії, соціології, культурології, інформаційної теорії, теорії комунікацій, сучасні наукові уявлення про інформаційно-комунікаційні процеси та явища в суспільстві. Подібний ракурс наукового аналізу потребує звернення до розвідок, що розкривають сутність феномену діалогу в бутті людини, культури, суспільства (М. Бубер, М. М. Бахтін, Ю. М. Лотман, І. Кант, І. Фіхте та Ф. Шеллінг, Л. Фейєрбах, Ф. Ебнер, Р. Коен, Ф. Розенцвейг та ін.). Розуміння діалогу як основи існування культур пов’язане з іменами Л. П. Карсавіна та М. С. Трубецького. Методологія базується на розумінні культури як духовного універсуму, розгортання і розуміння змісту якого стає можливим у процесі діалогу. Подорожі у зв’язку із цим розглядаються як форма вираження та засіб реалізації сутнісного, діалогічного базису культури. Таким чином, основна проблема цього дослідження полягає в суперечності між: комунікативним потенціалом туризму, різноманіттям його соціокультурних функцій і ступенем реалізації ідентифікаційних та інтеграційних можливостей у процесі реального діалогу (міжособистісна взаємодія — вербальне та невербальне спілкування мандрівника з історико-культурними символами і цінностями). Констатуємо брак наукового осмислення комунікативної основи туризму і технологічної оснащеності туристської політики.

Мета статті — охарактеризувати культурно-ідентифікаційні й інтеграційні потенціали туризму, визначити умови їх реалізації в процесі міжкультурної комунікації.

Для досягнення зазначеної мети необхідно: охарактеризувати тенденції та проблеми міжкультурного діалогу на сучасному етапі, узагальнити філософські й культурологічні підходи до осмислення діалогу і міжкультурної комунікації як однієї з його форм, простежити генезис подорожей як форми міжкультурної комунікації, виявити культурно-ідентифікаційні й інтеграційні можливості культурного

і паломницького туризму, дослідити соціально-психологічні механізми міжкультурної комунікації в подорожах, виявити комунікативний потенціал сучасного туризму та розробити рекомендації щодо його реалізації в системі туристської політики.

Об'єктом дослідження є туризм як форма міжкультурної комунікації. Предмет дослідження — умови реалізації комунікативного потенціалу туризму.

Міжкультурні комунікації відігравали важливу роль в українській історії. Українська держава спочатку являла собою союз народів, здійснювала всесторонні взаємодії і збагачення культур. Зі становленням і в процесі розвитку України, зокрема державної, військової, духовної сфер, утворився український багатонаціональний і полікультурний історичний простір. Культурне багатство України визначається її тісними зв'язками з іншими народами та культурами. При цьому міжкультурний діалог завжди сприяв утвердженню та збереженню своєрідності національних культур народів України.

Нині міжкультурні контакти розвиваються в специфічному культурному та соціально-психологічному контексті. Інтерес до іншої культури зумовлений, по-перше, необхідністю в інших культурних світах відшукати зародки стратегій виживання людини і суспільства; по-друге, виробленням нового образу світу, здатного забезпечити стійку ідентифікацію [3, с. 1275].

Туризм може стати суттєвим засобом вирішення зазначених вище проблем. Подорожі поглиблюють взаєморозуміння між представниками різних культур, сприяють формуванню культурної толерантності і соціально-культурної ідентичності. Туризм можна розглядати як діалогічну форму взаємодії культур, яка, з одного боку, сприяє поглибленню культурної самосвідомості і формуванню культурної ідентичності мандрівника, а з іншого — взаємозбагаченню культурних систем завдяки взаємному обміну культурним досвідом [6, с. 42]. Невипадково на Манільській конференції (1980 р.) особливо відзначені можливості туризму щодо зменшення міжнародної напруженості, розвитку співробітництва та взаєморозуміння між усіма державами. Туризм розглядався як суттєвий чинник забезпечення світу, моральна й інтелектуальна основа міжнародного співробітництва. Зважаючи на гуманістичний потенціал туризму, конференція рекомендувала державам-учасникам вибудовувати туристську політику не тільки враховуючи економічну рентабельність туризму, але і розвивати цей вид соціально-культурної практики з метою зміцнення національної самосвідомості особистості та солідарності суспільства, формування відчуття належності до своїх культури і народу, повнішого задоволення

людської потреби в пізнанні навколишнього світу, зміцнення фізичного та психічного здоров'я людей, підвищення якості життя.

Туризм — це насамперед міжособистісне спілкування, проте на його основі вибудовується складна система ставлення людини до культури, історії, світу, себе. У туристській діяльності діалог — це потреба в спілкуванні (з культурою, її звичаями, традиціями, носіями) [7, с. 13].

Реалізації ідентифікаційного та комунікативного потенціалу туризму перешкоджають: мовні бар'єри; об'єктивно існуючі міжкультурні відмінності, коли виразніше усвідомлення людиною духовної належності до власної культури водночас зумовлює неприйняття і навіть негативне ставлення до представників інших культур та етнокультурних спільнот; реальна опозиційність взаємодіючих культурних феноменів, яка на міжособистісному рівні неминуче призводить до посилення конфліктності і зростання напруженості у зв'язку з неминучим у такій ситуації «культурним шоком» нерозуміння; основана на ідеології національної й культурної автономії політика деяких країн, що посилюється у відповідь на культурну уніфікацію; відсутність єдиної підстави, здатної консолідувати сучасні цивілізації, оскільки будь-який діалог можливий лише як комунікативна взаємодія різного на ґрунті спільного; ігнорування в процесі організації туристської діяльності на різних рівнях (держава, регіон, турфірма) її соціокультурних функцій. Здебільшого це зумовлено несформованістю цілісного наукового уявлення про комунікативну основу туризму й умов реалізації його соціокультурних функцій у процесі здійснення туристської політики (на міжнародному, державному, регіональному, організаційному рівнях) [5, с. 3].

Основою дослідження є гіпотеза, суть якої полягає в таких тезах:

1. Подорожі, туризм — це форма вираження і спосіб реалізації діалогічної основи культури.

2. У процесі міжкультурної комунікації кожен суб'єкт є носієм багаторівневої культурної інформації, зміст якої визначається типами соціально-культурної ідентичності особистості: суб'єктним, колективно-груповим і соціально-культурним. Якщо суб'єкт у процесі комунікації зазнає проблеми ідентичності на одному з рівнів, міжкультурний діалог стає не ефективним або деструктивним.

3. Туризм, надаючи людині можливості діалогу з «іншим», допомагає усвідомити власну окремість і набути індивідуальну, соціальну та культурну ідентичність.

4. Ступінь реалізації комунікативних функцій туризму, його потенціалів щодо збереження та розвитку культурної самобутності,

поглиблення взаємодії і продуктивного діалогу між культурами визначається:

а) рівнем розвитку комунікативної й духовно-моральної культури мандрівника (показниками якої є його здатність до емпатії, співпереживання, розуміння цінностей і традицій інших культур, дотримання моральних норм та законів відвідуваних місць, бережного ставлення до природних та культурних об'єктів тощо);

б) цілеспрямованою політикою держави в галузі туризму, орієнтованою на мінімізацію негативних соціально-психологічних і соціально-культурних наслідків від інтенсивного розвитку туризму [9, с. 26].

Специфіка культурологічного аналізу комунікативного потенціалу туризму полягає в тому, що туризм розглядається як форма комунікації, при цьому комунікативний процес розуміється не тільки і не стільки як спосіб спілкування людей, а і як форма спільного буття (співіснування, співпраці) людей. Комунікація, будучи основою туристської діяльності, водночас є способом створення й виявлення власної соціокультурної ідентичності, простором формування цінностей і норм толерантності, цивілізованої співпраці, механізмом взаємозбагачення культур.

У результаті дослідження виявлено:

1. Концептуальне трактування туризму як діалогічної форми взаємодії культур, яка, з одного боку, сприяє поглибленню культурної самосвідомості та формуванню культурної ідентичності мандрівника, з іншого — зумовлює до взаємозбагачення культурних систем завдяки обміну культурним досвідом. У туристській діяльності через діалог як полісеміологічний феномен реалізується потреба не тільки в спілкуванні (з культурою, її звичаями, традиціями, носіями), але і в «співбутті», яке водночас визначає атрактивність об'єкта подорожей.

2. Обґрунтування фундаментальних з точки зору культурологічного аналізу ідентифікаційної й інтеграційної функцій туризму, що виявляється в його можливості формувати соціально-культурну ідентичність особистості та сприяти розвитку солідарності й взаєморозуміння між представниками різних культур. Ідентифікаційний потенціал туризму проявляється як у процесі безпосереднього спілкування з представниками інших культур, так і у формі спілкування з іншою культурою — її сучасністю і минулим.

3. Характеристика основних (первинних) видів туристської комунікації: соціально-психологічної («людина-людина») та соціально-культурної («людина-культура»).

4. Структура комунікативної культури мандрівника, що передбачає:

а) атенційну здатність людини («готовність слухати»);

б) емпатію, що дозволяє мандрівникові під час спілкування ідентифікуватися з проблемною життєвою ситуацією партнера по діалогу («здатність ототожнювати себе з партнером»);

в) соціально-культурну й особистісну ідентичність (здатність до самоототожнення); г) уміння адекватно інтерпретувати, визначати мотиви партнера («вміння розуміти»).

5. Рекомендації з формування складу туристських груп, з урахуванням чого повинна розроблятися культурна програма подорожі. Групи мають комплектуватися особами, котрі належать до одного типу і відповідають таким критеріям:

- єдине ідентифікаційне обґрунтування;
- подібні способи інтерпретації текстуально організованої інформації, що стосується світосприйняття, системи життєвих цінностей, самовідчуття в соціокультурному часопросторі.

6. Методика виявлення, збереження та розвитку в межах регіональної, туристичної та культурної політики історико-культурної й соціокультурної самобутності території, яка забезпечує атрактивність території, визначає основи національно-культурної ідентичності місцевого населення [2, с. 40].

Дослідження засвідчило, що туризм може стати фактором розвитку соціально-культурної солідарності суспільства й умовою взаєморозуміння між народами в тому разі, якщо:

- предметом цілеспрямованої туристичної політики будуть робота і просування на ринок турпослуг видів туризму, які сприяють виявленню, збереженню та розвитку історико-культурної самобутності (поселення, регіону, країни загалом);

- формування здібностей людини, що забезпечують розуміння та повагу до культури інших народів (дотримання моральних норм і законів відвідуваних місць, бережне ставлення до природних та культурних об'єктів тощо), стане актуальним завданням як освітніх і виховних систем, так і турфірм [8, с. 18].

Наукова новизна дослідження визначається культурологічним аналізом комунікативного потенціалу туризму, який уможливив розглянути туризм як форму комунікації, а комунікативний процес — не тільки як спосіб спілкування людей, але і форму спільного буття (співіснування, співпраці) людей. Обґрунтування соціально-інтеграційних та культурно-ідентифікаційних функцій туризму істотно розширило уявлення в цій галузі соціально-культурної діяльності.

Діалогічна основа туризму надає можливості сформулювати рекомендації щодо реалізації комунікативного потенціалу цього явища в межах державної політики.

Висновки. Узагальнюючи результати дослідження, слід зазначити основні змістовні підсумки, які полягають у характеристиці тенденцій і проблем міжкультурного діалогу на сучасному етапі; узагальненні сформованих філософських та культурологічних підходів до осмислення діалогу (і міжкультурної комунікації як однієї з його форм). Простежено генезис подорожей як форми міжкультурної комунікації; виявлено комунікативний потенціал сучасного туризму; розроблено умови реалізації комунікативного потенціалу туризму в системі туристської політики.

Під час дослідження підтверджено гіпотезу, обґрунтовано наукову перспективність розгляду туризму як форми вираження і способу реалізації діалогічної основи культури.

Важливим висновком дослідження стало положення про те, що в процесі міжкультурної комунікації її суб'єкти є носіями багаторівневої культурної інформації, а зміст визначається типами соціально-культурної ідентичності особистості: інтерсуб'єктивними, колективно-груповими і соціально-культурними. При цьому якщо суб'єкт у процесі комунікації зазнає проблем ідентичності на одному з рівнів, міжкультурний діалог стає малоефективним або деструктивним [4, с. 12].

Список використаних джерел

1. Блох М. Я. Прагматика, етика и эстетика языкового общения / М. Я. Блох // Лингвистика и лингвистическое образование в современном мире. — М. : ГНО «Прометей» МПГУ, 2004. — 210 с.
2. Богданова С. Коммуникационные технологии в туризме / С. Богданова // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2005. — №11. — С. 40–41.
3. Гутарева Н. Ю. Проблемы межкультурной коммуникации в современном социуме / Н. Ю. Гутарева, Н. В. Виноградов // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 1274–1276.
4. Ильин А. Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления : монография / А. Н. Ильин. — Омск : Амфора, 2010. — 376 с.
5. Іонін Л. Р. Ідентифікація та інсценування (до теорії соціокультурних змін) / Л. Р. Іонін // Соц. дослідження. — 1995. — №4. — С. 3–14.
6. Кузин Ф. А. Культура делового общения: практич. пособие / Ф. А. Кузин. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Ось-89, 2003. — 320 с.
7. Культурный туризм для мира и развития : сб. докл. и тез. сообщ. межд. научн. конф., г. Москва, 26–28 сент. 2000 г. — М. : РИБ «Турист», 2000. — 188 с.
8. Курбакова Ю. В. Национально-прецедентные феномены в межкультурной коммуникации (на материале языка американских журналов) / Ю. В. Курбакова // Лингвистика и лингвистическое образование в современном мире. — М. : ГНО «Прометей» МПГУ, 2004. — 213 с.

9. Лызин А. Межкультурная коммуникация в туризме и ее особенности / А. Лызин // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2005. — №5. — С. 26–27.

References

1. Blokh M. Ya. Pragmatika. etika i estetika yazykovogo obshcheniya / M. Ya. Blokh // Lingvistika i lingvisticheskoye obrazovaniye v sovremennom mire. — M. : GNO «Prometey» MPGU. 2004. — 210 s.
2. Bogdanova S. Kommunikatsionnyye tekhnologii v turizme / S. Bogdanova // Turizm: praktika. problemy. perspektivy. — 2005. — №11. — S. 40–41.
3. Gutareva N. Yu. Problemy mezhkulturnoy kommunikatsii v sovremennom sotsiume / N. Yu. Gutareva. N. V. Vinogradov // Molodoy uchenyy. — 2015. — №9. — S. 1274–1276.
4. Ilin A. N. Subyekt v massovoy kulture sovremennogo obshchestva potrebleniya : monografiya / A. N. Ilin. — Omsk : Amfora. 2010. — 376 s.
5. Ionin L. R. Identyfikatsiia ta instsenuvannia (do teorii sotsiokulturnykh zmin). // Sots. doslidzhenniakh., 1995. —№4. —S. 3–14.
6. Kuzin F. A. Kultura delovogo obshcheniya: praktich. posobiye / F. A. Kuzin. — 6-e izd., pererab. i dop. — M. : Os-89. 2003. —320 s .
7. Kulturnyy turizm dlya mira i razvitiya : sb. dokl. i tez. soobshch. mezhd. nauchn. konf.. g. Moskva. 26–28 sent. 2000 g. — M. : RIB «Turist». 2000. — 188 s.
8. Kurbakova Yu. V. Natsionalno-pretседentnyye fenomeny v mezhkulturnoy kommunikatsii (na materiale yazyka amerikanskikh zhurnalov) / Yu. V. Kurbakova // Lingvistika i lingvisticheskoye obrazovaniye v sovremennom mire. — M. : GNO «Prometey» MPGU. 2004. — 213 s.
9. Lyzin A. Mezhkulturnaya kommunikatsiya v turizme i eye osobennosti / A. Lyzin // Turizm: praktika. problemy. perspektivy. — 2005. — №5. — С. 26–27.

■ UDC 338.48:316.73

Zaitseva M. M., Candidate of Economic Sciences , senior lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv
vikontik27@inbox.ru

TOURISM AS A FACTOR OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

The aim of the paper is to characterize the cultural identification and integration potentials of tourism and to determine the conditions of their realization in the process of intercultural communication.

Research methodology. Modern scientific ideas on information and communication processes and phenomena in the society have been revised proceeding from the publications of national and foreign scholars in philosophy, sociology, cultural studies, information theory, and theory of communications.

Results. The author has focused on tourism policy. It is revealed that tourism can become a factor in the development of socio-cultural solidarity of society and a prerequisite of mutual understanding in public settings. The study has confirmed that the development and promotion of tourism services can contribute to the identification, preservation and development of historical and cultural identity (settlement, region, country). The analysis has shown that the formation of skills and abilities, ensuring understanding and respect for other cultures (the adherence to moral standards and laws of the visited places, respect for natural and cultural sites and the like) determine a key issue of educational systems and travel agencies.

Novelty. The author attempts to conduct a culturological analysis of the communicative potential of tourism, which has enabled to consider tourism as a form of communication. A new approach to communication process that is regarded not only as a way of communication between human beings, but also as a form of joint life is suggested.

The practical significance. The information contained in this article can be used in the study of the philosophical and cultural aspects of cross-cultural interactions. The obtained results make it possible to formulate the recommendations for implementation of the communicative potential of this phenomenon within the framework of the state policy.

Key words: tourism, intercultural communication, communicative potential tourism, travel, intercultural dialogue.

Надійшла до редколегії 18.02.2016 р.