

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Як феномен світового масштабу туризм є невід'ємною частиною життя суспільства. В сфері соціальних відносин туризм може претендувати на структурообrazуючий рівень: сприяє знайомству, вивчення і зіставлення національних характерів, ментальності, архетипів. Туризм є серйозною політикою глобального рівня, завдяки якій можливо вирішення низки міжнародних проблем за допомогою «народної дипломатії». Тому системний розгляд туризму, як феномена культури, є актуальним.

Подорожі та туризм у певні історичні епохи впливали на сприйняття і структурування життєвого простору людини. Вони сприяли виникненню і формуванню культурної, економічної, соціальної, інформаційної, наукової сфери людства. Туризм охоплює особливості культури того чи іншого народу, його традиції, історичний уклад життя, а також універсальні, глобальні тенденції і риси в галузі культури, які існують в сучасному світі. Завдяки просторовим переміщенням людини туризм являє собою приклад освоєння і формування загальнолюдської міжкультурної комунікації. Крім того, розвиваючись в рамках конкретних етнонаціональних культур туризм стає міжкультурним феноменом [4].

Культурологічною особливістю комунікації туризму є поєднання міжнародного та національного культурних початків. Інтенсивний розвиток туризму призвів до необхідності аналізу різних його аспектів, в тому числі і його соціокультурних наслідків. При цьому велику увагу дослідники стали звертати на характер ціннісних культурних орієнтацій, їх динамку, норми, ідеї, думки і уявлення, що домінують у тих чи інших етнічних групах різних народів [3].

Теорія міжкультурної комунікації в туризмі та культурологія зробили внесок у формування наукової парадигми про ідею руху, взаємних зустрічей і інтеграцій різних культур. З точки зору міжкультурної комунікації, сама суть поняття «комунікація» має безпосереднє відношення до туризму. Туризм комунікативний: вирушаючи в подорож, турист виступає в якості комуні канта. Він пов'язує воедино просторово-часові координати і виступає у якості засоба сполучення між різними народами і культурами [3].

В Україні, яка є багатонаціональною державою, за допомогою міжкультурної комунікації також здійснюється діалог культур. При цьому, незалежно від місця проживання і соціального статусу жителів, розвивається можливість доступу до культурних цінностей регіонів. Цьому сприяє державна політика розвитку туристичної діяльності в Україні, яка знайшла своє відображення в Законі України «Про туризм» (редакція від 16.10.2020 р).

Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму. Закон «спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України...» [1].

Слід відзначити, що державне управління туризмом в умовах суспільних трансформацій до збереження культурної своєрідності виражається в тому, що «Програма розвитку туризму затверджується з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становить комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі...» [1, ст.12].

У відповідність з цим «держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності...» [1, ст. 6].

Серед основних пріоритетних напрямів державної політики в сфері туризму слід відзначити напрямок до «забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку...» [1, ст. 6].

Таким чином, як потужний фактор міжкультурної комунікації, туризм сприяє інтенсифікації та ескалації міжнародного спілкування та взаєморозуміння. Що стосується організаційних державних управлінських завдань то держава зобов'язана реалізувати поставлені цілі не тільки за допомогою правового та нормативного забезпечення туризму, а й дієздатністю відповідних органів державної влади, уповноважених здійснювати державне управління туризмом. Ця діяльність передбачає багатоаспектність внутрішніх і зовнішніх явищ, залежностей, має багатоцільовий характер.

Розглядаючи феномена туризму як комунікативно-культурне явище слід виділити його основні риси: туризм є способом реалізації культурних переваг; туризм, будучи способом індивідуального розвитку, спрямований на фізичне і духовне вдосконалення людини; туризм являє собою потужний імпульс у розвитку економіки, що активізує сферу зайнятості населення.

Література:

1. Закон України "Про туризм"(Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст.241). Редакція від 16.10.2020, підстава - 124-IX.
2. Dodd C. Dynamics of Intercultural Communication. Boston: 1998.
3. Driven R., Putz M., Jager S. Intercultural Communication. Bern: 1994.
4. Samovar L., Porter R., Stefani L. Communication between Cultures. Belmont: 1998 etc.