ВВЕДЕНИЕ

Все вопросы, связанные с культурой, приобрели в настоящее время небывалую остроту. Повышенный интерес к изучению культур разных народов, публикации на тему диалогов и особенно конфликтов культур, создание обществ, ассоциаций, объединяющих исследователей проблем культуры, конференции, симпозиумы, конгрессы по вопросам культуры, включение культурологии в учебный план подготовки специалистов по всем гуманитарным направлениям и даже в программы средней школы - всё это свидетельствует о повышении интереса к проблемам культуры. Это объясняется и созидательными мотивами интереса к другим культурам, стремлением обогатить свою культуру опытом и оригинальностью других, и негативными различными явлениями, которые привели к массовой миграции народов, их переселению, столкновению, что, разумеется, приводит к конфликту культур.

В то же время, сегодня открываются всё новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнёров по коммуникации. С другой стороны - расширение международных контактов, открывшиеся возможности трудоустройства в иностранных фирмах актуализируют необходимость знаний по коммуникативной культуре. Всё вышесказанное свидетельствует об актуальности проблемы межкультурного общения.

Особо значима проблема межкультурных связей для будущих работников туристской сферы, чья деятельность в значительной мере связана с представителями других культур.

Тесная связь и взаимосвязь иностранных языков и межкультурных связей очевидны. Каждый урок иностранного языка - это перекрёсток культур, это практика межкультурной коммуникации, потому что каждое иноязычное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру, за каждым словом стоит обусловленное национальным сознанием представление о мире. Осознание необходимости владения хотя бы одним иностранным языком пришло в наше общество. Знание иностранного языка является одним из существенных факторов построения профессиональной карьеры.

Приоритетную значимость приобрел иностранный язык как средство общения и обобщения духовного наследия стран изучаемого языка и народов. Специалистам в сфере туризма ежедневно приходится сталкиваться с решением задач коммуникативного плана не только на родном, но и на иностранном языке. Деловые встречи с зарубежными партнёрами, работа с иностранными туристами в качестве гидов-переводчиков, аниматоров в зарубежных отелях требуют от работника не только знания иностранного языка в достаточно большом объёме, но и знаний, связанных с культурой, историей страны, с представителями которой работает в данный момент менеджер туризма. Знание, обычаев, нравов, речевого этикета, принятого в стране деловых партнёров или туристов, создаёт положительную эмоциональную обстановку при общении, способствует более полному взаимопониманию, что в конечном итоге благотворно сказывается на результатах труда менеджера туризма, повышает престиж его фирмы и, следовательно, увеличивает прибыль предприятия.

В этой связи иностранный язык должен стать одним из средств в изучении межкультурных связей и формировании у специалистов туристской сферы соответствующий компетенции. В современных условиях в рамках понятия «иностранный язык» должны рассматриваться не только языковая подготовка, но и культурологическая, межкультурная, способная помочь

менеджерам туризма в преодолении культурного барьера, который гораздо опаснее и неприятнее языкового тем, что культурные ошибки воспринимаются обычно намного болезненнее, чем языковые, как правило, не прощаются и производят самое отрицательное впечатление. В этом заключается актуальность темы дипломной работы.

Предмет исследования – роль иностранного языка в развитии межкультурных связей в сфере туризма.

Объект исследования – значение иностранного языка для менеджера работающего на приеме и обслуживании иностранных туристов на примере туроператора ООО «Саянское кольцо» города Красноярска.

Цель исследования – исследование значения иностранного языка в развитии межкультурных связей как формы деятельности менеджера по приему иностранных туристов на примере туроператора «Саянское кольцо» г. Красноярск.

Цель исследования определила постановку задач исследования:

1. Изучить понятие межкультурных связей и их основные функции, значение иностранного языка в развитии межкультурных связей.

2. Исследовать роль межкультурных связей в профессиональной деятельности менеджеров туризма с целью выявления направлений для формирования степени значения иностранного языка в развитии названных связей в сфере туризма.

3. Провести анализ значения иностранного языка в развитии межкультурных связей в туризме на примере деятельности специалиста по приему иностранных туристов туроператора «Саянское кольцо» города Красноярска.

4. Разработать рекомендаций для расширения межкультурных связей и знаний иностранного языка для практикующих менеджеров по приему иностранных туристов в городе Красноярске.

Методологическую основу исследования составляют теории:

- по межкультурным связям: Артановского С. Н., Микрюкова М.А., Мясоедова С.П.;

- по основам международного туризма: Кузьминой Е. М., Михальчик К. И., Сморжок И. П.;

- по значению иностранного языка в развитии межкультурных связей в сфере туризма: Мошняга Е. В., Ветошкиной Т. А., Тер-Минасовой С.Г..

Методология и задачи исследования определили выбор наиболее эффективных методов исследования, которые включают в себя:

1 .Теоретический анализ педагогической и методической литературы, отечественных и зарубежных источников.

2. Изучение состояния вопроса в существующей практике: анкетирование, интервьюирование, опросы менеджеров туркомпаний города Красноярска, работающих на приеме и обслуживании иностранных туристов.

4. Специфические методы поиска и анализа информации, представляемые глобальной сетью Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗНАЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РАЗВИТИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

1.1 Понятие межкультурных связей и их основные социальные функции

Межкультурные связи – общение, осуществляемое в условиях столь значительных культурных различиях участников, которые существенно влияют на удачу или неудачу коммуникативного события. Адекватное взаимопонимание участников акта общения, принадлежащих к разным культурам. Межкультурные связи характеризуется тем, что ее участники при прямом контакте используют специальные языковые варианты и стратегии поведения, отличные от тех, которыми они пользуются при общении внутри одной и той же культуры. [10, с. 26]

Способность к развитию коммуникаций и связей присуща всем представителям Homo sapiens и культурно обусловлена. Кроме этого, она обусловлена и уникальным индивидуальным опытом каждого человека, из чего следует, что при коммуникации, являющейся процессом обмена сообщениями, постоянно происходит воссоздание смыслов, так как они не совпадают даже у людей, говорящих на одном и том же языке, выросших в одной и той же культуре. Само собою, разумеется, что при наличии разных культур и разных языков связи осложняются настолько, что о полном понимании можно говорить лишь с известной долей иронии. [10, с. 28]

С рождения человек принадлежит многим группам, и именно в них формируются его навыки и умения коммуникации. В процессе коммуникации происходит обмен сообщениями, т.е. осуществляется передача информации от одного участника к другому. Так как люди не умеют общаться непосредственно – скажем, с помощью электрических импульсов, посылаемых от одного мозга к другому, – информация кодируется с помощью определенной символьной системы, передается и затем декодируется, или – шире – интерпретируется адресатом сообщения. Коммуникация имеет место всегда, когда какому-либо поведению или его результату приписывается некоторое значение, и они выступают как знаки или символы. Из всех видов знакового (символьного) поведения в человеческом сообществе важнейшими являются использование языка (вербальная коммуникация) и сопровождающее его несловесное поведение (невербальная коммуникация). [6, с. 45]

Таким образом, коммуникация есть сложный, символьный, личностный процесс, который позволяет участникам выражать некоторую внешнюю по отношению к самим участникам информацию, внутреннее эмоциональное состояние, а также статусные роли, в которых они пребывают друг относительно друга. (Приложение 1)

Естественный язык представляет собой неоднозначную систему, это знания собственно символьной системы, в терминах которой происходит коммуникация, и, во-вторых, знания об устройстве внешнего мира. Знания о внешнем мире состоят из личного опыта индивидуума; базовых, фундаментальных знаний о мире, имеющихся у всех людей; и всех остальных знаний, которыми мы обладаем вследствие нашей принадлежности к различным национальным, этническим, социальным, религиозным, профессиональным и другим группам.

Общность базовых знаний о мире объясняет принципиальную переводимость сообщений с одного языка на другой и возможность понимания между членами одного языкового коллектива, пользующихся одной культурной и языковой системой. [7, с. 72-73]

В теоретических работах культура сравнивается с программой, заложенной в голову человека, с экраном, стоящим между ним и миром, с инструментом в его руках. Термин «межкультурные связи» появился в литературе в 1970-х годах. В учебнике Л. Самовара и Р. Портера «Коммуникация между культурами» (Communication between Cultures), впервые опубликованном в 1972, проводится исследование коммуникативных неудач и их последствий в ситуациях межкультурного общения. [19, с. 52-56]

Впоследствии произошло расширение понятия межкультурных связей на такие области, как теория перевода, обучение иностранным языкам, сравнительная культурология и др. К настоящему моменту научные исследования в области межкультурных связей фокусируются на поведении людей, сталкивающихся с культурными различиями в языковой деятельности и последствиями этих различий. Результатами исследований стали описания культурной специфики в многочисленных разработках для практических занятий (тренингов) по развитию кросс-культурной восприимчивости. [11, с 62]

Межкультурные связи как общественный феномен были вызваны к жизни практическими потребностями послевоенного мира, подкреплявшимися идеологически тем интересом, который с начала 20 в. формировался в научной среде и в общественном сознании по отношению к так называемым «экзотическим» культурам и языкам. Практические потребности возникли вследствие бурного экономического развития многих стран и регионов, революционных изменений в технологии, связанной с этим

глобализации экономической деятельности. В результате мир стал значительно меньше – плотность и интенсивность продолжительных контактов между представителями разных культур очень выросли и продолжают увеличиваться. Помимо собственно экономики важнейшими зонами профессиональной и социальной межкультурной коммуникации стали образование, туризм, наука. [11, с. 42]

Эти практические потребности были поддержаны изменениями в общественном сознании и, в первую очередь, отказом от европоцентрических подходов в гуманитарных и общественных науках. Признание абсолютной ценности разнообразия мировых культур, отказ от колонизаторской культурной политики, осознание хрупкости существования и угрозы уничтожения огромного большинства традиционных культур и языков привели к тому, что соответствующие дисциплины стали бурно развиваться, опираясь на новый в истории человечества феномен интереса народов Земли друг к другу. Многие ученые, чьи труды по описанию традиционных обществ, культур и языков способствовали становлению идеи многополярности человеческого сообщества. [10, с. 132]

Изучение межкультурных связей предполагает знакомство со следующими явлениями и понятиями: принципы коммуникации и связей; основные функции культуры; влияние культуры на восприятие и связи в различных сферах и видах; параметры для описания влияния культуры на человеческую деятельность.

Важно отметить принципиальную прикладную ориентированность многих исследований: их результаты предназначены для непосредственного использования в сферах деятельности и профессиях, которые осуществляют себя посредством межкультурных связей (в таких случаях их называют профессиональной коммуникацией). Это набор навыков, которыми можно и нужно владеть. В первую, очередь эти навыки необходимы тем, чья

профессиональная деятельность связана с взаимодействием между культурами, когда ошибки и коммуникативные неудачи приводят к другим провалам – в переговорах, к неэффективной работе коллектива, к социальной напряженности. К таковым относятся образование, общественно-политическая деятельность, управление, консультирование (в том числе медицинское), социальная работа, журналистика и др. [5, с. 82-84]

Центральным понятием в сфере прикладной межкультурной коммуникации является межкультурная восприимчивость (intercultural sensitivity). Ее повышение в условиях множащихся различий, неопределенности, неоднозначности и перемен, характеризующих современное общество, становится важной составляющей профессиональной пригодности специалиста. Этой цели служит большое количество учебно-просветительской литературы и межкультурные тренинги.

Различного рода справочники, руководства, пособия по тому, как лучше торговать (обучать, договариваться, работать и т.д.) с японцами, французами, русскими и т.п., дают конкретные знания об особенностях той или иной культуры в области профессиональной, социальной и отчасти межличностной коммуникации. Они могут быть ориентированы на две или более сравниваемые культуры. Содержащаяся в них информация расширяет знания относительно другой культуры и приводит непосредственно к повышению межкультурной восприимчивости. Эту роль выполняют тренинги, основанные на идее о том, что недостаточно просто сообщить участникам определенное количество новой информации о другой культуре. Эти знания должны быть освоены таким образом, чтобы изменить некоторые коммуникативные и культурные незнания и повлиять тем самым на поведение людей в ситуациях межкультурного общения. [10, с. 95]

На международном уровне все более важным фактором становится развитие телекоммуникационных сетей, для выполнения объединенных

международных проектов в сфере индустрии культуры, образования и туризма, содействие развитию общих рынков. Современный тип личности не может сформироваться без образовательной, эстетической, этической компоненты как условия ее совершенствования. По сути, никакие изменения в обществе невозможны, если в практической деятельности не учитывается специфика обычаев, нравов и традиций каждого народа, не ведется работа по повышению творческого потенциала личности и ее общей культуры, развитию интеллектуальных навыков, сохранению и обогащению культурных ценностей людей, духовного здоровья нации в целом. Страна может иметь перспективы развития только в том случае, если ее стратегии будут предполагать комбинированную деятельность по обеспечению становления свободной, зрелой личности, способной сделать правильный социальный и интеллектуальный выбор на межкультурном уровне.

Основные направления корректировки межкультурных связей на современном этапе развития человечества связаны с реализацией имеющими приоритетное значение функциями:

- сохранение национальной и культурной идентичности,

- формирование гражданского общества,

- усиление гармоничной межкультурной коммуникации в период ускоряющихся общественных перемен,

- налаживание диалога культур,

- развитие новых информационно-коммуникационных технологий. [4, с. 69-75]

1.2 Значение иностранного языка в межкультурных связях

В современном обществе именно практическое владение иностранным языком является основной целью не только языкового, но и любого образования, так как растет потребность в специалистах в различных областях знания, практически владеющих одним или несколькими иностранными языками. Поэтому основной целью обучения иностранному языку является формирование языковой личности, которая готова к реальному, продуктивному общению с представителями иных культур на различных уровнях и в различных сферах жизни. На первый план выступает необходимость вербального обеспечения межкультурной коммуникации (установление личных контактов, ведение телефонных разговоров, обмен корреспонденцией, проведение презентаций, совещаний и собраний, переговоров, участие в конференциях и семинарах).

Язык – главный выразитель самобытности культуры – одновременно является и главным посредником в межкультурном коммуникационном процессе. Таким образом, говорящий на иностранном языке должен не только правильно формулировать мысли на иностранном языке, но и соблюдать культурные нормы, принятые у носителей изучаемого языка. [16, с. 32-36] (Приложение 2)

Осваивая язык, обучающийся должен проникнуть и в иную систему ценностей и жизненных ориентиров и интегрировать ее в собственную картину мира. В зависимости от того, насколько адекватно осознают люди ценности своей культуры и сопоставляют их с ценностями культур других народов, определяется и благополучие данного народа Многочисленные исследования вопросов взаимодействия культур свидетельствуют о том, что содержание и результаты многообразных межкультурных контактов во многом зависят от способности их участников понимать друг друга и достигать согласия, которое главным образом определяется этнической культурой каждой из взаимодействующих сторон, психологией народов, господствующими в той или иной культуре ценностями. В культурной

антропологии взаимоотношения разных культур может происходить как в политике, так и в межличностном общении людей в быту, семье, неформальных контактах. [16, с. 52-54]

Отношения являются межкультурными, если их участники не прибегают к собственным традициям, обычаям, представлениям и способам поведения, а знакомятся с чужими правилами и нормами повседневного общения. Для межкультурной коммуникации необходима принадлежность отправителя и получателя сообщения к разным культурам. Для нее также необходимо осознание участниками коммуникации культурных отличий друг друга. По своей сущности межкультурные связи – это всегда межперсональное общение в специальном контексте, когда один участник обнаруживает культурное отличие другого. Известно, что общение происходит на трех уровнях: коммуникативном, интерактивном и перцептивном. [20, с. 42]

Коммуникативный уровень представляет собой контакт посредством языка и культурных традиций, характерных для той или иной общности людей. Результатом этого уровня взаимодействия является взаимопонимание между людьми. Интерактивный уровень – это общение, учитывающее личностные характеристики людей. Оно приводит к определенным взаимоотношениям между людьми. Перцептивный уровень дает возможность взаимного познания и сближения людей на этой рациональной основе. Он представляет собой процесс восприятия партнерами друг друга, определение контекста встречи. Перцептивные навыки проявляются в умении управлять своим восприятием, «читать» настроения партнеров по вербальным и невербальным характеристикам, понимать психологический эффект восприятия и учитывать их для снижения его искажения. [18]

Необходимым условием коммуникативного взаимодействия является коммуникативная компетенция, под которой понимается владение

несколькими видами общих знаний, разделяемых участниками процесса общения. Они складываются, во-первых, из знаний собственно символьной системы, в рамках которой происходит коммуникация, и, во-вторых, из знаний об устройстве внешнего мира. Знания о внешнем мире состоят из личного опыта индивидуума, базовых, фундаментальных знаний о мире, имеющихся у всех людей, и всех остальных знаний, которыми люди обладают вследствие своей принадлежности к различным национальным, этническим, социальным, религиозным, профессиональным и другим группам.

Учитывая названные факторы коммуникативного процесса, Совет Европы ещё в 1986 г. выделил шесть компонентов в понятии межкультурных связей:

- языковая компетенция;

– способность воспроизводить и интерпретировать значащие высказывания, строящиеся в соответствии с правилами языка и выражающие их общепринятое значение;

- социолингвистическая компетенция общения с использованием и соблюдением традиций и обрядов разных культур;

– отбор таких способов, при которых выбор языковых форм определяется такими условиями, как окружение, отношение между партнерами общения и т.д.;

- дискурсная компетенция;

– способность использовать коммуникативные стратегии разного рода для преодоления трудностей в коммуникации между культурами;

– наличие желания и умения взаимодействовать с другими и отличается от других компонентов тем, что она в меньшей степени ориентирована на язык и в большей степени касается личности. [10, с.71-73]

Таким образом, успешные межкультурные связи предполагают наряду с владением иностранным языком еще и умение адекватно интерпретировать поведение представителя иносоциума, а также готовность участников общения к восприятию другой формы коммуникативного поведения, пониманию его различий и варьирования от культуры к культуре.

Стратегия сближения инокультурных знаний направлена на предотвращение не только смысловых, но и культурных сбоев в коммуникации. Здесь главная проблема – проблема понимания. При ее решении следует помнить, что язык только инструмент для передачи форм речевого поведения, он лишь создает среду для межкультурной коммуникации. Понимание в межкультурной коммуникации – сложный процесс интерпретации, который зависит от комплекса как собственно языковых, так и неязыковых факторов. Для достижения понимания в межкультурной коммуникации ее участники должны не просто владеть грамматикой и лексикой того или иного языка, но знать культурный компонент значения слова, реалии чужой культуры.

Речь идет о том, что реальное употребление слов, реальное речевоспроизводство в значительной степени определяется знанием социальной и культурной жизни говорящего на этом языке речевого коллектива. Язык не существует вне культуры, т.е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни. Поскольку в основе языковых структур лежат социокультурные структуры, то для активного использования языка как средства общения необходимо как можно глубже знать мир изучаемого языка. [28, с. 102-104]

Не зная мир изучаемого языка, невозможно освоить язык как средство общения, он может быть освоен лишь как способ хранения и передачи информации, как «мертвый» язык, лишенный живительной почвы – культуры носителя. Этим, кстати, объясняются и неудачи с искусственными языками, так и не получившими широкого распространения и обреченными на умирание. Именно поэтому изучение иностранного языка предполагает усвоение не только плана выражения некоторого языкового явления, но и плана его содержания, т. е. выработку в сознании понятия о новых предметах и явлениях, не имеющих аналогов ни в их родной культуре, ни в их родном языке. Для этого необходимо предусматривать изучение элементов страноведения. В свете современных требований меняется статус и роль страноведческой информации, представленной таким образом, чтобы соответствовать опыту, потребностям и интересам человека и быть сопоставимой с аналогичным опытом их ровесников в стране изучаемого языка. [28, с. 106]

В самом понятии межкультурных связей заложено равноправное культурное взаимодействие представителей различных культурных общностей с учетом их самобытности и своеобразия, что приводит к необходимости выявления общечеловеческого на основе сравнения иноязычной и собственной культур. Современное восприятие иностранного языка невозможно без привития уважения к иноязычной культуре, что способствует всестороннему развитию личности, развитию духовных ценностей человека.

Благодаря полученному опыту межкультурного общения мы смотрим на мир шире и терпимее относимся к культурному своеобразию других народов. А если это сопровождается теоретическим изучением феномена культуры, мы не только получаем представление о том, как улучшить взаимоотношения с людьми, но реально осознаем воздействие собственной культуры на нас, наше мировосприятие и поведение. Культурное воспитание может не только свести к минимуму культурный шок и увеличить опыт

межкультурного общения, но и способствовать профессиональному росту и эффективности организации в целом. Культурная чуткость должна научить нас тому, что культура и поведение – это понятия относительные, следовательно, мы должны быть менее категоричными и более терпимыми в человеческих взаимоотношениях. [28, с.108]

В прошлом, многие исследователи воспринимали культурные различия как барьер, мешающий общению и совместной деятельности. Сегодня же они признают, что если разумно и правильно использовать культурные различия, они превращаются в источники дополнительных возможностей. Сегодня мы активно участвуем во всех сферах межкультурной коммуникации, а следовательно, должны уметь управлять процессами, происходящими в многонациональных обществах, должны осознавать влияние национальной и корпоративной культуры на поведение человека и уметь применять полученные знания и навыки для достижения наилучших результатов своей деятельности. Благодаря полученному опыту межкультурного общения мы смотрим на мир шире и терпимее относимся к культурному своеобразию других народов. А если это сопровождается теоретическим изучением феномена культуры, мы не только получаем представление о том, как улучшить взаимоотношения с людьми, но реально осознаем воздействие собственной культуры на нас, наше мировосприятие и поведение. Культурное воспитание может не только свести к минимуму культурный шок и увеличить опыт межкультурного общения, но и способствовать профессиональному росту и эффективности организации в целом. Культурная чуткость должна научить нас тому, что культура и поведение – это понятия относительные, а следовательно, мы должны быть менее категоричными и более терпимыми в человеческих взаимоотношениях. В прошлом, многие исследователи воспринимали культурные различия как барьер, мешающий общению и совместной деятельности. Сегодня же они признают, что если разумно и правильно использовать культурные различия, они превращаются в источники дополнительных возможностей. [28, с. 110]

В настоящее время проблемы межкультурных связей, диалога между культурами и представителями разных народов стоят особенно остро. И все же, конфликта быть не должно, должен быть диалог, к этому надо стремиться, несмотря на ухудшение отношений со многими странами мира. Благодаря полученному опыту межкультурного общения мы смотрим на мир шире и терпимее относимся к культурному своеобразию других народов. А если это сопровождается теоретическим изучением феномена культуры, мы не только получаем представление о том, как улучшить взаимоотношения с людьми, но реально осознаем воздействие собственной культуры на нас, наше мировосприятие и поведение. Культурное воспитание может не только свести к минимуму культурный шок и увеличить опыт межкультурного общения, но и способствовать профессиональному росту и эффективности организации в целом. Культурная чуткость должна научить нас тому, что культура и поведение – это понятия относительные, а следовательно, мы должны быть менее категоричными и более терпимыми в человеческих взаимоотношениях. В прошлом, многие исследователи воспринимали культурные различия как барьер, мешающий общению и совместной деятельности. Сегодня же они признают, что если разумно и правильно использовать культурные различия, они превращаются в источники дополнительных возможностей. [28, с. 115-117]

Для обеспечения эффективности общения между представителями разных культур нужно преодолеть барьер культурный. В приводимом ниже отрывке из интересного исследования И. Ю. Марковиной и Ю. А. Сорокина представлены национально-специфические компоненты культур, то есть как раз то, что и создает проблемы межкультурной коммуникации. В ситуации контакта представителей различных культур языковой барьер — не единственное препятствие на пути к взаимопониманию. Национально-специфические особенности самых разных компонентов культур-коммуникантов могут затруднить процесс межкультурного общения. [26, с. 58-62]

К компонентам культуры, несущим национально-специфическую окраску, можно отнести как минимум следующие:

а) традиции (или устойчивые элементы культуры), а также обычаи и обряды (выполняющие функцию неосознанного приобщения к господствующей в данной системе нормативных требований);

б) бытовую культуру, тесно связанную с традициями, вследствие чего ее нередко называют традиционно-бытовой культурой;

в) повседневное поведение (привычки представителей некоторой культуры, принятые в некотором социуме нормы общения), а также связанные с ним мимический и пантомимический коды, используемые носителями некоторой национальной общности;

г) «национальные картины мира», отражающие специфику восприятия окружающего мира, национальные особенности мышления представителей той или иной культуры;

д) художественную культуру, отражающую культурные традиции того или иного этноса. [26, с. 64]

В межкультурном общении необходимо учитывать особенности национального характера коммуникантов, специфику их эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления.

Речь уже идет, таким образом, о необходимости более глубокого и тщательного изучения мира (не языка, а мира) носителей языка, их культуры в широком этнографическом смысле слова, их образа жизни, национального характера, менталитета и т. п., потому что реальное употребление слов в речи, реальное речевоспроизводство в значительной степени определяется знанием социальной и культурной жизни говорящего на данном языке речевого коллектива. Язык не существует вне культуры, т. е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни. [26, с. 72]

1.3. Значение иностранного языка в развитии межкультурных связей в сфере туризма

Международный туризм всегда служил и должен служить, прежде всего, целям сплочения, единения, взаимопонимания и мира между народами и культурами. Это одна из основных миссий международного туризма. На международном и национальном уровне должны прилагать усилия по налаживанию межкультурной коммуникации в туризме. К числу таких мер следует отнести подготовку специалистов международной туристской деятельности в области межкультурных коммуникаций, которая давала бы специализированные знания, умения и навыки, способствующие эффективному межкультурному общению.

Туризм является не только способом проведения досуга граждан, он трансформировался в массовую коммуникативную практику, значимый социальный процесс. Межкультурный туризм имеет наибольшее распространение, его целью является знакомство с иной природной, этно-социальной, культурной реальностью. [11, с. 64] (Приложение 4)

Туристскую практику следует отличать от классического представления о путешествии. Путешествие - это неограниченное передвижение в культурно-природной среде, глубокое внутреннее приобщение к иной картине мира. Ценность путешествия - это опыт познания и сравнения культурных пространств, выявление их глубинных отличий. Туризм - ограниченное пространственно-временными рамками внешнее знакомство с иной культурой, основанное на посещении символически значимых ее объектов. [8]

Межкультурные связи в туризме имеют несколько основных аспектов:

- познавательный - сосредоточен на получении конкретной информации о знаковых моментах истории интересующего объекта,

- ценностный - отражает сравнительный анализ господствующих идеалов, нравов в пределах интересующих культур, традиции их бытования,

- гуманистический - выражается в устранении образа «чужого», возможного врага при непосредственном контакте с носителями иной культуры,

- потребительский - существует как туристский бизнес. [24]

Туристская поездка - определенный вид товара, к которому за оговоренную стоимость предъявляются четкие требования. Туристский бизнес - неотъемлемая часть мировой экономики, а для многих стран - стабильный источник государственного дохода и поэтому является одним из способов организации мультикультурного глобального мирового сообщества. В период научно-технического, мирового цивилизационного процесса, активного развития транспортных средств и появления новых технологических возможностей, а также все большей открытости границ между государствами современный человек получил неограниченные возможности контактировать с представителями других культур. В настоящее время явно прослеживается активный интерес к изучению культур разных народов, особое место исследователи уделяют диалогам и конфликтам культур: взаимопонимание, терпимость и уважение к культуре партнеров по общению. [12, с. 63-65]

Специалистам в сфере туризма ежедневно приходится сталкиваться с решением задач коммуникативного характера:

- деловые встречи с иностранными партнерами,

- переписка,

- возможности трудоустройства в иностранных турфирмах,

- работа с инкаминговыми (иностранными) туристами,

- анимационная деятельность в зарубежных гостиницах,

- подписание договоров, обсуждение условий продаж. [12, с. 65]

Все это требует от работника туротрасли не только знания языка, но и знаний, связанных с культурой, историей страны, с представителями которой в данный момент работает менеджер туризма. Знание речевого этикета, обычаев, нравов, принятых в стране деловых партнеров создает положительное впечатление при общении, располагает, способствует более полному взаимопониманию, что, в конечном итоге благоприятно сказывается на результатах партнерского общения, повышает престиж фирмы. 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.

Закономерен вопрос: есть ли необходимость в специалистах, консультантах по межкультурным связям в сфере туризма, включая гостиничный бизнес. Такая необходимость, безусловно, назрела. Туриндустрия сегодня – не просто бессистемный сектор. Она представляет собой сложный конгломерат взаимоотношений разного рода структур. Это туроператоры, создающие продукт для конечного потребителя, посредники-агенты, туристские ведомства, авиаперевозчики, гостиницы и курорты, бюро аренды (от автомобилей до загородных вилл и апартаментов), системы по обеспечению безопасности и т.д. Для успешного взаимодействия всех этих структур и развития отрасли в целом профессионалы по межкультурным связям необходимы. Проблема становится актуальнее, когда взаимодействие культур выходит за рамки одной страны или региона.

Квалифицированные работники сферы туризма должны не только помогать туристам преодолевать языковой барьер, но и культурный.

Межкультурный барьер гораздо опаснее и неприятнее языкового и приводит достаточно часто к отрицательным последствиям. [12, с. 70]

Туризм образует самую обширную сферу конфликтов представителей самых разных культур со свойственными им особенностями поведения, мышления, мировоззрения, обычаями, традициями, общения. Поэтому проблемы межкультурных связей в туризме проявляются особенно отчетливо. Известны случаи, когда туристы – представители разных культур и народов отказывались лететь в одном самолете, ехать в одном автобусе, жить в одном отеле, садиться за один стол в ресторане. Представители принимающей стороны также достаточно часто проявляют свое неприязненное отношение к туристам: проявление дискриминации, неуважительное отношение, пренебрежение со стороны представителей государственных структур, например, консульских служб, таможенных органов, средств массовой информации, что, конечно, отрицательно отражается на развитии туристской отрасли.

Большое количество конфликтов возникает на почве приверженности разным религиям. Достаточно серьезной проблемой в наше время является терроризм и очень неспокойная ситуация в мире. Круг территорий, посещаемых с целью историко-культурного познания сузился, что, конечно, тоже тормозит развитие межкультурных коммуникаций в туризме и является неразрешимой на сегодняшний момент проблемой. [13, с. 10]

Неотъемлемой характеристикой туристов является их любознательность в отношении изучения различных уголков мира и населяющих их народов, она образует один из наиболее сильных побудительных туристских мотивов. В настоящее время достаточно активно развивается историко-культурный туризм. Совмещение отдыха с познанием жизни, историей и культурой другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм. Увидеть новые регионы или страны своими глазами, услышать, ощутить, испытать на себе, открыть для себя

новые знания. Знакомство с культурой и обычаями других народов обогащает духовный мир человека. Именно поэтому, туризм является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимого суверенитета и самобытности народа. Как показывает исторический опыт, большинство межнациональных конфликтов возникает на почве незнания, непонимания, неприятия, неуважения культур других народов. [13, с. 12]

Современный туризм — неотъемлемый атрибут постиндустриального общества. Спрос на туристские услуги растет год от года, удовлетворяя потребности граждан Российской Федерации и иностранных граждан в оздоровлении, познании, духовном и физическом развитии, межкультурных и образовательных обменов, создавая единую культурную сферу современной цивилизации. Данные феномены создают специфический комплекс требований к специалистам в области туризма.

Работники сферы туризма должны иметь высокую степень готовности к реализации проектов туристской индустрии, разработке туристского продукта на основе современных технологий, принятию решения в организации туристской деятельности, эффективному общению с потребителями туристского продукта, к применению инновационных технологий туристской деятельности. Туристская деятельность, согласно Федеральному закону от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в ред. 2016 года) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий. [1]

Требования к компетенциям специалистов туристской отрасли особенно актуализируются в свете реализации мероприятий Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)». Федеральная целевая программа содержит сложные и масштабные задачи, выполнение которых приведет в

ближайшие годы к весьма существенным изменениям, как в структуре туристской отрасли, так и в её географии и влекут за собой новые требования и приоритеты к персоналу предприятий туриндустрии. Таким образом, по мере формирования новой структуры туризма кадры становятся ключевой позицией, от которой зависит успех всех сегодняшних больших начинаний, в т.ч. и инновации. [2, 3]

Квалификационные требования к специалистам туристского бизнеса России отражены в постановлении Министерства труда и социального развития от 17 мая 1999 г. № 8 «О квалификационных требованиях к основным должностям работников туристской индустрии» (в ред. 2012 года, статус: действующий). [3] Форма, структура и содержание этого документа основаны на положениях современных европейских стандартов, в частности Великобритании, Франции, Германии. Профессиональный стандарт направлен на установление и поддержание единых требований к содержанию и качеству деятельности специалиста по организации и предоставлению туристских услуг.

Специалист в области туризма должен уметь осуществлять не только информационное обслуживание клиента, но и формировать предложение услуг, обеспечивающих удовлетворение культурных, познавательных, физических потребностей, максимально соответствующих пожеланиям туриста, понимать и учитывать, что особенностью обслуживания в сфере туризма является изменение потребностей клиента от стадии покупки туристского продукта к стадии пользования им. Профессиональный стандарт предусматривает работу с российской и иностранной клиентурой на языке основной клиентуры. При этом стандарт предписывает:

- Владение иностранным языком основной клиентуры;

- Устное общение с клиентом, включая телефонные переговоры;

- Основные навыки, необходимые для выполнения должностных обязанностей;

- Ведение деловой переписки;

- Владение техникой приема и переговоров с клиентом;

- Соблюдение протокола и этикета;

- Культура межличностного общения;

- Владение иностранным языком основной клиентуры;

- Определение и удовлетворение потребностей туристов;

- Устное общение с туристами по тематике профессиональных обязанностей;

- Ведение беседы с туристами и при необходимости выполнение обязанностей переводчика. [3]

При разработке стандарта принято во внимание, что глобальное пространство Интернет создает глобальное пространство для туристских услуг. Поэтому особое значение придается умениям и навыкам использования специалистом конкурентных преимуществ для туристских компаний в Интернет пространстве и осуществлять эффективный поиск туристских продуктов иностранных фирм. С учетом того, что операторские услуги в области туризма получили широкое распространение в предпринимательстве, в стандарте предусмотрены возможности развития качеств специалиста, помогающих ему ориентироваться в среде иностранной предпринимательской деятельности, связанной налогообложением, экономикой и проектированием предприятий сферы услуг, осуществлять поиск необходимой информации на языке туристской фирмы разработчика тура, анализировать ее и принимать обоснованные решения. [3]

Таким образом, реализуется первая функция иностранного языка — функция сообщения, информативная функция.

Радикальное изменение социальной жизни нашей страны, ее «открытие» и стремительное вхождение в мировое — в первую очередь западное пространство — сделало иностранные языки реальным средством разных видов общения, число которых растет день ото дня вместе с ростом научно-технических средств связи. Максимальное развитие коммуникативных способностей — вот основная, перспективная, но очень

нелегкая задача, стоящая перед специалистами туризма во владении иностранными языками. Главный ответ на вопрос о решении актуальной задачи изучения иностранных языков как средства общения между представителями разных народов и культур заключается в том, что языки должны изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках. Изучать языки в синхронном срезе, на широком фоне социальной, культурной, политической жизни народов, говорящих на этих языках, то есть в тесной связи с миром изучаемого языка.

Научить людей общаться (устно и письменно), научить производить, создавать, а не только понимать иностранную речь — это трудная задача. Её эффективность, помимо знания языка, зависит от множества факторов: условий и культуры общения, правил этикета, знания невербальных форм выражения (мимики, жестов), наличия глубоких фоновых знаний и многого другого. [22, с. 24]

В 2013 году АТОР (Ассоциация туроператоров России) вынесла на обсуждение вопрос о введении новых должностных обязанностей в сфере туризма - «Эксперт-переводчик в сфере туризма». Не переводчик для иностранных туристов, а профессионал владеющий иностранным языком в сфере туристского бизнеса. Квалификационные характеристики должности предназначены для решения вопросов, связанных с регулированием трудовых отношений и обеспечением эффективной системы управления персоналом в различных организациях в межкультурном (международном) туристском бизнесе. [31]

Эксперт-переводчик в сфере туризма:

- Осуществляет перевод научной, технической, общественно-политической, экономической и специальной литературы, касающейся сферы туризма, патентных описаний, нормативно-технической и товаросопроводительной документации;

- Несет ответственность за переписку с зарубежными туристскими организациями, а также материалы конференций, совещаний, семинаров и т.п.;

- Выполняет устные и письменные, полные и сокращенные переводы, обеспечивая при этом соответствие переводов лексическому, стилистическому и смысловому содержанию оригиналов, соблюдение установленных требований в отношении научных и технических терминов и определений;

- Осуществляет редактирование переводов. Подготавливает аннотации и рефераты иностранной литературы и научно-технической документации;

- Участвует в составлении тематических обзоров, касающихся сферы туризма, по зарубежным материалам;

- Ведет работу по унификации терминов, совершенствованию понятий и определений по тематике переводов в сфере туризма, экскурсионного дела.

Должен знать:

- Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере туризма;

- Иностранный язык; методику перевода; систему координации переводов; терминологию по тематике переводов на русском и иностранных языках;

- Терминологические стандарты в туристской и экскурсионной деятельности; основы литературного редактирования; грамматику и стилистику русского и иностранного языка;

- Культурные традиции, литературный и бытовые языки страны перевода, учитывать национальные особенности другого государства;

- Специфику ведения переговоров и деловых встреч с представителями иностранного бизнеса;

- Основы экономики и управления, организации труда в России и стране перевода. [31]

Сфера деятельности данной специальности выходит за рамки турагентств. Авиаперевозки и гостиничный бизнес, подготовка и переподготовка персонала, деловой и культурный обмен – профессия эксперта-переводчика в сфере туризма везде найдет применение. При этом на тех, кто занимается анализом той или иной ситуации, ложится огромная ответственность. Эксперт не имеет права быть недостаточно квалифицированным специалистом, допускать небрежность в работе и совершать ошибки. И, естественно, эксперт или специалист по межкультурной коммуникации должен владеть языком терминов, профессиональным «сленгом» во время общения с партнерами и коллегами. Межкультурная коммуникация не только объединяет участников процесса коммуникации, она опосредованно знакомит их с особенностями различных общественных институтов отличных микрокультур (в том числе микробизнес культур), к которым принадлежат коммуникаторы. [29, с. 141-142]

Практики международного туризма инициируют расширение границ восприятия, опосредованного как транспортными перемещениями, так и смысловой насыщенностью туристского пространства глобальной эпохи. Туристский опыт предполагает готовность, лояльность к встрече с иной культурой. Туризм способен обрести как форму культурного взаимодействия, так и форму культурного конфликта при условии неприятия кодов чужой культуры на уровне личности или социальной группы. Рассматривая культурные предпосылки эволюции туризма как сложного иерархического феномена, мы должны выделить системность его структуры как специфического целого, сложность взаимодействия и высокую степень

автономности всех составляющих феномен туризма граней. Во-первых, туризм - социальная практика. Во-вторых, - туризм - это сфера досуга. В-третьих, туризм является формой потребления. В-четвертых, туризм есть культурный феномен. В-пятых, туризм - отрасль экономики. Кроме того, туризм самым тесным образом взаимодействует с окружающей средой. [25, с. 45-47]

Социокультурная ситуация последних десятилетий свидетельствует об определенном сдвиге восприятия культурных изменений, качественного культурного движения. Данные переменные важны для нашего исследования. Конкретное выражение сдвига восприятия проявляется следующим образом:

- расширение границ восприятия на уровне личности, группы и социума в целом;

- подвижность восприятия, мобильности и лояльности к разного рода информации, поступающей в сферу культуры и туризма;

- вследствие этого - разбалансированность восприятия, неустойчивость и недолговечность большинства приходящих положений;

- смещение рамок и правил восприятия, причем в достаточно широком диапазоне;

- крайнее его выражение - отрицание прошлого культурного опыта, попытка создать абсолютно новую понятийную шкалу. Социокультурная ситуация последних десятилетий свидетельствует об определенном сдвиге восприятия культурных изменений, качественного культурного движения. Данные переменные важны для нашего исследования. Конкретное выражение сдвига восприятия проявляется следующим образом:

- расширение границ восприятия на уровне личности, группы и социума в целом;

- подвижность восприятия, мобильности и лояльности к разного рода информации, поступающей в сферу культуры и туризма;

- вследствие этого - разбалансированность восприятия, неустойчивость и недолговечность большинства приходящих положений;

- смещение рамок и правил восприятия, причем в достаточно широком диапазоне;

- крайнее его выражение - отрицание прошлого культурного опыта, попытка создать абсолютно новую понятийную шкалу. [25, с. 47]

Мировые тренды развития туристских потоков свидетельствуют о формировании и усилении новых емких рынков сбыта туристских услуг. ЮНВТО прогнозирует дальнейший рост глобальных туристских потоков, а также объемов туристских расходов. При этом особое внимание уделяется географическому перераспределению активно растущих туристских потоков.

В этих условиях современный рынок туристских услуг в Российской Федерации развивается при жесткой конкуренции за потребителя, когда на первое место ставится удовлетворенность туриста. Способность предложить путешественнику не только интересный, но и комфортный, безопасный, соответствующий духовным потребностям туриста продукт, становится основным фактором успеха развития туризма. Решить такую задачу системно и комплексно только усилиями рынка или отдельных компаний и объединений невозможно. Проект по формированию комфортной туристской среды направлен на выявление ключевых факторов работы с туристами и, соответственно, их влиянием на сервисную составляющую турпродукта и качество услуг с учетом культурного компонента и знания иностранного языка.

Современные тенденции развития внутреннего и въездного туризма в России актуализируют вопросы повышения качества туристского обслуживания, прежде всего, с учетом их национальных и религиозных особенностей. По итогам 2015 года Россия вошла в десятку самых посещаемых стран в мире, а объем въездного турпотока не только

восстановил уровень 2004 года, но и превысил его. В свете масштабного изменения турпотоков произошел спад туристских потоков из традиционных для России направлений, но хорошую компенсацию этого потока дали другие страны и рынки, например, все более перспективными представляются азиатские рынки.

Прежде всего, это Китай (въездной турпоток за 9 месяцев 2016 г. составил 1,073 млн, рост – 15%). Также большое внимание целесообразно уделить Индии, где имеется серьезный потенциал выездного туризма (турпоток в Россию за 3 квартала текущего года - 47,15 тыс., рост на 18%). Устойчивую положительную динамику показывают Иран (65,5 тыс., рост - 72%), Вьетнам и Монголия. Также интересен Израиль как стабильно растущий направляющий рынок. [31]

Использование таких предпосылок, как благоприятное для въездного туризма изменение курса рубля, повышение туристского интереса к России как к туристской дестинации в 2017 году как никогда целесообразно.

Во-вторых, развитие внутреннего туризма, обусловливающее рост конкуренции между туристскими дестинациями и объектами также обостряет вопрос соответствия качества обслуживания туристов диверсифицируемому туристскому спросу. Поэтому формирование дружелюбной, комфортной туристской среды является одним из важнейших направлений работы в сфере как внутреннего, так и въездного туризма.

Эксперты выделяют ряд особенностей потребностей и предпочтений различных этнокультурных групп туристов:

- Интернационализация вкусов туристов: чем выше опытность путешественников (частота путешествий), тем более интернациональные вкусы и привычки они демонстрируют, исключения: религиозные туры, паломничество, вегетарианцы, сыроеды.

- Существование двух противоположных тенденций: количественное наращивание массовых сегментов туристов из определенных стран, открытие специализированных точек питания и средств размещения наряду с ограничительными мерами поддержки поликультурного микса туристов (как правило, со стороны высококатегорийных средств размещения и других туристских предприятий).

- Ощущаемая недостаточность в программах, сувенирах, турпродуктах, питании и размещении туристов российского компонента

- Слабое знание основ межкультурной коммуникации со стороны обслуживающего персонала сферы гостеприимства и, как следствие, снижение положительного восприятия национальной системы гостеприимства.

Следует отметить накопленный опыт разработки и реализации ряда «Friendly проектов», ориентированных на представителей различных массовых культурных и этноконфессиональных групп, по которым отмечается устойчивая положительная динамика числа путешествий по России. [25, 46-47]

В первую очередь, необходимо отметить программу «China Friendly», ведущиеся работы в рамках направления «Halal Friendly», детальной проработке направлений «India Friendly», «Kosher Friendly». Очевидно, говоря о массовом въездном туризме, целесообразно рассмотреть вывод таких проектов на новый уровень и развитие уже отработанных в рамках программы успешных практик адаптации туристского сервиса и туристской среды под индивидуальные культурные особенности и специфические потребности туристов.

Например, «China Friendly» («Дружественный Китаю») — это программа, призванная создать комфортную среду пребывания для

китайских туристов, и направленная на продвижение российского турпродукта на международном рынке, содействие привлечению клиентов и увеличению доходов турбизнеса. Ее формированию способствовали три фактора: разница культур, особенности питания и языковой барьер.

В 2015 году состоялась официальная регистрация программы в Росстандарте (утверждение требований к услугам) как системы добровольной сертификации услуг. Разработчиками (Туристской ассоциацией «Мир Без Границ») проведены два Российско-китайских туристских форума, более 150 проведенных обучающих семинаров в 17 регионах России на тему «Особенности китайского туризма в России. Практические рекомендации». В рамках программы разработаны бесплатные карты-путеводители на китайско-русском языке (Москва) и навигация на китайском языке. [31]

Другой пример: стандарт «Halal Friendly», построенный для туристов-мусульман. По экспертным данным, объем глобального туристского халяльного рынка – больше $250 млрд., емкость этого потенциального сегмента составляет около двух миллиардов мусульман, проживающих в Юго-Восточной Азии, Океании, Африке, Европе и Америке.

В рамках данной программы, решаются вопросы:

- повышения качества предоставляемых услуг объектами туристской индустрии, торговыми предприятиями и иными организациями, оказывающими услуги туристам на территории субъекта Российской Федерации;

- развития регионального туристского продукта и комплексного представления маркетинговой и рекламной информации на внутреннем и международных рынках;

- поддержания имиджа субъекта Российской Федерации как безопасной и комфортной туристской дестинации;

- согласованию мер, реализуемых федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления по вопросам, связанным с развитием въездного туризма из направляющих регионов;

- координации практической деятельности (иноязычная культура и язык страны туриста), осуществляемой организациями, оказывающими услуги туристам на территории субъекта Российской Федерации. [31]

Основные характеристики феномена туризма реализуются в функциях туризма, очерчивающих круг воздействия туристской деятельности на уровне внутреннего мира человека, межличностных отношений, социума. Несмотря на коммерческую природу туристского бизнеса, путешествия явились для человека неотъемлемой частью механизма освоения социокультурного окружения и его преобразования в социально значимое знание. Туризм выступает как жизненная ориентация, способ познания мира, является одним из функциональных средств формирования мобильного типа личности. Туризм предоставляет индивиду возможность адаптации к стереотипам поведения, нормам и ценностным ориентациям социокультурной среды, в которой он пребывает в момент совершения туристской поездки. [20, с. 46]

Одной из изначальных функций туризма является рекреационная, которая направлена на восстановление духовных и физических сил человека путем контрастной смены обстановки и вида деятельности. В процессе путешествия турист стремится получить полную и достоверную информацию о туристском объекте. Наиболее общепринятая точка зрения в отечественной науке на данную функцию туризма следующая: она содержит в себе потенциал познания иных культур, расширения кругозора, духовного обогащения человека. Возможность применить свои способности, навыки в

неординарной ситуации активизирует познавательные процессы путешественника. В глобальном мире туристский опыт облек форму унифицированных личностных смыслов, символизируя значения, предлагающие человеку господствующую в социуме идею мира, выраженную в форме глобализма. Процесс поиска смысла как определенное качественное состояние сознания человека и его деятельностная способность выражается сегодня в форме туристского опыта, созерцания, познания, практик туристских визуализаций. [20, с. 46]

Не менее значимой функцией современного туризма является коммуникативная. Туризм является способом передачи информации и фактором, способствующим коммуникации. Значение коммуникативной функции настолько велико, что ряд исследователей склонны рассматривать туризм, прежде всего, как акт межкультурной коммуникации. Действительно, пласт культурного пространства иной культуры выступает в качестве источника информации и инициирует коммуникативные связи в процессе путешествия на уровне индивидов, социумов, культур. С помощью туризма информация может быть передана как вербально, так и через реализацию в действиях, в поведении, знаково-символическом коде другой культуры. Кроме того, туризм становится инструментом сохранения и трансляции средствами социальной коммуникации традиций и преемственности культуры. [15]

Мы полагаем целесообразным выделить такую функцию туризма как формирование и удовлетворение туристских потребностей которая обеспечивает процесс культурной преемственности и различные формы исторического процесса. Она проявляется в закреплении результатов социокультурной деятельности индивидов, хранении и систематизации информации. Интернациональный характер туризма соответствует социальному порядку гражданского общества, оперирующего понятиями гармонического единства разнородного. [15]

Подводя итог проведенного анализа функций туризма, можно констатировать, что они самым тесным образом связаны с социокультурным развитием общества, ценностными приоритетами и ориентирами социума. Духовная жизнь современного общества не имеет единого начала, и поиск ее идеалов также сведен к личностным экспериментам при максимальных возможностях экспериментирования с различными социальными ролями, пространственными перемещениями в поисках самоидентификации. Резюмируя вышесказанное, следует сделать вывод - феномен туризма в определенном смысле означает одобрение сосуществования культур в индивидуальном опыте, что, прежде всего, полагает готовность к взаимодействию, стремление к плюрализму, а не к единообразию. Взаимообогащение транснациональных форм общечеловеческой культуры происходит во многом благодаря обмену социокультурной информацией между туристами. В этом отношении феномен туризма играет важнейшую роль культурного межцивилизационного взаимодействия.

2. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКОГО РАСШИРЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ НА ОСНОВЕ ЗНАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ОБЛАСТИ ПРИЕМА ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ ФИРМАМИ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

2.1 Общая характеристика туристского рынка города Красноярска

По данным Красноярскстата в 2016 году в Красноярском крае действовало 530 туристских фирм - на 5 меньше, чем в 2015 году.

В 2016 году отмечалось уменьшение объема туристских услуг – на 28,8 процента, в то время как в предыдущие годы (до кризиса 2014 г.) отмечался его рост. Несмотря на снижение численности туристов, обслуженных турфирмами (в 2016 году - на 16,9 процента), предпочтения жителей края по странам для отдыха остались неизменными. Среди зарубежных стран более четверти туристов выбрали Тайланд, 21,5 процента – Тунис (замена Турции), 4,3 процента – Индию и Вьетнам, 3,9 процента – другие страны Азии. В 2016 году по сравнению с предыдущим годом численность туристов, отдохнувших в Тайланде, уменьшилась на 5,4 тысячи человек, или на 19,2 процента (в 2015 году – на 29 процентов), в Турции – на 14,5 тысячи человек, или на 29,2 процента (в 2015 году – на 11,2 процента). В России отдохнули 18,9 процента обслуженных туристов.

Выделим причины кризиса туристской отрасли России и, в частности, Красноярского края:

- зарубежные туры привязаны к валютным курсам. Падение курса рубля напрямую влияет на удорожание тура;
- экономический спад и пессимизм населения способствуют спаду активности в туристской отрасли;

- боязнь состоятельных граждан превратиться во время поездки в заложников по причине новых возможных санкций;
- желание сэкономить толкает все большее число туристов самостоятельно сформировать и забронировать тур;
- «жадность» туроператоров, которые в огромных масштабах бронировали и выкупали билеты в самолетах и места в номерах, в целях спекулятивного повышения цены на продаваемые операторами туры, но ставка на ажиотаж оказалась совершенно неоправданной.

Снижение численности обслуженных туристов с 2014 года обусловлено снижением уровня денежных доходов населения в совокупности с ростом цен на услуги в сфере зарубежного туризма. Наряду с тем, что выездной туризм показывает отрицательную динамику, показатели въездного туризма растут.

В 2016 году туристские организации Красноярского края приняли на своей территории 1366 иностранных граждан (в 2015 году – 1085) целью поездки которых был непосредственно туризм.

Наибольшей популярностью Красноярский край пользовался у граждан:

- Германии (34,4 процента от общего количества иностранных туристов, посетивших Красноярский край),

- Франции (14,5 процента),

- Турции (8,6 процента),

- Великобритании (7,8 процента),

- США, включая Гавайские острова (6 процентов), Италии (5,2 процента),

- Испании (4,7 процента).

Въездной турпоток из-за рубежа в наш город растёт, но можно сказать, что при подсчете количества зарубежных гостей не учитываются цели их поездки: командировки, работа или туризм.

К развитию международного туризма в Красноярске проявляют интерес частные инвесторы. Благодаря таким партнёрам в гостинице «Красноярск», в центре города, открыт павильон с информационной стойкой для туристов, информирующий об экскурсиях, маршрутах, услугах и так далее, в том числе на английском языке.

В этих целях созданный ранее туристский портал о Красноярске welcomekrsk.ru переведён на английский язык, а в перспективе и на китайский. В 2015 году в Красноярске был открыт офис туристско-информационного центра, где работает англоязычный менеджер по формированию туристского продукта: любой иностранный турист, понимающий английский, может позвонить, и его проконсультируют по отдыху в Красноярске и его окрестностях. Разработана и выпущена туристская карта города на английском языке, которая рассказывается об основных достопримечательностях города и пригорода.

Красноярский краевой краеведческий музей в последние годы уверенно осваивает такое новое направление деятельности, как организация экскурсий для иностранных туристов. А те в ответ рекламируют его по всему миру. Так, французская туристка Сара Ламору 6 июля 2016 года в блоге «Моя сибирская история» увлечённо рассказала о музее-усадьбе Г.В. Юдина (филиале краеведческого музея), сопроводив свой рассказ более чем 30 фотографиями. Красноярский краеведческий музей констатирует что, пока с ними плотно работает только одна туристская фирма – «Саянское кольцо». Она же предоставляет переводчиков с английского и китайского. А вот переводчики с французского и немецкого языков в музее свои.

С каждым годом иностранных туристов и экскурсантов становится всё больше, и музей приобрел электронную систему аудиоперевода — для начала с русского языка на английский.

Иностранные туристы, посещающие наш город, как и везде в мире, падки до экзотики. Например, популярностью пользуются изделия из бересты. Красноярские мастера уже давно из этого материала делают не только туесочки, но и магниты на холодильник, и музыкальные рожки, и даже кепки-бейсболки. Есть даже берестяные, украшенные народными орнаментами футляры для мобильных телефонов. Всё это иностранцы с удовольствием покупают. Путешественники издалека с юмором относятся к тому факту, что побывали в «холодной и загадочной» Сибири. Поэтому часто покупают футболки с надписью на английском языке: «Я был в Сибири и выжил».

Учёт интуристов, приехавших полюбоваться на Красноярские Столбы, не ведётся, так как вход в заповедник бесплатный. Однако в том, что таких любителей природы очень много, сомневаться не приходится. И география приезжих впечатляет. Так, по свидетельству сотрудников Столбов, в 2016 сюда ходили туристы из Новой Зеландии, Германии и Франции. Работники заповедника рассказывают, что интуристы любят останавливаться в заповеднике с ночёвкой. Сегодня их размещают на ночлег в гостевых домиках. Самые отважные и вовсе проводят ночь в лесу в палатке.

Конечно, главным испытанием для Красноярска туристского станет предстоящая Универсиада-2019, когда в город съедутся тысячи атлетов и их группы поддержки со всего мира. Предприятия общественного питания, которые входят в профессиональную ассоциацию «HoReCa», будут обслуживать самые разные клиентские группы гостей этого события: от спортсменов до болельщиков. И если в части питания спортсменов всё уже достаточно зарегулировано и кормить, можно только тем, чем скажут спортивные специалисты, то в питании свободных гостей красноярские

точки питания постараются поставить акцент на нашей аутентичной — енисейской кухне. Требования современного глобалистского мира уже говорят нам, что нужно переходить к самобытности. Поэтому такой повод, как проведение Универсиады, поможет сформировать меню региональной сибирской кухни. В свете планов по развитию туризма в Красноярске эти наработки могут быть очень полезны.

Даже не имеющее прямого отношения к туризму предприятие – ОАО «Аэропорт «Емельяново»» объявил о конкурсе на должность «Менеджер проекта по развитию въездного туризма».

Ключевые обязанности которого определены:

- Подготовка и реализация проекта по развитию въездного туризма на территории Красноярка и Красноярского края.

- Формирование туристских продуктов для иностранных туристов.

- Взаимодействие с органами государственной власти.

- Установление и развитие контактов с китайскими туристскими операторами, авиаперевозчиками.

- Привлечение региональных компаний, заинтересованных в реализации проекта.

- Ведение переписки с партнерами.

Требования к соискателю: свободное владение китайским языком – обязательно; знание английского языка; высшее образование; опыт работы в туристском бизнесе не менее 3 лет; высокий уровень аналитических способностей; инициативность, самостоятельность, нацеленность на результат; отличные коммуникативные навыки; развитые навыки подготовки и проведения презентаций.

2.2 Анализ значения иностранного языка в развитии межкультурных связей в туризме на примере деятельности специалиста по приему иностранных туристов туроператора «Саянское кольцо» города Красноярска

Офис туроператора «Саянское кольцо» расположен по адресу: г. Красноярск, ул. Урицкого, 117, офис 2-01.

Телефоны: +7 (391) 2-231-231, +7 (391) 2-231-232.

Mail: info@sayanring.com.

Skype: Sayanring-manager2.

icq: 555-232-413, 687-239-907.

Туроператор «Саянское Кольцо» имеет свидетельство о внесении в федеральный реестр туроператоров, реестровый номер МВТ 015694. Договор страхования заключен с компанией «Надежда». Договор о реализации туристического продукта № 164731893 от 23.08.2016, действующего с «20» декабря 2016 г. по «19» декабря 2017г.

Компания «Саянское кольцо» продвигает местный туризм уже 16 лет, но мало кто из красноярцев знает об этих направлениях. И это объяснимо. Местными турами интересуются в основном иностранцы – за прошлый год это больше 1 тыс. клиентов. Также за впечатлениями сюда приезжают жители европейской части России.

Приоритетным направлением компании является путешествия по Сибирской Земле. Экскурсионно-этнографические программы, являющиеся визитной карточкой компании, проходят по территории Красноярского края, Тувы и Хакасии, что позволяет путешественникам прикоснуться к нескольким культурным и природным сферам Сибири.

Гордостью компании является тур «Великое Саянское Кольцо». Он проходит по Красноярскому краю, Хакасии и Туве, включает в себя предельно насыщенную программу, позволяя полностью погрузиться в культуру народов, населяющих и населявших когда-то эти земли, и полюбоваться великолепными ландшафтами этих мест. Тур удостоен множества наград. Одна из самый почётных - это диплом Национальной туристской премии им. Ю. Сенкевича в номинации «Лучший межрегиональный турпродукт» (2005 год).

Компания осуществляет свою деятельность круглый год, поэтому туроператор всегда может предложить большой выбор летних туров: таких как экскурсионные, археологические, пешие, конные, фитнес и йога, велотуры. Большой популярностью среди туристов пользуются зимние туры: горнолыжные, конно-пешие, лыжные и снегоходные.

Компания «Саянское Кольцо» уделяет большое внимание иностранным туристам, приезжающим в Сибирь. За 2017 год туроператор планирует подготовить весь набор документов на получение референса – как права на обслуживание иностранных туристов.

В штатном расписании туроператора есть специалист: менеджер по организации отдыха иностранных гостей в Сибири. Менеджер Сусина Алена занимает эту должность уже 6 лет. Закончила СФУ, владеет английским и немецкими языками, проходила стажировку по вопросам организации приема у туроператора «Нева» (г. Санкт-Петербург, лидера по приему иностранных туристов в России), постоянный участник семинаров и круглых столов по проблемам организации приема иностранных туристов в России.

В ее обязанности входит:

1. До приезда группы:

- деловая переписка с турфирмой, отправляющей туристов или с индивидуальными иностранными туристами для уточнения дат и времени

прибытия; условий договора обслуживания и индивидуальных требований туристов;

- проверка и подача заявок на обслуживание в гостиницах города. Проверка готовности номеров гостиниц и мест проживания для принятия иностранных гостей: наличие информации на языке иностранного туриста, наличие необходимых условий обслуживания в зависимости от страны туриста и индивидуальных требований (жидкости и продукты питания в холодильнике и баре номера, моющие средства в ванной и т.п.);

- проверка и подача заявок на обслуживание в точках питания: наличие меню для групп иностранных туристов на родном для них языке, с учетом их национальных особенностей, вкусов, привычек, по необходимости проводит инструктаж обслуживающего персонала перед началом работы;

- проверка и подача заявок в транспортные компании города: наличие транспорта по количеству и классу обслуживания, работа систем жизнедеятельности в автотранспорте: кондиционеров, туалетов, кулеров с водой, оснащение индивидуальными средствами: подголовники на кресло, пледы, аптечки первой помощи, проводит инструктаж с водителем автотранспорта по учету особенностей обслуживания туристов той или иной страны;

- заготовка табличек, маркеров для обслуживания туристов. В данном случае таблички могут быть словесные, символьные или изображение государственного флага страны прибывающих туристов. Такие маркеры необходимы: в руках встречающего на вокзале, на лобовом стекле автотранспорта, на обеденных столах в точках питания и т.п..

2. Во время встречи и обслуживания иностранных туристов:

- встреча на вокзале, трансфер до мест проживания;

- расселение туристов, проверка качества заселения, перевод и работа на reception гостиницы, решение конфликтных ситуаций при расселении с

учетом национальных особенностей и индивидуальных требований туриста. Осуществлять контроль за проведением анкетирования туристов (раздача и сбор анкет, их перевод при необходимости);

- контроль за доставкой багажа и его сохранностью;

- контроль за обслуживанием в точках питания, соблюдении всех требований обслуживания с учетом требований стран проживания туристов. Дипломатическое решение конфликтных ситуаций и недоразумений во время обслуживания. Консультирование официантов и работников зала ресторана по вопросам и нюансам обслуживания;

- консультации по возможностям и сопровождение иностранных туристов в их свободное время. Помощь при заказе и покупке билетов в музеи и мероприятия не входящие в программу обслуживания. Предупреждение возникновения различных ситуаций.

При опросе менеджера так же была получена информация по самоподготовке к приему и обслуживанию иностранных туристов. Особо были выделены знания и владение информацией:

- Достопримечательности стран мира всех видов, включая как культурные и исторические, так и природные объекты.

- Климат, традиции и важные экономические, социальные или природные особенности различных природных зон или аспектов, как на родине, так и за рубежом.

- Разновидности и всевозможные способы транспортного сообщения между различными объектами, как в родной стране, так и в зарубежных государствах. Менеджер должен не только составить правильный маршрут, но и сделать его наиболее быстрым, безопасным и интересным для клиентов.

- Перечень, особенности, расценки и функционал организаций, которые позволяют проводить экскурсии и предоставляют гидов, знающих языки, удобные для восприятия клиентом.

- Перечень разнообразных кафе, ресторанов, столовых и других пунктов, где можно приобрести еду или отдохнуть при различных материальных возможностях.

- Знание оздоровительных и спортивных комплексов многих разновидностей, чтобы посоветовать иностранному туристу те места, которые максимально соответствуют его пожеланиям.

- Порядок и правила работы со службами, являющимися консульскими и представительскими организациями, а также объектами, где можно получить визу, восстановить утерянные документы и т.п.. Эти службы необходимы менеджеру приема для получения консультаций по специфике обслуживания туристов разных стран: проживание, питание, предложение дополнительных услуг и многое другое.

- Собирать, проводить анализ и изучать требования и отзывы иностранных туристов по поводу отдыха, организованного фирмой.

Насколько иностранные гости чувствительны к уровню качества предоставленных услуг и культуре обслуживания, свидетельствуют следующие отзывы:

- Туристы из Англии: «Недостатки в обслуживании заставляют нас колебаться, приехать ли нам ещё раз в Россию и Сибирь в частности»;

- Владелец двух отелей из Аргентины: «Обслуживание нуждается в 100-процентном улучшении - в противном случае туризм у вас никогда не будет процветать. Обратитесь к международной практике, правилам и традициям, изучите их, улучшите обслуживание - и у вас увеличится поток туристов, прибывающих в вашу страну».

Таблица 1

Уровни сформированности межкультурной компетенции

Уровни межкультурной компетенции		
Низкий	Средний	Высокий
- отсутствие готовности дать критическую оценку отрицательным проявлениям носителям другой культуры; - неверная интерпретация информации; - этноцентричность; - интолерантность; - негативное отношение к другой культуре; - неумение использовать модели поведения при межкультурной коммуникации.	- неполная сформированность целостной структуры межкультурной компетенции; - способность анализа, обобщения и интерпретации лингвокультуроведческой информации с помощью учителя; - средняя степень толерантности к изучаемому языку и культуре; - средний уровень эмоциональной открытости к межкультурному взаимодействию.	- умение сопоставлять специфические концепты в родной и иноязычной культуре; - владение способами учебной деятельности; - умение дать критическую оценку негативным проявлениям носителей другой культуры; - положительно-активное отношение к межкультурным обменам; - осознание необходимости и значимости межкультурной деятельности.

Необходимо отметить: за годы работы данного менеджера на приеме иностранных туристов нет ни одной претензии к ее работе. Основные недовольства выражаются по поводу качества обслуживания и сервису мест проживания и питания.

Интервью с менеджером дало возможность провести еще один анализ – определить уровни сформированности межкультурной компетенции менеджера по приему иностранных туристов.

Было отмечено, что по прошествии 6 лет деятельности в этой должности, менеджер сумел сформировать:

- умение дать критическую оценку негативным проявлениям носителям другой культуры;

- активное и положительное отношение к межкультурным связям;

- аналитическое сопоставление и нахождение точек непохожести и совпадения родной и иноязычной культур.

При этом менеджер отмечает:

- не выработала высокого уровня открытости к межкультурным связям (бизнес отношения не позволяют это сделать полностью);

- не может оценить собственный уровень знания языков как «высший уровень» (продолжает изучать и применять на практике разговорно-бытовой иностранный язык, в отличие от языка документооборота более сложный и наполненный нюансами).

Таблица 2

Пороговые уровни владения языком

Уровень А (элементарный)	Уровень Б (свободный)	Уровень В (совершенный)
А-1 - уровень выживания (Breackthrough)	Б-1 - пороговый уровень (Threshold)	В-1 - высокий уровень (Proficiency)
А-2 - допороговый уровень (Waystage)	Б-2 - пороговый продвинутый уровень (Vantage)	В-2 - уровень совершенного владения языком (Mastery)

Если оценивать владение иностранными языками менеджера по приему иностранных гостей, то можно остановиться на «уровне Б», но как отмечает менеджер – для работы с туристами и владением знаниями в области культуры и традиций страны туриста, то необходим «уровень В».

Для изучения китайского (третьего языка в своем запасе) менеджер выбрала носителя языка и традиций своего народа, преподавателя СФУ Виктора Ли. Такая форма предполагает изучение иностранного языка не только на основе культуры этого языка, но и с учетом национальной культуры.

Менеджер уверена: знание обычаев, нравов, речевого этикета, принятого в стране деловых партнеров и туристов:

- создает положительную эмоциональную обстановку при общении,

- способствует более полному взаимопониманию,

- что в конечном итоге положительно сказывается на результатах труда менеджера туризма,

- повышает престиж его фирмы и, следовательно, увеличивает прибыль предприятия.

Выбор третьего языка не случаен - китайские туристы готовы приехать в наш край и уже сегодня идут переговоры о приеме и обслуживании групп.

Как отмечает менеджер, одной лишь информации об инокультурной и иноязычной среде недостаточно для успешного общения и сотрудничества. Анализируя основные источники информации о культуре, манере поведения, национальных традициях и праздниках можно выделить следующее:

- популярные сайты, Интернет ресурсы. Не часто обладают полезной и правдивой информацией. Авторы сайтов выбирают для себя наиболее интересные (по их мнению) традиции, праздники и манеру поведения;

- официальные сайты стран туристов. Сухая сдержанная информация. Наиболее полезна, как календарь национальных и религиозных праздников и традиций;

- научно-популярные фильмы и передачи по телевидению. Обладают зрелищностью, хорошо запоминаются, но целостной картины культуры и религии страны туристов не дают;

- консультации консульств и представительств стран туристов (по телефону или Интернету). Чаще всего используют как «палочку-выручалочку», если вопрос по обслуживанию зашел в тупик и решить в Красноярске его невозможно. Без знания иностранного языка разговор с представителем не дает целостной картины.

Информация для работников туристской сферы города Красноярска в области инокультуры – весьма ограничена.

Менеджер по работе с иностранными гостями туроператора «Саянское кольцо» пользуется собственными наработками в области иностранного языка и культуры страны туристов:

- календарь знаменательных дат, религиозных и национальных праздников, с обязательной характеристикой манеры и правил поведения;

- создает собственный словарик разговорно-бытового иностранного языка.

2.3 Разработка рекомендаций для расширения межкультурных связей и знаний иностранного языка для практикующих менеджеров по приему иностранных туристов в городе Красноярске

На основе проведенного анализа в параграфе 2.2 данной дипломной работы сформулируем практические установки толерантного отношения к культуре страны иностранного туриста. (Приложение 6)

1. Общее ознакомление с культурой той или иной страны:

- осознание факторов, которые составляют уникальность данной культуры,

- отличительных черт своей культуры, которые могут сказаться на успешной коммуникации с туристами - представителями иной культуры;

- поиски возможностей для менеджера туризма приобрести опыт межкультурного взаимодействия с представителями иной культуры в привычной обстановке, чтобы реально ощутить особенности этого взаимодействия и культурные различия.

2. Языковая подготовка:

- обязательное изучение языка предполагаемой для профессиональных связей культуры;

- развитие языковых навыков путем самообразования (прослушивание аудиокассет, просмотр учебных фильмов, чтение газет и журналов, беседы с носителями языка);

- накопление индивидуального словарного запаса, необходимого для начального этапа культурной адаптации в чужой культуре;

- использование полученных языковых знаний и навыков в профессиональной деятельности при любой возможности.

3. Специализированная культурная подготовка:

- сбор и изучение информации о культурном своеобразии соответствующей страны; подготовка к неизбежному культурному шоку;

- получение необходимых практических советов от людей, знакомых с культурой данной страны;

- получение дополнительной информации из путеводителей для туристов.

Выделим методы расширения межкультурных связей и знаний иностранного языка для практикующих менеджеров по приему иностранных туристов в городе Красноярске:

1. Дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы и правоприменительной практики в межкультурных отношениях отношениях.

2. Разработка и внедрение мер превентивного предупреждения ксенофобии на почве национальной и религиозной розни в Красноярском крае, принимающем иностранных туристов.

3. Усиление роли медиасообщества в процессе распространения идей гражданской солидарности, взаимоуважения и противодействия негативным стереотипам и установкам по отношению к иностранным туристам в крае.

4. Использование зарекомендовавших себя общемировых практик в области создания комфортной туристской среды в Красноярске для иностранных туристов.

В рамках реализации рекомендаций для расширения межкультурных связей и знаний иностранного языка для практикующих менеджеров по приему иностранных туристов в городе Красноярске:

- разработка и издание профессиональных блокнотов-ежедневников для менеджеров туризма с информацией по вопросам инокультуры, национальным и религиозным праздникам и манере поведения туристов, представителей различных стран. Для сбора информации возможно

привлечение информации Министерств и комитетов культуры стран с большим количеством туристов в нашем регионе;

- разработка и издание этнокалендаря для офисов турфирм Красноярска. Основные цель и задачи аналогичны блокнотам-ежедневникам: напоминание о разности культур и религий с использованием разговорно-бытового словаря иностранных языков;

- информационные материалы (стикеры, буклеты, листовки и плакаты), направленные на воспитание культуры толерантности, взаимоуважения и взаимопонимания, ориентированные на разные возрастные и социальные группы местных жителей края. (Приложение 7)

Ожидаемые результаты реализации мероприятий направления:

1. Создание в туристской сфере Красноярска инновационных подходов к формированию устойчивого межкультурного диалога и воспитанию культуры мира и толерантности.

2. Формирование действенных механизмов профессионального роста (в области межкультурных связей и знания иностранного языка) менеджеров работающих на приеме иностранных туристов в городе Красноярске.

3. Распространение культуры интернационализма, согласия, национальной и религиозной толерантности в среде местных жителей Красноярска.

4. Укрепление ценностей толерантности через взаимодействие турфирм с медиасообществом Красноярска.

Эффективная работа и профессионализм представителей средств массовой информации, их взаимодействие с институтами гражданского общества и органами власти призваны способствовать формированию в городе благоприятной общественно-политической и информационно-культурной среды, необходимой для решения задачи развития межкультурных связей в сфере туризма. Создание единого информационного

пространства для распространения идей толерантности, уважения к другим народам, культурам, религиям.

Предложенные мероприятия имеют конкретную цель для нашего региона в сфере становления международного туризма: от расширения туристских межкультурных связей зависит экономическая составляющая Красноярского края, через положительный, гостеприимный имидж нашего региона и увеличения потока иностранных туристов. Но таковое расширение невозможно без знания иностранного языка – носителя культуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Межкультурные связи – общение, осуществляемое в условиях столь значительных культурных различиях участников, которые существенно влияют на удачу или неудачу коммуникативного события. Адекватное взаимопонимание участников акта общения, принадлежащих к разным культурам. С рождения человек принадлежит многим группам, и именно в них формируются его навыки и умения коммуникации. В процессе коммуникации происходит обмен сообщениями, т.е. осуществляется передача информации от одного участника к другому.

Межкультурные связи как общественный феномен были вызваны к жизни практическими потребностями послевоенного мира, подкреплявшимися идеологически тем интересом, который с начала 20 в. формировался в научной среде и в общественном сознании по отношению к так называемым «экзотическим» культурам и языкам. Практические потребности возникли вследствие бурного экономического развития многих стран и регионов, революционных изменений в технологии, связанной с этим глобализации экономической деятельности.

Основные направления корректировки межкультурных связей на современном этапе развития человечества связаны с реализацией имеющими приоритетное значение функциями: сохранение национальной и культурной идентичности, формирование гражданского общества, усиление гармоничной межкультурной коммуникации в период ускоряющихся общественных перемен, налаживание диалога культур, развитие новых информационно-коммуникационных технологий.

В современном обществе именно практическое владение иностранным языком является основной целью не только языкового, но и любого образования, так как растет потребность в специалистах в различных областях знания, практически владеющих одним или несколькими иностранными языками. Поэтому основной целью обучения иностранному языку является формирование языковой личности, которая готова к реальному, продуктивному общению с представителями иных культур на различных уровнях и в различных сферах жизни.

Язык – главный выразитель самобытности культуры – одновременно является и главным посредником в межкультурном коммуникационном процессе. Таким образом, говорящий на иностранном языке должен не только правильно формулировать мысли на иностранном языке, но и соблюдать культурные нормы, принятые у носителей изучаемого языка.

Язык не существует вне культуры, т.е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни. Поскольку в основе языковых структур лежат социокультурные структуры, то для активного использования языка как средства общения необходимо как можно глубже знать мир изучаемого языка.

В межкультурном общении необходимо учитывать особенности национального характера коммуникантов, специфику их эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления. Речь уже идет, таким образом, о необходимости более глубокого и тщательного изучения мира носителей языка, их культуры в широком этнографическом смысле слова, их образа жизни, национального характера, менталитета и т. п., потому что реальное употребление слов в речи, реальное речевоспроизводство в значительной степени определяется знанием социальной и культурной жизни говорящего на данном языке речевого коллектива. Язык не существует вне

культуры, т. е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни.

Международный туризм всегда служил и должен служить, прежде всего, целям сплочения, единения, взаимопонимания и мира между народами и культурами. Это одна из основных миссий международного туризма. На международном и национальном уровне должны прилагать усилия по налаживанию межкультурной коммуникации в туризме. К числу таких мер следует отнести подготовку специалистов международной туристской деятельности в области межкультурных коммуникаций, которая давала бы специализированные знания, умения и навыки, способствующие эффективному межкультурному общению.

Межкультурные связи в туризме имеют несколько основных аспектов: познавательный - сосредоточен на получении конкретной информации о знаковых моментах истории интересующего объекта, ценностный - отражает сравнительный анализ господствующих идеалов, нравов в пределах интересующих культур, традиции их бытования, гуманистический - выражается в устранении образа «чужого», возможного врага при непосредственном контакте с носителями иной культуры, потребительский - существует как туристский бизнес.

Туриндустрия сегодня – не просто бессистемный сектор. Она представляет собой сложный конгломерат взаимоотношений разного рода структур. Туризм образует самую обширную сферу конфликтов представителей самых разных культур со свойственными им особенностями поведения, мышления, мировоззрения, обычаями, традициями, общения. Накопленный опыт разработки и реализации ряда «Friendly проектов» в туризме, ориентированных на представителей различных массовых культурных и этноконфессиональных групп, по которым отмечается устойчивая положительная динамика числа путешествий по России.

Работники сферы туризма должны иметь высокую степень готовности к реализации проектов туристской индустрии, разработке туристского продукта на основе современных технологий, принятию решения в организации туристской деятельности, эффективному общению с потребителями туристского продукта, к применению инновационных технологий туристской деятельности. Квалификационные требования к специалистам туристского бизнеса России отражены в постановлении Министерства труда и социального развития от 17 мая 1999 г. № 8 «О квалификационных требованиях к основным должностям работников туристской индустрии» (в ред. 2012 года, статус: действующий).

Резюмируя вышесказанное, следует сделать вывод - феномен туризма в определенном смысле означает одобрение сосуществования культур в индивидуальном опыте, что, прежде всего, полагает готовность к взаимодействию, стремление к плюрализму, а не к единообразию. Взаимообогащение транснациональных форм общечеловеческой культуры происходит во многом благодаря обмену социокультурной информацией между туристами. В этом отношении феномен туризма играет важнейшую роль культурного межцивилизационного взаимодействия.

При проведении анализа туристского рынка города Красноярска было отмечено: в 2016 году туристские организации Красноярского края приняли на своей территории 1366 иностранных граждан (в 2015 году – 1085) целью поездки которых был непосредственно туризм. Наибольшей популярностью Красноярский край пользовался у граждан: Германии, Франции, Турции, Великобритании, США, включая Гавайские острова, Италии и Испании.

На красноярском рынке работает туроператор «Саянское кольцо», продвигая местный туризм уже 16 лет, но мало кто из красноярцев знает об этих направлениях. И это объяснимо. Местными турами интересуются в основном иностранцы – за прошлый год это больше 1 тыс. клиентов. Также

за впечатлениями сюда приезжают жители европейской части России. Приоритетным направлением компании является путешествия по Сибирской Земле. Экскурсионно-этнографические программы, являющиеся визитной карточкой компании, проходят по территории Красноярского края, Тувы и Хакасии, что позволяет путешественникам прикоснуться к нескольким культурным и природным сферам Сибири.За 2017 год туроператор планирует подготовить весь набор документов на получение референса – как права на обслуживание иностранных туристов.

В штатном расписании туроператора есть специалист: менеджер по организации отдыха иностранных гостей в Сибири. Менеджер Сусина Алена занимает эту должность уже 6 лет. Закончила СФУ, владеет английским и немецкими языками, проходила стажировку по вопросам организации приема у туроператора «Нева» (г. Санкт-Петербург, лидера по приему иностранных туристов в России), постоянный участник семинаров и круглых столов по проблемам организации приема иностранных туристов в России.

Необходимо отметить: за годы работы данного менеджера на приеме иностранных туристов нет ни одной претензии к ее работе. Основные недовольства выражаются по поводу качества обслуживания и сервису мест проживания и питания.

Было отмечено, что по прошествии 6 лет деятельности в этой должности, менеджер сумел сформировать: умение дать критическую оценку негативным проявлениям носителям другой культуры; активное и положительное отношение к межкультурным связям; аналитическое сопоставление и нахождение точек непохожести и совпадения родной и иноязычной культур.

При этом менеджер отмечает и навыки которые ей придется освоить: не выработала высокого уровня открытости к межкультурным связям

(бизнес отношения не позволяют это сделать полностью); не может оценить собственный уровень знания языков как «высший уровень» (продолжает изучать и применять на практике разговорно-бытовой иностранный язык, в отличие от языка документооборота более сложный и наполненный нюансами).

Менеджер уверена: знание обычаев, нравов, речевого этикета, принятого в стране деловых партнеров и туристов: создает положительную эмоциональную обстановку при общении, способствует более полному взаимопониманию, что в конечном итоге положительно сказывается на результатах труда менеджера туризма, повышает престиж его фирмы и, следовательно, увеличивает прибыль предприятия.

На основе проведенного анализа в параграфе 2.2 данной дипломной работы сформулируем практические установки толерантного отношения к культуре страны иностранного туриста.

1. Общее ознакомление с культурой той или иной страны: осознание факторов, которые составляют уникальность данной культуры, отличительных черт своей культуры, которые могут сказаться на успешной коммуникации с туристами - представителями иной культуры; поиски возможностей для менеджера туризма приобрести опыт межкультурного взаимодействия с представителями иной культуры в привычной обстановке, чтобы реально ощутить особенности этого взаимодействия и культурные различия.

2. Языковая подготовка: обязательное изучение языка предполагаемой для профессиональных связей культуры; развитие языковых навыков путем самообразования (прослушивание аудиокассет, просмотр учебных фильмов, чтение газет и журналов, беседы с носителями языка); накопление индивидуального словарного запаса, необходимого для начального этапа

культурной адаптации в чужой культуре; использование полученных языковых знаний и навыков в профессиональной деятельности при любой возможности.

3. Специализированная культурная подготовка: сбор и изучение информации о культурном своеобразии соответствующей страны; подготовка к неизбежному культурному шоку; получение необходимых практических советов от людей, знакомых с культурой данной страны; получение дополнительной информации из путеводителей для туристов.

Для реализации установок необходимо: дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы и правоприменительной практики в межкультурных отношениях. Разработка и внедрение мер превентивного предупреждения ксенофобии на почве национальной и религиозной розни в Красноярском крае, принимающем иностранных туристов. Усиление роли медиасообщества в процессе распространения идей гражданской солидарности, взаимоуважения и противодействия негативным стереотипам и установкам по отношению к иностранным туристам в крае. Использование зарекомендовавших себя общемировых практик в области создания комфортной туристской среды в Красноярске для иностранных туристов.

Создание в туристской сфере Красноярска инновационных подходов к формированию устойчивого межкультурного диалога и воспитанию культуры мира и толерантности. Формирование действенных механизмов профессионального роста (в области межкультурных связей и знания иностранного языка) менеджеров работающих на приеме иностранных туристов в городе Красноярске. Распространение культуры интернационализма, согласия, национальной и религиозной толерантности в среде местных жителей Красноярска. Укрепление ценностей толерантности через взаимодействие турфирм с медиасообществом Красноярска.

Предложенные мероприятия имеют конкретную цель для нашего региона в сфере становления международного туризма: от расширения туристских межкультурных связей зависит экономическая составляющая Красноярского края, через положительный, гостеприимный имидж нашего региона и увеличения потока иностранных туристов. Но таковое расширение невозможно без знания иностранного языка – носителя культуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный Закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в ред. 2016 года) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»// http://www.russiatourism.ru/content/

2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)»// http://www.russiatourism.ru/content/

3. Постановление Минтруда РФ от 17-05-99 8 «О КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ТРЕБОВАНИЯХ (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТАХ) К РАБОТНИКАМ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ» (ред от 10-10-2002, статус: актуально)// http://www.russiatourism.ru/content/

4. Артановский С. Н. Международные культурные связи и национальная традиция/С. Н. Артановский//Современные проблемы межкультурных коммуникаций: сб.статей Санкт-Петербургского гос. ун-та культуры и искусств. СПб., 2013. С. 69–74.

5. Барышников Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Н.В. Барышников. – М.: Издат. Дом «Вузовский учебник»: ИНФРА-М, 2013 . – 368 с.

6. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие. - М.: ФОРУМ, 2011. - 208 с.

7. Болдырев В.Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Курс лекций / В.Е. Болдырев. - М.: Русский язык. Курсы, 2012. - 144 с.

8. Вайтайтис В. В., Калянова Л. М. ЗНАНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА — ТРЕБОВАНИЕ ВРЕМЕНИ. XVIII Студенческая международная

заочная научно-практическая конференция «Молодежный научный форум: гуманитарные науки»// https://nauchforum.ru/node/4773

9. Ветошкина Т. А. РОЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ. Журнал «Ученые записки Российского государственного социального университета», выпуск № 10, 2010. с. 198-206

10. Глаголев В.С., Бирюков Н.И., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., Силантьева М.В. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации/ В.С. Глаголев, Н.И. Бирюков, Н.Н. Зарубина, Т.В. Зонова, А.Н. Самарин, М.В. Силантьева: учебное пособие. — 2-е изд. Москва: Проспект, 2015. – 220 с.

11. Гузикова М.О., Фофанова П.Ю. Основы теории межкультурной коммуникации. Екатеринбург: Издательство уральского университета, 2015. - 138

12. Гураль С.К. Смокотин В.М. МЕЖЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПЕРИОД ГЛОБАЛИЗАЦИИ. Научная статья//https://moluch.ru/

13. Давыденко Л.Г. Положительные и отрицательные факторы воздействия глобализации на туристическую деятельность//Межкультурная коммуникация и туризм в современном поликультурном мировом сообществе: коллективная монография. Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2013. С. 7—34.

14. Жукова И.Н., Лебедько М.Г., Прошина З.Г., Юзефович Н.Г. Словарь терминов межкультурной коммуникации/И.Н. Жукова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина, Н.Г. Юзефович/под ред. М.Г. Лебедько и З.Г. Прошиной. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. - 632 с.

15. Кузьмина Е. М. Туризм как способ взаимодействия культур: автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата культурологии:

24.00.01/Е. М. Кузьмина. Тюмень, 2005// https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/2.pdf

16. Мошняга Е. В. Английский язык: туризм, гостеприимство, платежные средства: учеб. пособие/Российская международная академия туризма, 5-е изд., стер. М.: Советский спорт, 2012 .— 257 с.

17. Мошняга Е. В. ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ. Журнал «Вестник РМАТ», 2014, № 4

18. Мошняга Е. В. КОНЦЕПТНОЕ ПРОСТРАНСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА. Научная статья//https://famous-scientists.ru/list/11732

19. Микрюков М.А., Вавилова Е.Ю. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИЗМЕ/Научный руководитель - Е. Ю. Вавилова, канд. филос. наук, доцент, Ярославский государственный технический университет, 2015. С. 16-22

20. Михальчик К. И. Некоторые аспекты межкультурной коммуникации в туристском бизнесе (Беларусь-Турция)/К. И. Михальчик, О. Солак//Теоретические и методологические аспекты коммуникации. Сб. науч. трудов / БГЭУ, кафедра международной экономической коммуникации. Минск, 2013. С. 40–46.

21. Мясоедов С.П. Основы кросс-культурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур: Учеб. пособие. - М.: Дело, 2012. - 256 с.

22. Панкратова Е.Н. ИЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ. IX Международная студенческая электронная научная конференция «СТУДЕНЧЕСКИЙ

НАУЧНЫЙ ФОРУМ 2017», 1 декабря 2016 г. по 10 апреля 2017 г.//http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/4994.pdf

23. Салтыков П. П. ЗНАЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ. М.: Лаборатория книги, 2011. - 164 с.

24. Слетина В. В. РОССИЙСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ОБЪЕКТ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ТУРИЗМЕ. Журнал «Вестник РМАТ», выпуск№ 1 (1)/2011

25. Сморжок И. П. Роль межкультурной коммуникации в туризме, в содержании туристского образования и науки/И. П. Сморжок//Интерактивная наука, 2016, № 9. - С. 45–47

26. Сорокин Ю.А., Морковина И.Ю.. Текст и его национально-культурная специфика. Учебное пособие. М.: Наука, 2010. – 217 с.

27. Стародубцев В.Р. Деловое взаимодействие – путь к успеху: проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства. М.: Наука, 2011. – 2212 с.

28. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие). М.: Слово/Slovo, 2008. - 264 с.

29. Черняк Н.В. Межкультурная компетенция: история исследования, определение, модели и методы контроля: монография». - 1-е изд. - М.: Флинта, 2016. - 265 с.

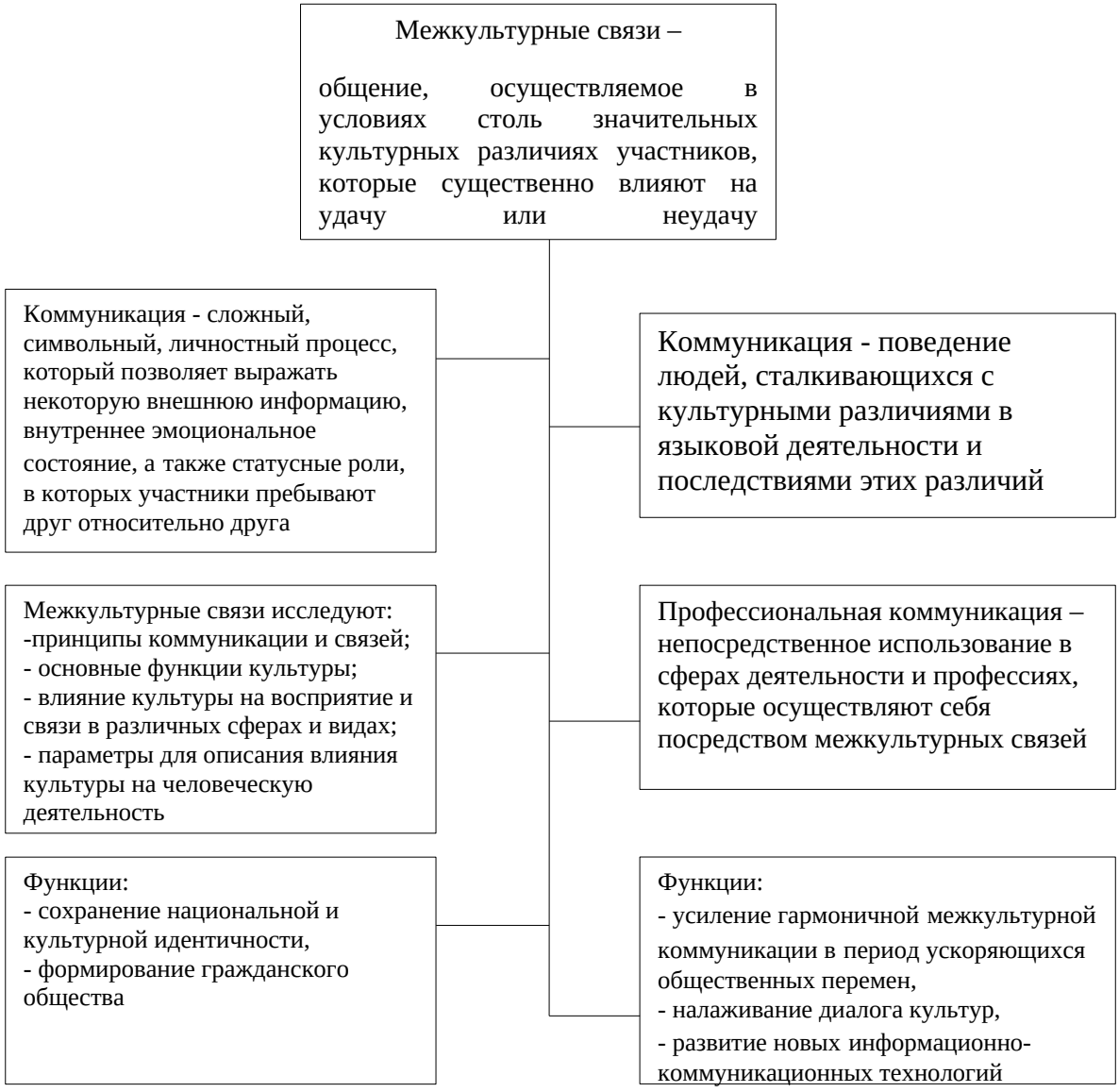
30. Деловое общение//http://bizlog.ru/eks/eks-23/

31. Ростуризм. Профессиональные требования в сфере туризма//http://www.russiatourism.ru/content/3/section/35/detail/3512/

32. Юридическая трудовая консультация//https://yuridicheskaya-konsultaciya.ru/trudovoe_pravo/professionalnye-standarty.html

Приложение 1

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ



Приложение 2

ЗНАЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЯХ



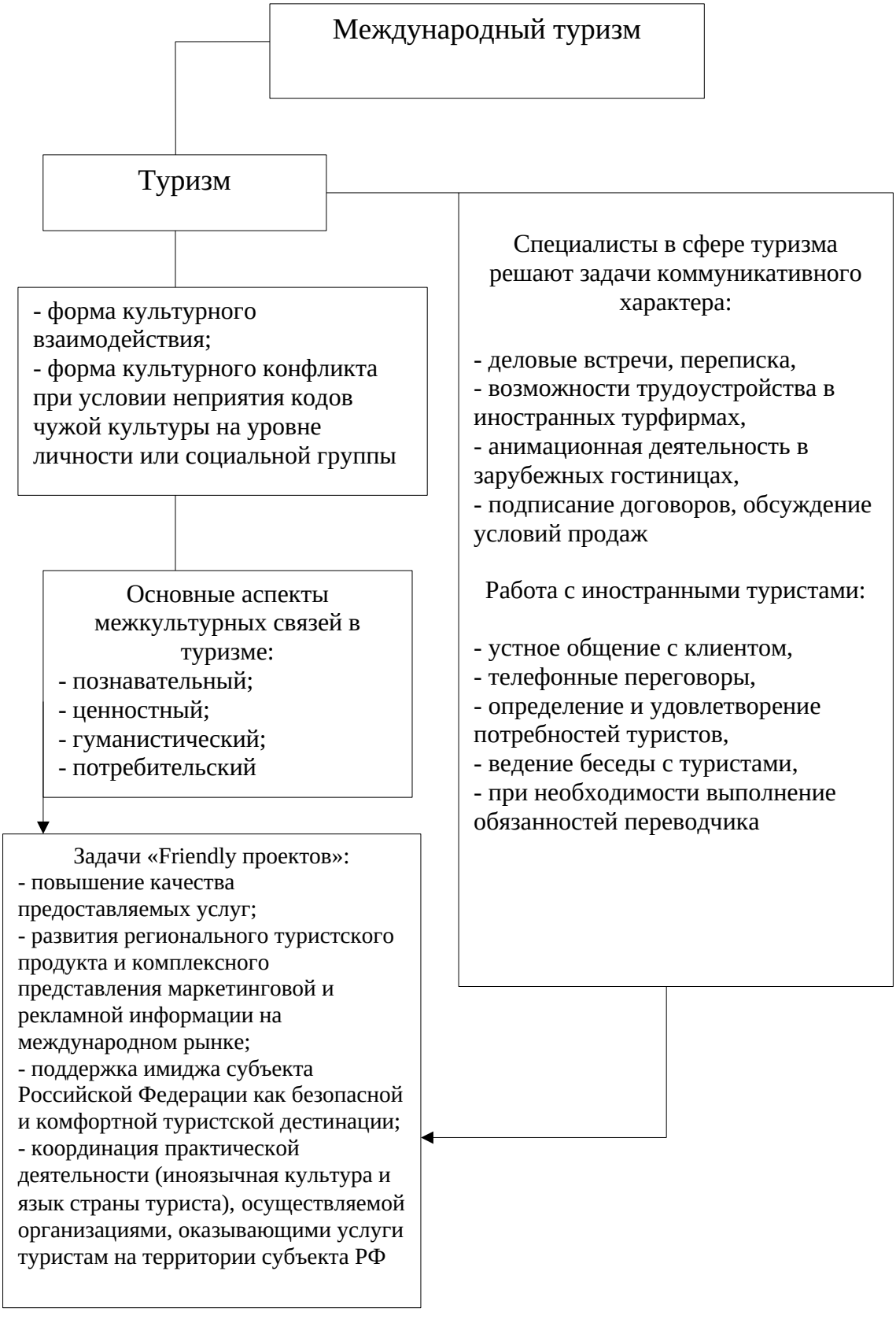
Приложение 3

УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Уровни межкультурной компетенции		
Низкий	Средний	Высокий
- отсутствие готовности дать критическую оценку отрицательным проявлениям носителям другой культуры; - неверная интерпретация информации; - этноцентричность; - интолерантность; - негативное отношение к другой культуре; - неумение использовать модели поведения при межкультурной коммуникации.	- неполная сформированность целостной структуры межкультурной компетенции; - способность анализа, обобщения и интерпретации лингвокультуроведческой информации с помощью учителя; - средняя степень толерантности к изучаемому языку и культуре; - средний уровень эмоциональной открытости к межкультурному взаимодействию.	- умение сопоставлять специфические концепты в родной и иноязычной культуре; - владение способами учебной деятельности; - умение дать критическую оценку негативным проявлениям носителей другой культуры; - положительно-активное отношение к межкультурным обменам; - осознание необходимости и значимости межкультурной деятельности.

Приложение 4

ЗНАЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РАЗВИТИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА



Приложение 5



Адрес: г. Красноярск, ул. Урицкого, 117, офис 2-01.

Телефоны: +7 (391) 2-231-231, +7 (391) 2-231-232.

Mail: info@sayanring.com.

Skype: Sayanring-manager2.

icq: 555-232-413, 687-239-907.

Туроператор «Саянское Кольцо» имеет свидетельство о внесении в федеральный реестр туроператоров, реестровый номер МВТ 015694. Договор страхования заключен с компанией «Надежда».

Приоритетным направлением компании является путешествия по Сибирской Земле: экскурсионно-этнографические программы по территории Красноярского края, Тувы и Хакасии, что позволяет путешественникам прикоснуться к нескольким культурным и природным сферам Сибири.

Гордостью компании является тур «Великое Саянское Кольцо». Он проходит по Красноярскому краю, Хакасии и Туве, включает в себя предельно насыщенную программу, позволяя полностью погрузиться в

культуру народов, населяющих и населявших когда-то эти земли, и полюбоваться великолепными ландшафтами этих мест.

Тур удостоен множества наград. Одна из самый почётных - это диплом Национальной туристской премии им. Ю. Сенкевича в номинации «Лучший межрегиональный турпродукт» (2005 год).

Приложение 6

ПРАКТИЧЕСКИЕУСТАНОВКИ ТОЛЕРАНТНОГО ОТНОШЕНИЯ К КУЛЬТУРЕ СТРАНЫ ИНОСТРАННОГО ТУРИСТА

№ п/п	Установка	Сущность
1	Общее ознакомление с культурой той или иной страны	- осознание факторов уникальности данной культуры, - отличительных черт своей культуры, которые могут сказаться на успешной коммуникации с туристами - представителями иной культуры; - поиски возможностей для менеджера туризма приобрести опыт межкультурного взаимодействия с представителями иной культуры в привычной обстановке
2	Языковая подготовка	- обязательное изучение языка предполагаемой для профессиональных связей культуры; - развитие языковых навыков путем самообразования (прослушивание аудиокассет, просмотр учебных фильмов, чтение газет и журналов, беседы с носителями языка); - накопление индивидуального словарного запаса, необходимого для начального этапа культурной адаптации в чужой культуре; - использование полученных языковых знаний и навыков в профессиональной деятельности при любой возможности
3	Специализированная культурная подготовка	- сбор и изучение информации о культурном своеобразии соответствующей страны; подготовка к неизбежному культурному шоку; - получение необходимых практических советов от людей, знакомых с культурой данной страны; - получение дополнительной информации из путеводителей для туристов

Приложение 7

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ И ЗНАНИЙ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ПРАКТИКУЮЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРИЕМУ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ

№ п/п	Методы расширения межкультурных связей и знаний иностранного языка для практикующих менеджеров	Формы реализации рекомендаций	Ожидаемый результат
1	Совершенствование нормативно-правовой базы и правоприменительной практики в межкультурных отношениях	- разработка и издание профессиональных блокнотов-ежедневников с информацией по вопросам инокультуры, национальным и религиозным праздникам и манере поведения туристов, представителей различных стран; - разработка и издание этнокалендаря для офисов турфирм Красноярска; - информационные материалы (стикеры, буклеты, листовки и плакаты), направленные на воспитание культуры толерантности, взаимоуважения и взаимопонимания, ориентированные на разные возрастные и социальные группы местных жителей края	1. Создание в туристской сфере Красноярска инновационных подходов к формированию устойчивого межкультурного диалога и воспитанию культуры мира и толерантности. 2. Формирование действенных механизмов профессионального роста (в области межкультурных связей и знания иностранного языка) менеджеров работающих на приеме иностранных туристов в городе Красноярске. 3. Распространение культуры интернационализма, согласия, национальной и религиозной толерантности в среде местных жителей Красноярска. 4. Укрепление ценностей толерантности через взаимодействие турфирм с медиасообществом Красноярска
2	Разработка и внедрение мер предупреждения ксенофобии на почве национальной и религиозной розни в Красноярском крае, принимающем иностранных туристов		
3	Усиление роли медиасообщества в процессе распространения идей гражданской солидарности, взаимоуважения и противодействия негативным стереотипам и установкам по отношению к иностранным туристам в крае		
4	Использование общемировых практик в области создания комфортной туристской среды в Красноярске для иностранных туристов		
