
УДК 316.728
ББК 60.564.04
П 85

Л.А. Прядкина,

аспирантка кафедры «Туризм» Кавминводского института сервиса (филиал) ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса», г. Пятигорск, E-mail: ludmila_85@mail.ru

В.Ф. Репс,

доктор биологических наук, заведующий кафедрой «Туризм» Кавминводского института сервиса (филиал) ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»

**Коммуникативная функция туризма:
социокультурный аспект**
(Рецензирована)

Аннотация. В статье рассматривается коммуникативная функция туризма и социально-культурная среда полиэтнических регионов Северного Кавказа, а также межкультурная коммуникация как деятельность, предполагающая взаимодействие представителей разных культур в быту и в процессе совместной профессиональной деятельности среди студентов вузов региона Кавказские Минеральные Воды.

Ключевые слова: коммуникативная функция туризма, межкультурная коммуникация, глобализация, культура, социально-культурная среда, полиэтнические регионы.

L.A. Pryadkina,

Post-graduate student of Tourism Department of Kavminvodsky Institute of Service (Branch) of Southern Russian State University of Economy and Service, E-mail: lludmila_85@mail.ru

V.F. Repe,

Doctor of Biology, Head of Tourism Department of Kavminvodsky Institute of Service (Branch of Southern Russian State University of Economy and Service)

**Communicative function of tourism:
sociocultural aspect**

Abstract. The paper discusses a communicative function of tourism and the social and cultural environment of multiethnic regions of the North Caucasus, as well as a cross-cultural communication, conceived here to be the activity assuming interaction of representatives of different cultures in a life and in the course of joint professional activity among students of higher education institutions in the Kavkazskie Mineralnye Vody region.

Keywords: communicative function of tourism, cross-cultural communication, globalization, culture, social and cultural environment, multiethnic regions.

Учитывая сегодняшнее единство мира, культурные различия обязательно предполагают столкновения, если принять во внимание тот факт, что культурные особенности меньше подвержены изменениям, чем экономические и политические. Становится все более очевидным, что наряду с экономикой и политикой межкультур-

ная коммуникация является важным фактором регуляции как внутренней жизни, так и взаимоотношений между странами.

Культура есть знаково-символическая система. Она указывает индивиду на те смысловые значения, которыми наполнены предметы, явления и процессы действительности. Значения

символов — продукт социального взаимодействия людей. Символы «работают», когда заключенная в них информация имеет общезначимую ценность для членов общности. «В процессе человеческой коммуникации символы и закрепленные за ними значения становятся общепринятыми и стандартизированными, intersубъективными» [1].

Сталкиваясь с иной культурой, индивид ищет ключи к дешифровке ее символической системы. Каким образом человек может понять символы другой культуры? Ответ кроется в уникальности самого феномена символа, способного передавать информацию, которая может быть «переведена» как в словесно-понятийную, так и духовно-эмоциональную формы. Символ — древнейшее изобретение, призванное быть способом «вхождения» человека в мир культуры, некая чувственно-воспринимаемая форма для выражения духовно-идеального содержания. Оно многослойно и многогранно и имеет разные историко-культурные пласты.

Для достижения взаимопонимания в ходе межкультурной коммуникации участники должны не только владеть грамматикой и лексикой языка общения, но знать и культурные компоненты значений иностранных слов. Решающий фактор в понимании — это то, что существуют культурные аспекты вне лексических: аспекты, которые включают множество элементов невербальной коммуникации» [2]. Для взаимопонимания необходимо «войти» в мир другого народа, его психологии, традиций, религиозных представлений, невербальной символики и т.д.

Цель межкультурной коммуникации — рост взаимопонимания между народами. Оно достижимо на основе приобретения соответствующих общественных навыков, включая изучение языков, знакомство с историей и культурой других народов; овладение соответствующими правилами поведения в повседневной, профессиональной и религиозной сферах, установление научных связей и т.д. Ведущее значение при достижении взаимопонимания имеет толерантное отношение к существующим различиям между

культурами, и познавательный туризм имеет огромное значение как фактор, способствующий познанию культур народов Северного Кавказа и формированию толерантности в таком полиэтническом регионе.

Следует отметить исключительное воздействие современного туризма на различные сферы социума в глобализирующемся современном обществе. Путешествие как важнейший способ межкультурной коммуникации в ретроспективе истории туризма рассматривается в отдельных работах И. Сандомирской, Л. Воронковой, М. Белкина, В. Шестакова, Г. Усыскина [3].

Межкультурная коммуникация как деятельность предполагает взаимодействие представителей разных культур в процессе совместной профессиональной деятельности. А так же строится на знании многих факторов и реалий инोकультурной среды, таких, как ценности, понятия, модели поведения, социальная структура, практика ведения бизнеса и управления, понимании коммуникаций внутри культурной среды, вербальных и невербальных форм коммуникации, устных и письменных, личных, производственных и деловых отношений, в различных социальных контекстах.

Межкультурная коммуникация — термин, появившийся в отечественной гуманитарной науке в последнее десятилетие ушедшего века вслед за ранее укоренившимися в научном и быденном сознании понятиями «менталитет», «культурный плюрализм», «диалог культур». Исходя из выше сказанного, межкультурная коммуникация базируется на системе лингвистических и экстралингвистических знаний, а также умений и навыков, служащих формированию способности и готовности успешно устанавливать, строить, развивать и совершенствовать взаимоотношения с представителями иной, отличной от своей, лингвокультурной среды. Межкультурную коммуникацию следует рассматривать как: 1) саму деятельность, 2) условие и организационный принцип этой деятельности, 3) фактор и критерий качества турпродукта, 4) профессионально значимое качество

и компетенцию специалиста в сфере туризма, 5) обязательный компонент содержания профессионального туристского образования [4].

Становясь участниками любого вида межкультурных контактов, люди взаимодействуют с представителями других культур, зачастую существенно отличающихся друг от друга. Отличия в языках, национальной кухне, одежде, нормах общественного поведения, отношении к выполняемой работе зачастую делают эти контакты трудными и даже невозможными. Но это лишь частные проблемы межкультурных контактов. Основные причины их неудач лежат за пределами очевидных различий. Они — в различиях в мироощущении, то есть ином отношении к миру и к другим людям. Главное препятствие, мешающее успешному решению этой проблемы, состоит в том, что мы воспринимаем другие культуры через призму своей культуры, поэтому наши наблюдения и заключения ограничены ее рамками. С большим трудом мы понимаем значения слов, поступков, действий, которые не характерны для нас самих. Этноцентризм не только мешает межкультурной коммуникации, но его еще и трудно распознать, так как это бессознательный процесс. Отсюда напрашивается вывод, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться.

Социологическое исследование по изучению роли туризма как фактора межкультурной коммуникации проводилось в период с 2007 по 2011 годы среди студентов вузов региона КМВ. В опросе приняли участие 310 студентов. Основным источником информации выступили молодые люди в возрасте от 17 до 30 лет. Репрезентативность выборки обеспечивалась процедурой случайного отбора. В результате применения методов простой группировки и классификации были получены следующие данные: в опросе приняли участие 68% женщин и 32% мужчин. Их возраст в основном составлял от 17 до 19 лет (48,4%), респондентов в возрасте от 20 до 25 лет было значительно меньше (31,4%) и группа старше 25 лет — 20,2%.

Непосредственно сама анкета была разделена на 4 блока. Вопросы первого блока были направлены на изучение лингвокультурной среды регионов Северного Кавказа. Второй блок вопросов был разработан для выявления мотивов и интересов к изучению культуры народов региона. Третий блок — «паспортчика», т.е. вопросы, характеризующие самого респондента. Еще один блок вопросов был направлен на изучение коммуникативного уровня респондентов при освоении языка и культуры народов региона. Анализ полученных результатов анкетирования представлен на рисунках 1, 2, и 3.

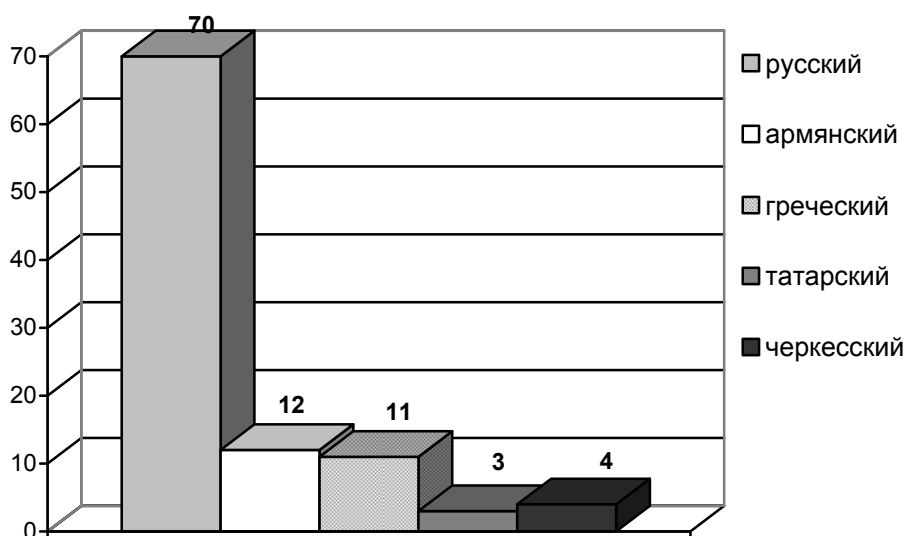


Рисунок 1. Знание языков народов Северного Кавказа

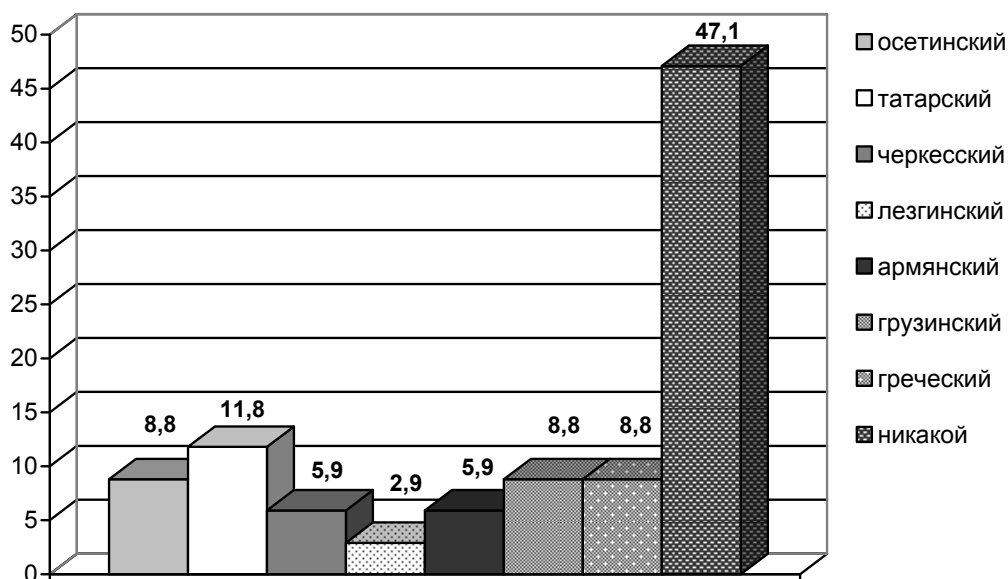


Рисунок 2. Желание изучить языки народов Северного Кавказа

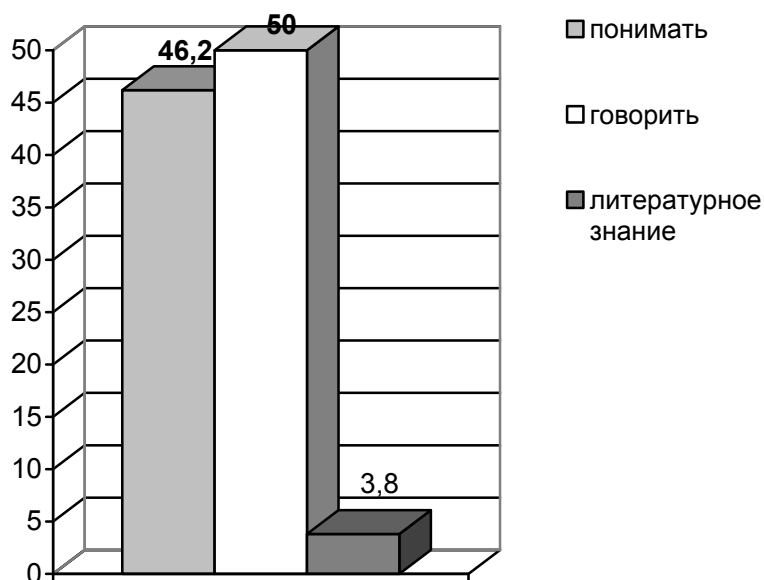


Рисунок 3. Желаемый уровень знания языка народов Северного Кавказа

Вместе с тем на вопрос анкеты «Желали ли вы участвовать в познавательном экскурсионном туре с возможностью познакомиться с основами одного из языков народов Северного Кавказа?» более 50% студентов ответили положительно. В связи с этим коммуникативная и познавательная функции туризма могут служить факторами развития межкультурной коммуникации и способствовать развитию толерантности в полиэтнических регионах, особенно в молодежной среде, что важно в современных социально-экономических

и политических условиях на Северном Кавказе.

Анализ предпочтений и интереса к регионам Северного Кавказа как объектам путешествий показал большее предпочтение посещения таких регионов, как Кавказские Минеральные Воды и Карачаево-Черкесская республика (рисунок 4). Причем основной предпочтения являлись не столько достопримечательности, их обычаи и традиции, сколько относительная социально-политическая стабильность данных регионов.

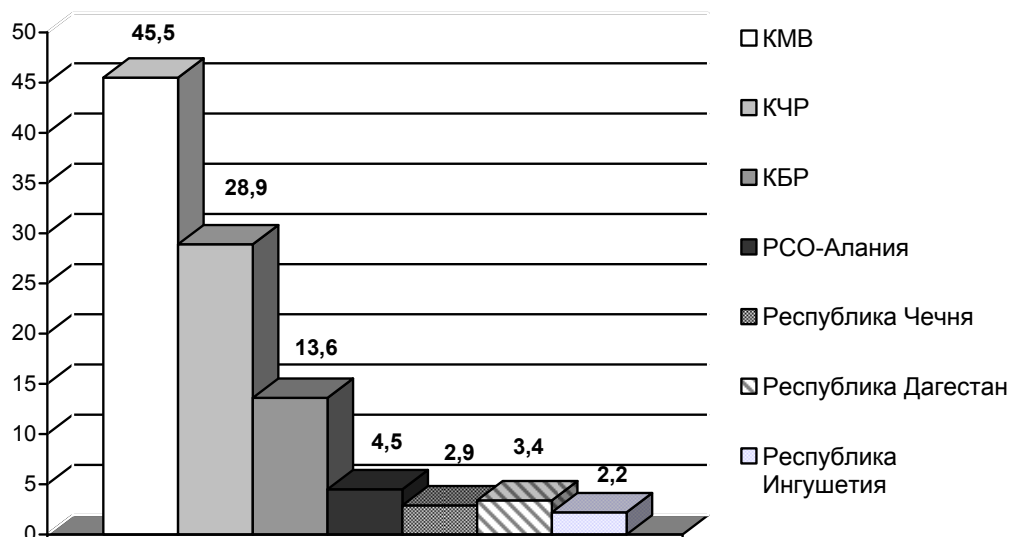


Рисунок 4. Интерес к регионам Северного Кавказа

С высказыванием о том, что Северный Кавказ — это многонациональный регион и существует желание познать культуру народов республик, согласилось 86% респондентов, при этом 52% опрошенных отметили, что хотели бы перенять не-

которые особенности воспитания, общения, культуры народов Северного Кавказа. На вопрос «Что вас привлекает в пребывании на Северном Кавказе» были получены следующие ответы, отраженные в нижеприведенном рисунке 5.

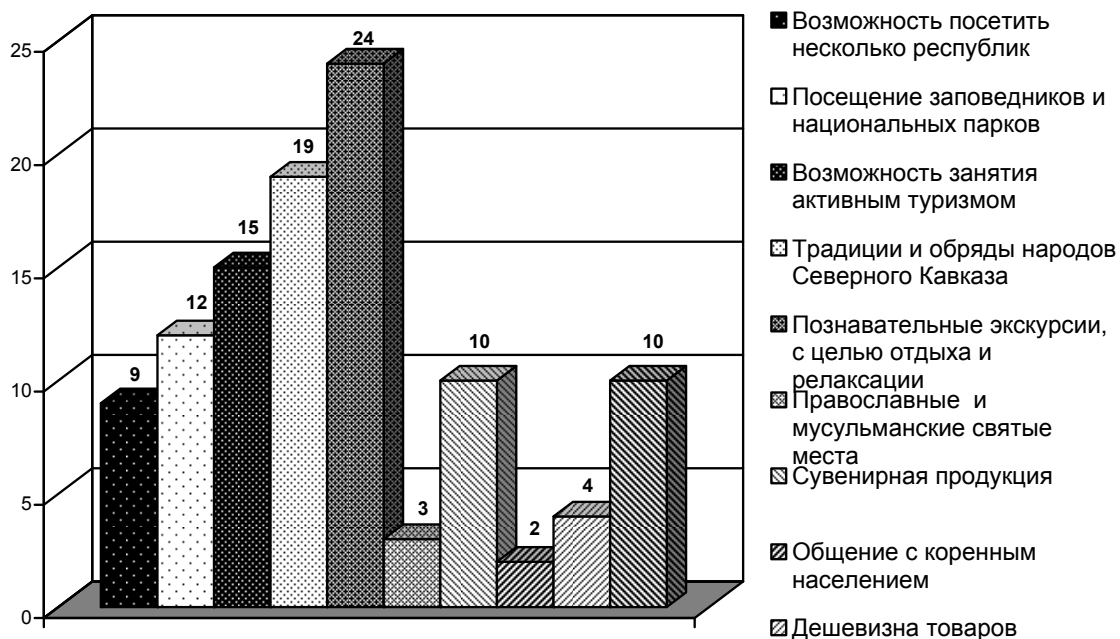


Рисунок 5. Факторы, привлекающие туристов в регионы Северного Кавказа

Анализ основных мотивов, предпочтений и целей путешествий среди студентов вузов региона КМВ (рисунок 6), готовящих специалистов в области социально-культурного сервиса и туризма, достаточно хорошо иллюстрирует роль туризма в формировании

определенных более социально значимых систем ценностей и способствующих лучшей физической и социальной адаптации молодого человека, как к профессиональной деятельности, так и в общественной жизни в современных социально-экономических условиях.

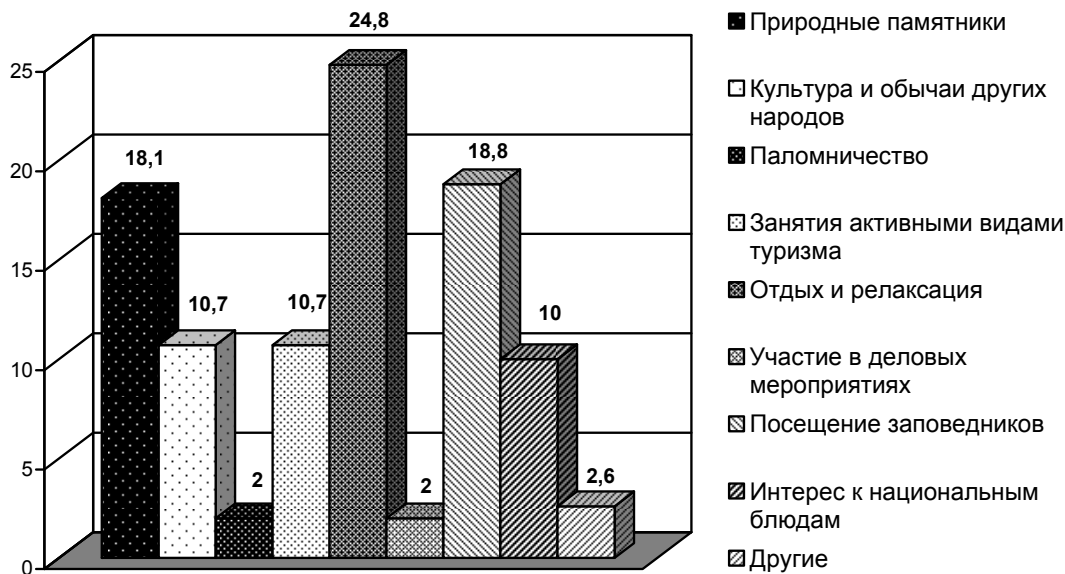


Рисунок 6. Цель посещения регионов Северного Кавказа

Путешествуя в разные регионы страны, особенно в регионы Северного Кавказа, и встречаясь там с новыми людьми, туристы приобретают друзей, знакомятся с их культурой, языками, традициями, устанавливая взаимные связи между людьми различных культур.

Познавательный и религиозный туризм в республике Северо-Кавказского федерального округа может служить тем фактором, который способствует улучшению взаимопонимания между народами, различными культурами в полиэтнических регионах. Особенно это актуально среди студенческой

молодежи в социальных и политических условиях современного общества. В работах исследователя молодежной субкультуры Т. Щепанской феномен туризма интерпретируется как стратегия потребления в глобализирующемся пространстве молодежной субкультуры, граничащая с символикой и ритуалами [5]. Туризм может служить наиболее адекватной социальной практикой повседневной жизни студенчества, так как исподволь знакомит его с культурой, традициями, языками других народов, используя знаково-символическую систему.

Примечания:

1. Ruben B.D. Communication and human behavior. N. Y., 1984. P. 98-116.
2. Marain G.C. Kinesis and cross-cultural understanding // Culture bound. Bridging the cultural gap in language teaching / ed. by J.M. Valdes. 1989. P. 11-18.
3. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. М.; СПб.: Герда, 2000. С. 22-41.
4. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учеб. для вузов / под ред. А.П. Садохина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — С. 46-52.
5. Щепанская Т.Б. Антропология молодежного активизма // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга (социологический и антропологический анализ). СПб.: Норма, 1999. С. 262-302.

References:

1. Ruben B.D. Communication and human behavior. N.Y. 1984. P. 98-116.
2. Marain G.C. Kinesis and cross-cultural understanding // Culture bound. Bridging the cultural gap in language teaching/ed. by J.M. Valdes. 1989. P. 11-18.
3. Usyskin G.S. Sketches of history of the Russian tourism. M.; SPb.: Gerda, 2000. P. 22-41.
4. Grushevitskaya T.G., Popkov V.D., Sadokhin A.P. Foundations of cross-cultural communication: a manual for higher schools / ed. by A.P. Sadokhin. M.: YuNITI-DANA, 2002. — P. 46-52.
5. Shchepanskaya T.B. Anthropology of youth activism // Youth movements and subcultures of St. Petersburg (sociological and anthropological analysis). SPb.: Norma, 1999. P. 262-302.