

УДК 337.6: 37.01

*Троцюк Т.С., Авраменко В.В.
(Брест, Беларусь)*

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМА

В статье рассматривается проблема формирования межкультурной компетенции в процессе профессиональной подготовки специалистов для международной туристической деятельности.

Ключевые слова: *профессиональная подготовка культуры, межкультурная коммуникация, взаимопонимание, международный туризм, коммуникативные стратегии.*

The article deals with the problem of intercultural approach in professional education of specialists for international tourism.

Key words: *professional education culture, intercultural communication, mutual understanding, international tourism, communicative strategies.*

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Активно начинает заявлять о себе на международном туристском рынке белорусский туризм. В то же время имеется ряд факторов, негативно влияющих на жизнедеятельность белорусских компаний, среди которых одним из наиболее «узких» мест в общей системе профессиональной подготовки сотрудников сферы туризма и гостеприимства является их профессионально-коммуникативная подготовка.

В условиях растущей конкуренции персонал туристской деятельности все острее испытывает потребность в современных знаниях. Принципы, стандарты и требования, предъявляемые к развитию современного туризма и качеству туристического продукта, оказывают значительное воздействие на организацию и содержание образования будущих специалистов в данной сфере, усиливается необходимость понимания разницы и сходства культур, особенностей менталитета, без чего невозможно эффективно контактировать с носителями языка и добиться профессионального успеха. Тот факт, что около 80% профессиональной деятельности работников туризма связано с коммуникативной деятельностью, проявляющейся в устной коммуникации и межличностном общении, вызывает необходимость формирования профессионально-значимых коммуникативных и социокультурных компетенций у специалистов данного профиля.

В процессе профессиональной подготовки будущие специалисты должны овладеть умениями и навыками соотнесения, сопоставления, понимания культурных традиций, норм, систем ценностей, привычек, предпочтений, стилей жизни своего и иных этнокультурных сообществ, распознавания и учета в туристской деятельности культурных

© Троцюк Т.С., Авраменко В.В., 2013

стереотипов, предубеждений и предрассудков взаимодействующих сообществ. Важны не только знания, умения и навыки, формирующие межкультурную компетенцию специалиста в сфере туризма, но и профессиональная готовность к самостоятельному поиску путей и методов межкультурного диалога, так как развитие туризма предполагает гармонию с национальными и лингвокультурными особенностями сообществ, участвующих в этом процессе.

Основные закономерности развития межкультурной коммуникации в системе международного туризма являются результатом прямого воздействия общемировых факторов и процессов современного развития: глобализации и противостоящих ей тенденций, культурного разнообразия и мультикультурализма, кардинально меняющих способы мировосприятия в целом, и туристскую картину мира в частности. Среди них выделяются, с одной стороны, глобализационная тенденция унификации норм и стандартов вербальной и невербальной коммуникации, а с другой – локализация и отражение в коммуникации плюрализма культурных практик в туризме (многокультурности, многоязычия и многообразия социальных моделей поведения и потребления), в результате чего происходит интерференция глобального и локального.

Межкультурная коммуникация не только объединяет участников процесса коммуникации, она опосредованно знакомит их с особенностями различных общественных институтов отличных микро культур (в том числе микро бизнес культур), к которым принадлежат коммуникаторы. Составляющими внешней среды, влияющей на коммуникацию, являются социокультурные взаимодействия между индивидуумами, то есть переплетение и взаимопроникновение социокультурных действий разных лиц. Взаимодействие между культурами в XXI в. должно быть основано на политике взаимопонимания, а она подразумевает добровольное овладение представителями одной культуры (или микрокультуры, микро бизнес-культуры) терминологией, полезными навыками, традициями отношений, корпоративной культурой и этикой другой, обогащая тем самым взаимодействующие микрообщества.

Достижение взаимопонимания не только в повседневном, но и в профессиональном плане невозможно без учета личности партнера как представителя определенной культуры и, соответственно, всего комплекса коммуникативных реалий, присущих данной культуре. Особое место в приобщении к иной системе культурных концептов отводится иностранному языку в процессе его изучения, так как просто знание иностранного языка не гарантирует успешности межкультурного взаимодействия, на пути которого могут возникнуть неполное понимание, культурные стереотипы и предрассудки, переоценка сходства родной и иноязычной культур или их конфронтация, т.е. частичное расхождение между коммуникативно-языковыми сообществами в наборе знаний о мире, образующих когнитивный фундамент коммуникации. Несовпадение национальных когнитивно-языковых картин мира – одно из самых серьезных препятствий на пути к адекватной коммуникации между носителями различных культурно-языковых традиций.

Эффективное общение предполагает знакомство с национально-культурной спецификой речевого поведения, с системой вербальных и невербальных кодов в контексте специфики межкультурной коммуникации и способностью пользоваться теми элементами социокультурного контекста, которые релевантны для порождения и восприятия речи

с точки зрения носителей языка (обычаи, правила, нормы, социальные условности, ритуалы, социальные стереотипы, страноведческие знания). Данные идиосинкретические особенности влияют на процессы восприятия, понимания, информационного обмена, принятия решений.

Выработка коммуникативных стратегий подчиняется прагматическим правилам, принципам и нормам, жестко детерминированным культурной и контекстной средой, и, следовательно, успех в туристическом бизнесе, в проведении переговоров, деловых встреч напрямую зависит от владения коммуникантами социокультурной парадигмой.

К сбоем в процессе коммуникации нередко приводит отсутствие знаний в сфере использования паралингвистических средств, присущих носителям того или иного языка; возникают недопонимание, парадоксы, следствием которых может быть неадекватная эмоциональная реакция партнера, двусмысленность в речевом поведении, искажение коммуникативной интенции. Точное понимание смысла полученного невербального поведения важно потому, что отдельные паралингвистические средства, встречающиеся в разных культурах, могут иметь семантически сходные интерпретации, а могут быть культурно омонимичными, выражая в разных культурах вещи прямо противоположные.

Знание всех этих особенностей поможет агенту сферы туризма объяснить конечному потребителю-путешественнику, бизнесмену, как адекватно вести себя в той или иной ситуации. Непонимание специфики страны пребывания или воздействие иной культуры может сказаться на психическом здоровье туриста в большей степени, чем перемена климата или отсутствие привычной пищи.

Туристская деятельность невозможна без сохранения уникальностей отдельной культуры и ее носителей. В то же время любая межкультурная коммуникация является своеобразным противопоставлением этнокультурных идентичностей, включая их взаимное проникновение. Чем «космополитичнее» будут функциональные и межличностные взаимодействия в туристской организации, тем успешнее она будет на рынке. Ведь данная организация будет обладать культурной мобильностью – объединять ценности различных культур, ориентироваться в потребностях разных обществ и т.д.

Эффективность международного туристского образования, таким образом, прежде всего должна ассоциироваться с умением, способностью и готовностью менеджеров туризма не только обеспечивать устойчивое развитие туризма, формы и практики менеджмента, но и создавать условия для взаимодействия и взаимопонимания между обществами, их культурами и наследием. Подготовка специалистов для международной туристской деятельности, контактного персонала индустрии туризма и гостеприимства может быть признана удовлетворительной лишь в том случае, если туризм будет строиться на принципе интеркультурности и рассматриваться как система, в которой межкультурная коммуникация имеет главенствующее значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Якобсон Р. О. Речевая коммуникация: Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. О. Якобсон // Избранные труды. – М.: Прогресс, 1985. – С. 306–330.