

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

Кременецкая Юлия Максимовна

**МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИЙСКО-КИТАЙСКОМ
СОТРУДНИЧЕСТВЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по образовательной программе подготовки магистров
по направлению 43.04.02 «Туризм»
«Инновационный туризм: теория и практика»

г. Владивосток
2018

Оглавление

<u>Введение</u>	4
<u>1 Межкультурные коммуникации в российско-китайском сотрудничестве</u>	7
<u>1.1 Основные понятия в исследованиях авторов на тему межкультурных коммуникаций в сфере туризма</u>	7
<u>1.2 Теории межкультурной коммуникации</u>	9
<u>1.3 Развитие межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве</u>	12
<u>2 Анализ межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма</u>	18
<u>2.1 Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма</u>	18
<u>2.2 Результаты анкетного опроса китайских туристов</u>	19
<u>2.3 Результаты анкетного опроса китайских граждан по исследованию барьеров в российско-китайской коммуникации</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>2.4 Результаты анкетного опроса российских граждан по исследованию барьеров в российско-китайской коммуникации</u>	20
<u>3 Совершенствование межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма</u>	23
<u>3.1 Выявление проблем межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма</u>	23
<u>3.2 Разработка предложений по развитию межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>3.3 Разработка образовательного тура с целью развития межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>Список использованных источников</u>	100
<u>Приложение А</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>Приложение Б</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>Приложение В</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>
<u>Приложение Г</u>	<u>Ошибка! Закладка не определена.</u>

Введение

На современном этапе развития процессов глобализации и регионализации международные контакты становятся все более интенсивными и разнообразными, все большее количество стран и регионов вовлекается непосредственно в различные формы межкультурного взаимодействия. И одной из форм таких взаимоотношений является туризм. Туризм становится все более важной сферой экономики для многих стран, в том числе и для России, а туристические рынки стран Северо-Восточной Азии – важными стратегическими партнерами, в частности, рынок Китая, являющийся одним из наиболее быстро и успешно развивающихся поставщиков туристов в мире. Однако, менталитет китайского населения существенно отличается от менталитета россиян. Экономические и культурные связи между когда-то изолированными группами людей могут привести, как к совместному и успешному взаимодействию, так и к непониманию и конфликтам. Для успешного развития въездного туризма из Китая необходимо в первую очередь, внимательное отношение к особенностям характера, поведения и предпочтениям китайских туристов, обусловленных национально-культурными особенностями. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма, тесно развивается на протяжении многих лет, тем не менее, встречаются многочисленные препятствия в межкультурных взаимоотношениях, складывающиеся из-за незнания особенностей межкультурных коммуникаций двух стран. Без успешных межкультурных коммуникаций развитие туристской отрасли между странами значительно затрудняется.

Проблема заключается в том, что часто представители принимающей стороны могут просто не догадываться, с какими ожиданиями прибывают туристы, и это является большой сложностью для обеих сторон, которые

даже при желании эффективного взаимодействия не могут найти «общего языка». Наш интерес в исследовании обусловлен стремлением определить в чем заключаются эти сложности и какие проблемы на пути к эффективному и плодотворному взаимодействию возникают.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить существующие проблемы межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма и определить пути их решения.

Задачи для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть основные понятия в исследованиях авторов на тему межкультурных коммуникаций в сфере туризма;
- изучить теории межкультурной коммуникации;
- рассмотреть развитие межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве;
- исследовать российско-китайское сотрудничество в сфере туризма;
- рассмотреть результаты анкетного опроса китайских туристов;
- изучить результаты анкетного опроса китайских граждан по исследованию барьеров в российско-китайской коммуникации;
- рассмотреть результаты анкетного опроса российских граждан по исследованию барьеров в российско-китайской коммуникации;
- выявить проблемы межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма;
- разработать предложения по развитию межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма;
- разработать образовательный тур с целью развития межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма.

Объектом данного исследования являются межкультурные коммуникации в сфере туризма.

Предметом исследования является российско-китайское сотрудничество в сфере туризма.

Основы теории межкультурной коммуникации заложили зарубежные ученые Э. Холл, Дж.Трэгер, Г. Хофстеде, Ф.Клукхон, Ф.Шродбек, Г. Джек, Э. Фиппс, П.М. Бернс, М. Новелли, Ху Сяньчжан.

Заметный вклад в разработку и развитие теории межкультурной коммуникации внесли труды отечественных ученых А.П. Садохина, Т.Г. Грушевицкой, Л.В Куликовой, О.А. Леонтовича, Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова, С.Г. Тер-Минасовой, Д. Р. Смирновой, С. В. Смирновой, Д. Б. Гудкова.

Несмотря на достаточную разработанность теории межкультурной коммуникации, в системе туризма она еще достаточно мало изучена. Вопросами изучения межкультурной коммуникации в туризме занимались Апанасюк Л.А., Мошняга, Гостева Л.Ф. Соколова М.В., Чумаков А.Н., Стычинский М.С., Ульянова К. А., П.А. Сорокин.

При написании работы применялись теоретические и эмпирические методы исследования. К теоретическим методам, использованным в работе, относятся анализ, синтез, сравнение, абстрагирование и моделирование. Методы анализа и синтеза использовались при написании первой главы диссертации в процессе выделения основных подходов авторов к исследованию межкультурной коммуникации. Используя метод сравнения удалось установить, что межкультурная коммуникация носит междисциплинарный статус. Метод абстрагирования позволил рассмотреть межкультурную коммуникацию в системе туризма. Метод моделирования был использован при разработке предложений по развитию межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма, а также позволил разработать рекомендации по проведению мероприятий по межкультурным коммуникациям в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма.

К эмпирическим методам относятся анализ первичной и вторичной литературы и документов, метод опроса, метод изучения и обобщения опыта. Используя метод опроса был проведен анкетный опрос китайских туристов, а

также анкетный опрос представителей российской принимающей стороны. Исследование проводится при использовании количественного метода, которое предусматривает получение информации от большого количества респондентов. Сбор информации проводится методом опроса, носящего структурированный характер, когда все опрашиваемые отвечают на одни и те же вопросы. Респондентам предлагаются вопросы следующих типов: открытые, закрытые с одним или множественным выбором ответа, матрица выбора нескольких ответов.

Получение данных от респондентов производится двумя методами: самостоятельное заполнение анкет респондентами и компьютеризованное интервью. При личном контакте анкеты будут распространяться в печатном варианте. Для создания интерактивных анкет, мы воспользовались онлайн-системой. Обработка результатов анкетирования проводится посредством программы для работы с электронными таблицами, где составляются диаграммы и таблицы по результатам опроса. Для обработки данных будут использованы методы абстрагирования, кодирования, группировки и типологизации, затем путем индукции будет выявлены существующие проблемы межкультурной коммуникации в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма.

Новизна исследования заключается в приведении научных исследований по теориям Э.Холла и Г. Хофстеде.

Структура работы состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников.

1 Межкультурные коммуникации в российско-китайском сотрудничестве

1.1 Основные понятия и определения межкультурных коммуникаций в сфере туризма

В современном мире активно развиваются взаимоотношения между странами, нациями, различными группами людей. И одной из форм таких взаимоотношений является туризм. Сегодня ученые относят к туризму практически все кратковременные перемещения людей за пределы места своего проживания, совершаемые с экскурсионными, религиозными, деловыми, спортивными, лечебно-оздоровительными и иными целями [52Чистякова]. Туризм становится все более важной сферой экономики для многих стран, в т.ч. и для России, а туристические рынки стран Северо-Восточной Азии — важными стратегическими партнерами, в частности, рынок Китая, являющийся одним из наиболее быстро и успешно развивающимся поставщиком туристов в мире. Однако, менталитет китайского населения существенно отличается от менталитета россиян. Работая в туризме и занимаясь туризмом, следует понимать, что люди, принадлежащие к разным национальностям и группам, думают, чувствуют и ведут себя по-разному. Экономические и культурные связи между когда-то изолированными группами людей могут привести, как к совместному и успешному взаимодействию, так и к непониманию и конфликтам. Для успешного развития въездного туризма из Китая необходимо в первую очередь, внимательное отношение к их национальному характеру, обусловленному национально-культурными особенностями [52].

Говоря о развитии туризма между странами с совершенно разными культурами, установление успешной межкультурной коммуникации играет ключевую роль. Центральным и единственным субъектом этого взаимодействия является человек, который для обеспечения своей

жизнедеятельности вступает во взаимосвязь с другими людьми, образуя вместе с ними единый общественный организм – социум. Однако человечество, становясь все более взаимосвязанным и единым, не утрачивает своего культурного разнообразия. Различия в языках, традициях, нормах, мироощущениях являются одновременно как огромной ценностью каждой культуры, так и главным препятствием для взаимодействия. Очевидно, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ею необходимо целенаправленно овладевать [8Гостева].

Впервые термин «межкультурная коммуникация» был придуман в школе культурной антропологии в 1954 году в книге «культура как коммуникация», опубликованной Э.Холлом и Дж.Трэгером [76].

Идеи, сформулированные Э.Холла имели большое значение для дальнейших исследований в области межкультурной коммуникации [20;68Куликова Mindez]. Начиная с 1960-х годов межкультурная коммуникация стала предметом многих американских исследований. В Европе интерес к межкультурным вопросам проявился позднее, в 1970-х годах, а к межкультурной коммуникации-в 1970-х и 1980-х годах [23; 9 Леонтович, 2003; Грушевицкая, Попков, Садохин, 2003].

Таким образом, среди ученых нет единства в толковании понятия межкультурная коммуникация. Проанализированные в работе определения подтверждают междисциплинарный статус межкультурной коммуникации. В рамках исследования мы будем придерживаться определения Г. Джека и Э. Фиппса: «Межкультурная коммуникация – взаимодействие между носителями разных культур, принимающее форму диалогических и материальных обменов между членами культурных групп». Однако, несмотря на достаточную разработанность теории межкультурной коммуникации, в системе туризма она еще достаточно мало изучена. В рамках исследования мы будем придерживаться определения межкультурной коммуникации в системе международного туризма как «осуществляемого в туристском концептуальном пространстве взаимодействия между

субъектами социокультурной деятельности на уровне индивидов, групп, социальных общностей, этнокультурных и профессиональных сообществ, организаций, принадлежащих к разным культурам».

Учитывая, что различия в языках, традициях, нормах, мироощущениях являются одновременно как огромной ценностью каждой культуры, так и главным препятствием для взаимодействия, можно сделать вывод, что в развитии туризма между странами с совершенно разными культурами, установление успешной межкультурной коммуникации играет ключевую роль. Сегодня туризм – это явление мирового масштаба, что, в свою очередь, свидетельствует об усилении межкультурного взаимодействия и обуславливает необходимость изучения явления межкультурной коммуникации, так как без успешных межкультурных коммуникаций развитие туристской отрасли между странами значительно затрудняется.

1.2 Теории межкультурной коммуникации

В области исследований межкультурной коммуникации можно выделить психологические, социологические и лингвистические направления. Это деление зависит как от объекта исследования, так и от применяемых методик.

Социологи, работающие в области межкультурной коммуникации, используют традиционные для этой науки методы анкетирования определенным образом выбранных групп респондентов. Их анкеты направлены на выявление ценностных установок и стереотипов, проявляющихся в поведении людей. В основном, рассматривается поведение на рабочем месте, в деловом взаимодействии и бизнесе. Это связано с тем, что социологические исследования находят свое практическое применение, в первую очередь, в современных многонациональных корпорациях. На основе полученных социологами обобщений о характерных и предпочтительных для той или иной культурной группы типах поведения формируются соответствующие практические рекомендации, которые реализуются в виде

специальных межкультурных тренингов. Типичными объективными зонами анкетирования являются следующие: обмен информацией, взаимодействие с коллегами, принятие решений, поведение в конфликтных ситуациях, отношение к лидеру, связь между работой и частной жизнью, отношение к инновациям. Большая часть исследуемых культурно обусловленных поведенческих стереотипов может быть возведена к культурным параметрам Хофстеде. Поэтому часто подобные работы носят характер проверки того, как эти параметры действуют в некоторой конкретной среде - изменения относительно данного периода времени, возраста исследуемой группы, чаще – двух или более совместно работающих культурных групп.

Всегда межкультурная коммуникация представляется в нескольких вариантах, таких как организационный принцип и условие деятельности, сама деятельность, компетенция специалиста в сфере международного туризма, необходимый компонент содержания профессионального образования в туризме, фактор и критерий качества турпродукта. Как организационный принцип и условие деятельности межкультурная коммуникация может применяться в развитии маркетинговых коммуникаций, в проектировании и разработке турпродукта, в организации приема, размещения и обслуживания туристов на территории принимающего поликультурного или этнокультурного сообщества, в планировании и осуществлении выставочной и рекламной деятельности. Как сама деятельность межкультурная коммуникация подразумевает сотрудничество и взаимодействие представителей различных культур в процессе совместной профессиональной деятельности в туризме, т.е. деятельность компаний рецептивного сообщества по приему, размещению и обслуживанию туристов, партнерская деятельность поставщиков туристских услуг и туроператоров, инициативных и рецептивных туроператоров. Межкультурная коммуникация как компетенция специалиста в сфере международного туризма и компонент содержания профессионального туристского образования рассматривается как вариативный и инвариантный

элементы компетенции специалиста в сфере туризма и гостеприимства, где существует разность уровня требований к межкультурной коммуникативной компетенции для контактного и неконтактного персонала в сфере туризма и гостеприимства.

Клукхон и Шродбек обратили внимание на культурные различия в системах ценностей, которые в целом составляют картину мира определенной культуры. В эту картину входят такие фундаментальные вещи, как отношение к времени, к деятельности, к природе, представления о ценности межличностных отношений.

Антрополог и лингвист Эдвард Холл в своих книгах описал разные параметры культурно обусловленных коммуникативных различий [76 Hall 1966, 1976]. Так, в частности, им было введено различие высоко- и низкоконтекстных культур, проявляющееся в количестве информации, эксплицитно выражаемой в сообщении. Пример высоко контекстного сообщения - реплика в беседе между двумя близкими людьми: «Как ты можешь так об этом говорить». Пример низко контекстного - хорошая инструкция о том, как найти предмет, который вы никогда не видели, в месте, где вы никогда не были. Исходя из того, что культуры могут характеризоваться тенденциями к более высоко или низко контекстным сообщениям, можно использовать это как параметр для их сравнения.

То есть, в стандартном высказывании в рамках низкоконтекстной культуры (швейцарская, немецкая, североамериканская) информация, которая нужна для правильной интерпретации данного сообщения, содержится в максимально вербализованном виде. Высказывания же в высококонтекстных культурах (Китай, Япония) не могут быть поняты на основе содержащихся в них собственно языковых знаков. Для их правильной интерпретации требуется знание контекста, причем не узкого, ситуативного, но весьма широкого, культурологического. Поэтому на уровне обыденного европейского сознания японскую беседу часто описывают как игру недомолвок. А японцам, в свою очередь, нередко кажется, что европейцы

слишком прямы и нетактичны. Различия между высоко контекстной и низко контекстной коммуникацией проявляются, в частности, на уровне дискурсивных макроструктур. Они используются при описании коммуникативных стилей в различных сценариях.

Таким образом, межкультурная коммуникация исследуется учеными различных направлений: психологических, социологических, лингвистических и др. Большой вклад в развитие межкультурных исследований внесли Г. Хофстеде, Э. Холл М. Беннет, Ф. Клухон, Ф. Шродбек, А. Мейерабиан, Л.А. Апанасюк, О.А. Леонтович. В международной туристской деятельности межкультурная коммуникация представляется важнейшим инструментом формирования среды, благоприятной для международного сотрудничества. Проведенное исследование теорий межкультурных коммуникаций зарубежных и отечественных авторов позволило выявить основные критерии (культурные различия в системах ценностей, форма коммуникации (вербальная, невербальная), межкультурная чувствительность и т.д.), которые составляют основу исследования барьеров МК в сфере туризма.

1.3 Развитие межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве

Становясь участниками любого вида межкультурных контактов, люди взаимодействуют с представителями других культур, зачастую существенно отличающихся друг от друга. Примером эффективной межкультурной коммуникации служит взаимодействие России и Китая, ведь российско-китайские отношения характеризуются устойчиво высокой динамикой развития, прочной правовой базой и разветвленной организационной структурой двустороннего взаимодействия, активными связями на всех уровнях [41 Смирнова]. Основные принципы российско-китайских отношений, главные направления и сферы двустороннего сотрудничества отражены в Договоре о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между

Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой, подписанном 16 июля 2001 года в Москве .

Мирное развитие и подъем обеих стран требует координации и долговременного сотрудничества на основе стратегии соразвития. Однако такая работа принесет только положительный результат, поскольку отвечает коренным интересам внутреннего развития России и Китая, упрочению их международных позиций. А широкое сотрудничество и разностороннее взаимодействие двух великих государств, демонстрирующих модель миролюбивых и двусторонних и многосторонних отношений – важный фактор укрепления международного мира и безопасности.

Изучение особенностей российско-китайской межкультурной коммуникации является в настоящее время актуальной научной проблемой. И в России, и в Китае существует потребность выработки оптимальных сценариев выстраивания двусторонних отношений, в равной мере выгодных и безболезненных с экономической, политической и социальной точек зрения. Идет поиск оснований для эффективного диалога. И все больше ученых обнаруживают эти основания в сфере культуры и межкультурного взаимодействия. Так, например, в работе Ху Сяньчжан «Всемерно развивать роль культуры как моста между Китаем и Россией» проведен глубокий анализ особенностей и тенденций российско-китайской межкультурной коммуникации в историко-политическом контексте. Автор – руководитель Центра научных и культурных обменов между Китаем и Россией Университета Цинхуа – оценивает сущность и роль китайско-российских межкультурных связей в масштабах процессов современной глобализации. Ху Сяньчжан подчеркивает, что активизация этих связей «имеет важное практическое и стратегическое значение как для развития дружбы и сотрудничества между нашими странами, так и для противодействия культурному гегемонизму отдельных государств». Проведя экскурс в историю развития китайско-российской межкультурной коммуникации, Ху Сяньчжан приходит к выводу, что в истории отношений Китая и России

часто возникали случаи несбалансированности культурных связей, которые выражались в диспропорциональности представления одной культуры в пространстве другой. Так, например, она считает, что в XVII – XVIII вв. «китайская культура лилась в Россию «бурным потоком», а российская в Китай – всего-навсего «горным ручейком», а в 30-е – 50-е гг. XX в. – наоборот. Ху Сяньчжан считает, что, во-первых, дисбаланс в межкультурной коммуникации между Китаем и Россией существует и по сей день, а, во-вторых, содержание межкультурной коммуникации не соответствует современному культурно-историческому моменту и отстает от развития экономических отношений.

Автор отстаивает мысль о необходимости равноправного и равнозначного культурного обмена как стратегически важного направления развития современных китайско-российских отношений. В ходе историко-культурного взаимодействия государств и народов происходит своеобразная «флуктуация» систем межкультурной коммуникации: в определенные периоды времени в международных отношениях происходит усиление и активизация тех или иных типов отношений, сменяющаяся их ослаблением, пассивностью и даже «окопением», отрицанием. Опираясь на идеи П.А. Сорокина, можно предположить, что и в диалоге культур России и Китая происходила смена типов и систем российско-китайского межкультурного взаимодействия и что она имеет волнообразный характер. Так, на протяжении XX в. наблюдались три «волны» подъема различной силы и развития межкультурной коммуникации между Россией и Китаем: 20-е, 50-е гг. и рубеж XX и XXI вв., и два «отлива», разделяющие эти периоды. Схематически флуктуация систем российско-китайской межкультурной коммуникации представлена ниже на рисунке 3. Современные китайские исследователи, например, Ху Сяньчжан, отмечают, что на пике указанных волн межкультурного взаимодействия обнаружилась диспропорция в содержании, формах и направленности процесса российско-китайской межкультурной коммуникации: присутствие России в культурном

пространстве Китая было ярче выражено и обрело более массовый характер, нежели присутствие Китая в культурном пространстве России.

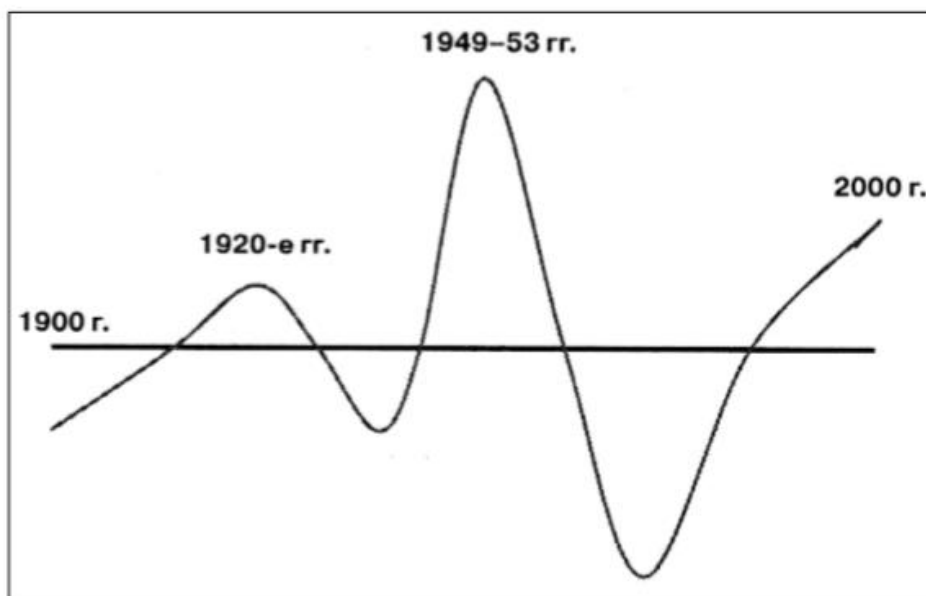


Рисунок 3 – Динамика межкультурной коммуникации между Россией и Китаем в XX в.

Автор выделяет объективные и субъективные причины возникновения указанной диспропорции. К объективным относятся: экономическое, политическое и военное значение той или иной страны на мировой арене; степень развитости внутренних экономических, социально-политических и идеологических институтов; уровень заинтересованности того или иного государства в международных и межкультурных контактах; совпадение характеров доминирующей ментальности (идеациональной, идеологической, чувственной), порождающей интерференцию волн межкультурного взаимодействия; либо их несовпадение, приводящее к ослаблению процессов межкультурной коммуникации и т.д.

В качестве субъективных причин можно, на наш взгляд, рассматривать наличие у одного из партнеров коммуникации более выраженных установок на целенаправленное и системное проникновение в пространство другой культуры с целью:

- 1) формирования позитивного имиджа своей культуры и своего государства в общественном сознании адресата,

2) создания позитивного эмоционального фона, позволяющего безболезненно и комфортно осуществлять рецепцию инокультурных ценностей и достижений носителями другой культуры.

Российско-китайские отношения, как показывают выше представленные исследования, характеризуются устойчиво высокой динамикой развития. Однако, в межкультурной коммуникации между Китаем и Россией по сей день существует дисбаланс, содержание межкультурной коммуникации не соответствует современному культурно-историческому моменту и отстает от развития экономических отношений. В обеих странах существует потребность выработки оптимальных сценариев выстраивания двусторонних отношений, в равной мере выгодных и безболезненных с экономической, политической и социальной точек зрения. Поэтому, в масштабах процессов современной глобализации активизация китайско-российских межкультурных связей имеет важное практическое и стратегическое значение для обеих стран. Сегодня одной из форм такого межкультурного взаимодействия является туризм, который способен стать мостиком взаимопонимания между обоими государствами и его народами, ускорителем процессов их сближения и взаимопонимания.

Таким образом, в масштабах процессов современной глобализации, сотрудничество Китая и России имеет важное практическое и стратегическое значение для обеих стран. Существует потребность выработки оптимальных сценариев выстраивания двусторонних отношений, в равной мере выгодных и безболезненных с экономической, политической и социальной точек зрения. В масштабах процессов современной глобализации активизация китайско-российских межкультурных связей имеет важное практическое и стратегическое значение для обеих стран. Сегодня одной из форм такого межкультурного взаимодействия является туризм, который способен стать мостиком взаимопонимания между обоими государствами и его народами, ускорителем процессов их сближения и взаимопонимания. Рассмотренные многими отечественными и зарубежными авторами, теории различия в

языках, традициях, нормах, мироощущениях являются одновременно как огромной ценностью каждой культуры, так и главным препятствием для взаимодействия. Менталитет китайского населения существенно отличается от менталитета россиян. Экономические и культурные связи между когда-то изолированными группами людей могут привести, как к совместному и успешному взаимодействию, так и к непониманию и конфликтам. Без успешных межкультурных коммуникаций развитие туристской отрасли между странами значительно затрудняется.

Поэтому в развитии туризма между странами с совершенно разными культурами, установление успешной межкультурной коммуникации играет ключевую роль, что более подробно будет проанализировано во второй части работы.

2 Анализ межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма

2.1 Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма

Российско-китайские отношения – это отношения между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой, а в исторической ретроспективе – между государствами, которые существовали на территории этих государств на протяжении последних 400 лет. На современном этапе российско-китайские отношения можно охарактеризовать широким спектром областей сотрудничества, таких как переговоры и контакты на высшем уровне, торгово-экономические, гуманитарные, политические и туристические связи, сотрудничество на мировой арене.

Одним из важных преимуществ программы является увеличение количества туристов благодаря широкой рекламе участниками программы на просторах китайского Интернета, а также рекомендации для китайских туроператоров. Стать «дружественными Китаю» могут:

- средства размещения (гостиницы, апартаменты, дома отдыха, мини-отели, хостелы и т.д.);
- туристические компании (туроператоры);
- объекты показа (музеи, галереи, цирки, парки, выставки и т.д.);
- рестораны (кафе, бары и т.д.);
- торговые центры (аутлеты, гипермаркеты, торговые центры, магазины, бутики и т.д.).

В 2015 года российская программа China Friendly присоединилась к масштабному международному проекту Chinese Friendly International, в который входят Испания, Италия, Португалия, Индия, Мексика, Колумбия, США и страны Африки. Все участники данной программы объединены стремлением работать с китайским туристическим рынком и создавать уникальный турпродукт, который ассоциируется у китайского туриста с высоким качеством услуг, вызывает положительные эмоции и находит

отклик [10]. Инициатором и разработчиком данной программы в России является профессиональное некоммерческое объединение в сфере туризма «Мир без границ», которое объединяет свыше 180 компаний, работающих на азиатском направлении. Главным географическим направлением деятельности Туристической ассоциации «Мир без границ» является Китай как наиболее перспективный и быстро развивающийся туристический рынок. Данная ассоциация имеет опыт работы по китайскому направлению более 15 лет [10].

В процессе проведённого исследования было выявлено, что для дальнейшего развития российско-китайского сотрудничества в сфере туризма, необходимо устранить следующие барьеры: уделить больше внимания туристской инфраструктуре, повысить уровень сервиса в сфере индустрии гостеприимства, устранить языковой барьер и разрывы в разнице менталитетов и культур, др. Обеспечение стабильного развития российско-китайского сотрудничества в сфере туризма возможно только при обращении особого внимания на барьеры, существующие в российско-китайской коммуникации, и определении путей их преодоления. Поэтому в рамках выпускной квалификационной работы представляется целесообразным провести анкетный опрос китайских туристов, для устранения барьеров в российско-китайской коммуникации.

2.2 Результаты анкетного опроса китайских туристов

Совершенствование межкультурной коммуникации в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма невозможно без учета мнений китайских туристов. Для того, чтобы понять, что не привлекательно для китайского туриста и что для него представляет интерес, были проведены опросы мнений китайских туристов о проведении отдыха на территории Владивостока, а также о барьерах в российско-китайских межкультурных коммуникациях.

В результате проведенного исследования на основании теорий Г. Хофстеде, Э. Холл М. Беннет, Ф. Клухон, Ф. Шродбек, А. Мейерабиан, Л.А. Апанасюк были рассмотрены критерии – культурные различия в системах ценностей, форма коммуникации (вербальная, невербальная), межкультурная чувствительность, которые составляют основу исследования барьеров

Таким образом, в результате проведенного исследования на основании теорий были рассмотрены критерии – культурные различия в системах ценностей, форма коммуникации (вербальная, невербальная), межкультурная чувствительность, которые составляют основу исследования барьеров МК в сфере туризма. Было установлено, что китайских туристов не удовлетворяет уровень обслуживания в гостиницах, высокие цены, отсутствие качества питания, проблемы языкового барьера, недостаток туров на историческую тематику. Причину барьеров в российско-китайской межкультурной коммуникации китайские туристы видят в сочетании вербальных и невербальных факторов коммуникации. Подавляющее большинство опрошенных китайских граждан сталкивается с языковым и культурным барьерами в процессе российско-китайской межкультурной коммуникации. Однако, большинство респондентов видит возможность преодоления данных барьеров в сфере совместного сотрудничества в культурно-образовательных мероприятиях.

2.3 Анкетный опрос российских граждан по исследованию барьеров в российско-китайской коммуникации

Формирование успешной межкультурной коммуникации возможно только при заинтересованности обоих участников коммуникации. Так же как определение путей совершенствования межкультурной коммуникации в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма невозможно без учета мнений китайских туристов, в той же мере оно не будет иметь успеха без выявления барьеров к развитию межкультурной коммуникации с российской стороны.

Таким образом, так же как в ранее проведенном опросе китайских граждан, российским участникам опросов были заданы вопросы на основании критериев, составляющих основу исследования барьеров МК в сфере туризма, выделенных на основании исследования теорий межкультурной коммуникации. В опросе не рассматривался критерий «культурные различия в системах ценностей», так как ввиду нацеленности исследования на развитие въездного туризма из Китая, исследование культурных различий в системах ценностей российских граждан не входило в цели исследования. На основании выделенного критерия «форма коммуникации (вербальная, невербальная)», было определено, что основной причиной барьеров в российско-китайской межкультурной коммуникации российские граждане видят в сочетании вербальных и невербальных факторов коммуникации, причем, российские респонденты придают большее значение невербальным факторам, чем китайские опрошенные. Рассмотрение критерия «межкультурная чувствительность» позволило определить, что подавляющее большинство российских респондентов испытывают трудности в коммуникации с китайскими представителями, причем в основном в связи с языковыми факторами, в то время как для китайских респондентов культурные факторы имеют большее значение. Большинство российских респондентов видит возможность преодоления барьеров в российско-китайской коммуникации в возможности совместного сотрудничества в культурно-образовательных мероприятиях и готовы принимать в них участие.

Проведенные исследования позволили выделить сильные и слабые стороны межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма характеризуется устойчиво высокой динамикой развития, прочной правовой базой. Активное сотрудничество между Россией и Китайской Народной Республикой в сфере туризма обусловлено наличием соглашений между Правительством Российской Федерации и

Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма, развитием партнерских отношений Туристической ассоциации «Мир без границ» и Китайской ассоциации туристических компаний, проведением и т.д. Однако проведенные исследования позволили выделить также слабые стороны межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма. Это недостаточный уровень сервиса, недостаточное количество предприятий питания, ориентированных на китайскую кухню, недостаточное количество отелей, предоставляющих особенный сервис для китайских туристов, недостаток Wi-Fi зон, недостаточно широкий выбор туров (в особенности на историческую тематику). Значимое препятствие для развития российско-китайских межкультурных коммуникаций представляет языковой барьер, который создает трудности и недопонимание в российско-китайской коммуникации, также выражается в ограниченном числе гидов сопровождающих для китайских туристов, экскурсоводов, владеющих китайским языком, недостатке информационных источников на китайском языке, например, меню в ресторанах, вывесок на магазинах и т.д. Кроме того, культурный барьер сдерживает развитие российско-китайских межкультурных коммуникаций. Происхождение из разных культур, различные способы выражения, жесты и т.д. в туризме приводят к столкновению культур, что часто приводит к возникновению недовольства принимающей стороны и неудовлетворению туристов от пребывания на российской территории.

3 Обоснование выявленных барьеров и предложение путей их преодоления в межкультурных коммуникациях российско-китайского сотрудничества в сфере туризма

3.1 Обоснование выявленных барьеров в межкультурных коммуникациях российско-китайского сотрудничества в сфере туризма

В настоящее время Владивосток является одним из наиболее крупных городов в Дальневосточном регионе, развитых в области торговли, транспорта, промышленности, а также в сфере туризма и социально-культурных связей. Основной стратегией развития Владивостока, является сотрудничество России со странами АТР в сфере деловых, культурных и экономических отношений. Обслуживание и удовлетворение спроса китайских туристов для индустрии гостеприимства Приморского края (ПК) является актуальным вопросом, так как данный субъект обладает большим туристическим потенциалом. Проведение совместных событийных мероприятий поможет участникам углубить знания об обоих культурах, научиться взаимодействовать, учитывая особенности каждой из них, наладить успешную коммуникацию. Создание новых общих праздников будет способствовать укоренению дружбы двух народов и созданию новых традиций.

В результате опроса, было выявлено, что китайским туристам во Владивостоке не хватает туров на историческую тематику. Учитывая традиционный интерес китайских туристов к красному туризму, автором была разработана экскурсия «Красный Владивосток». Технологическая карта экскурсии представлена в Приложении Г, текст экскурсии «Красный Владивосток» содержится в Приложении Д.

3.2 Предложения и мероприятия направленные на устранение барьеров в развитие российско-китайских межкультурных коммуникаций

В процессе исследования существующих проблем автором ВКР, были проведены исследования и апробированы результаты в статье «Межкультурные коммуникации в туризме». Было доказано, что межкультурные коммуникации в туризме способны развиваться как на уровне культурного взаимодействия, так и в противоположном направлении на уровне культурного конфликта. Статья посвящена формированию для российских туристов продуктивного поля, в развитии диалога и взаимопонимания зарубежных сообществ. Рассмотренные теории измерения культур, и применение их на практике, стали результатом проведенного авторами исследования.

Учитывая практическую направленность и значимость межкультурных коммуникаций в туризме, Федеральное агентство Российской Федерации по туризму для российских граждан, направляющихся в зарубежную поездку, разработало практические рекомендации. Если применить теорию МКК, то содержание можно разделить на три направления:

1 Проксемика, четыре дистантные зоны при межкультурных коммуникациях туристов (интимную, личную, социальную и публичную)

– по возможности соблюдать минимальную дистанцию в 50-60 см от собеседника;

– соблюдать правила гигиены при посещении бассейнов и саун

– быть терпеливым, не грубить, не унижать достоинства представителей местного населения;

– не допускать фамильярного отношения к женщинам и людям в возрасте;

– следовать примеру поведения местных жителей при исполнении гимна страны пребывания или в условиях траурных мероприятий в стране;

– в странах с различной долей чернокожего населения воздерживаться от использования слов «негр» или «ниггер», а также их производных.

2 Кинесика, межкультурные коммуникации посредством жестов, мимики и поз («язык тела»):

- не использовать часто встречающиеся в голливудских фильмах оскорбительные жесты (вытянутый средний палец, поворот пальцем у виска и др.) и нецензурные выражения на английском языке, к тому же в агрессивной форме;

– не махать на человека рукой, что во многих странах является демонстрацией пренебрежения или презрения;

– обращать пристальные взгляды на женщин, указывать на них рукой или пальцем, пытаться заговорить или познакомиться с женщинами на улице, отпускать комментарии в их адрес;

– протягивать женщине руки при знакомстве;

– допускать прилюдные объятия, поцелуи.

3 Паралингвистика, направление, занимающееся изучением того, как влияют на конечный смысл высказывания просодические компоненты[]:

– быть терпеливым, не грубить, не унижать достоинства представителей местного населения;

– уважать обычаи и традиции, не проявлять высокомерия и пренебрежения к местной культуре, не допускать оскорбительных высказываний;

– по отношению к руководителям страны, не вступать в конфликт с представителями правоохранительных органов;

– не употреблять в разговоре как английскую, так и русскую ненормативную лексику и в целом оскорбления на любом языке;

– воздерживаться от нелицеприятных оценок манер поведения местных жителей и их языка и их языка или культурно-религиозных традиций;

– не критиковать местную (порой специфическую) кухню в присутствии местного населения [9].

Таким образом, предложенные рекомендации строятся на понимании различий между культурами, их природы и внешних проявлений, что даёт возможность путешественникам расширить представления о себе как о представителе определенной культуры, сущности этой культуры и мире в целом. Культуру другой страны, необходимо всем туристам воспринимать как совокупность норм, которая определяет, что дозволено, а что нет, что поощряется и что запрещается.

В следующей статье «Туризм как условие успешной межкультурной коммуникации», написанной и апробированной автором ВКР, определены приоритетные направления необходимые для формирования комфортной среды пребывания китайских туристов. Полученные результаты проведенного анализа факторов туристского спроса, и проблем туристов из разных городов Китая, проживающих на территории кампуса, приехавших с образовательной целью, позволили ещё раз обратить внимание на значимость межкультурных коммуникаций в туристской индустрии. Проведённый анализ факторов туристского спроса показал, что у китайских туристов популярностью пользуются туры с посещением Москвы, Санкт-Петербурга, приграничных маршрутов по Приморскому краю, Хабаровскому и Забайкальскому, Амурской области и Еврейской автономной. Выбор данных направлений обусловлен удобной логистикой туристских маршрутов, адаптацией туристских программ к поведенческим особенностям туристов, уникальностью туристских программ объектами показа, облегченным визовым режимом, адаптацией туристских программ к поведенческим особенностям туристов[5].

В результате проведения контекстного анализа, были проведены исследования предпочтений и проблем туристов из разных городов Китая, проживающих на территории кампуса ДВФУ, приехавших с образовательной целью. Для них, большую роль играют одежда, питание, быденная жизнь и

возможность передвигаться. Стиль одежды является относительно простым, европейским, практически все привозится с собой из Китая. Особое отношение у гостей образовательного туризма к питанию. Китай является страной, которая имеет пять тысяч лет своей истории и культуры, в том числе историю и культуру еды. Таким образом, китайская культура, традиции формировались в результате развития китайской цивилизации, которая отражает национальную самобытность и внешние особенности китайцев, включает разные идеологические теории и концепции, возникавшие в национальной истории. Изучение особенностей российско-китайской межкультурной коммуникации является в настоящее время актуальной научной проблемой. И в России, и в Китае существует потребность выработки оптимальных сценариев выстраивания двусторонних отношений, в равной мере выгодных и необходимых для развития экономической, политической и социальной сферы взаимных интересов.

Обсуждая полученные результаты, очевидно, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ею необходимо целенаправленно овладевать. Для этого в проведённом исследовании были выделены группы туристов из стран АТР, которые отличаются своими культурами и традициями. Однако на приведённом примере туристов, очевидно, что их поведение, проблемы не являются непредсказуемым, они поддаются изучению и прогнозированию. Поэтому развитие межкультурных коммуникаций в туристской индустрии России, необходимо рассматривать на основе сочетания многих междисциплинарных направлений, например таких как:

- история и культура народа, которая формирует традиции в питании, проживание, стили одежды и др;
- экономика, которая формирует общее представление о развитии страны, её групп туристов способных свои доходы оставить в местах отдыха;
- маркетинг, определяет спрос и предложения туристов;

– цифровые технологии, показывают новые возможности межкультурных коммуникаций в туризме, уровень научного развития страны и её путешественников.

Туризм сегодня является основным фактором эффективной межкультурной коммуникации, которая в своём развитии обладает рядом особенностей, определенных цивилизационными, историческими, политическими, экономическими, социальными, географическими и другими факторами. Предложенные рекомендации и мероприятия, написанные и апробированные автором ВКР, направлены на адаптацию обслуживания к потребностям определённых групп китайских туристов, отличных по культурным особенностям и менталитету, является гарантией успешных межкультурных коммуникаций.

3.3 Разработка культурно-образовательного тура с целью развития межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма

В ходе исследования мнений китайских и российских граждан, опрашиваемым было предложено определить мероприятия, которые могли бы способствовать преодолению недопонимания и трудностей в коммуникации между китайскими и российскими гражданами. Наилучшему преодолению недопонимания в коммуникации между китайскими и российскими гражданами, по мнению опрошенных, будут способствовать языковые курсы, межкультурные семинары, образовательные программы, тренинги межкультурной коммуникации, совместные клубы общения.

Исходя из этого, представляется обоснованным предложить образовательный тур в Россию для китайских граждан. Участие граждан КНР в культурно-образовательном туре в России позволит им познакомиться с российскими культурными особенностями, приобрести или улучшить знания русского языка и, в целом, развить навыки межкультурной коммуникации.

Проект культурно-образовательного тура предполагает реализацию в г. Владивосток на базе Дальневосточного федерального университета. В ДВФУ Центр русского языка и культуры имеет почти 30-летний опыт преподавания русского языка как иностранного и большой опыт работы с китайскими студентами. Организация экскурсионной программы предполагается одной из турфирм г. Владивосток.

Заключение

Существующие барьеры межкультурной коммуникации обусловлены пока еще недолгой историей развития российско-китайских отношений в сфере туризма. Едва ли прошло 20 лет с начала сотрудничества стран в сфере туризма, но туристский обмен между странами, ввиду созданных условий, принял массовые масштабы. Причем турфирмы ориентируются только на количественные показатели поездки, а не на качество туристических услуг.

Туристам предоставляется полная программа с проживанием, питанием, транспортом и достопримечательностями, индивидуальные особенности туристов совершенно не учитываются, из соображений экономности, туристам часто приходится сталкиваться с неудобствами. За тот короткий срок туристской поездки, который китайские туристы проводят в напряженном экскурсионном режиме, они едва ли впоследствии смогут вспомнить, что видели. Разумеется, это не совпадает с целью турпоездки, направленной на знакомство с другой страной, не способствует знакомству с её людьми и культурой. В таких условиях не может быть и речи о развитии межкультурных коммуникаций.

Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма, выражаясь в форме массового туризма, в котором оно преимущественно существует в настоящее время, приносит мало пользы, как для российской экономики, так и для развития дружбы, культурных связей и межкультурных коммуникаций между странами.

Однако под влиянием ряда факторов, таких как визовая политика, финансовая ограниченность, языковой и культурный барьеры, трудности в общении, низкий уровень обслуживания, основной формой китайского выездного туризма в Россию по-прежнему является массовый туризм.

Преодолением этих проблем должно стать развитие других видов туризма. Как развитие других видов туризма одновременно будет способствовать развитию межкультурных коммуникаций между странами, так и постепенное преодоление барьеров в сфере межкультурных коммуникаций будет открывать новые пути для развития сотрудничества в сфере туризма.

Освоение других направлений туризма будет способствовать преодолению различных видов барьеров межкультурной коммуникации в сфере туризма в соответствии с выделенными ранее критериями - культурными различиями в системах ценностей, формой коммуникации (вербальная, невербальная), межкультурной чувствительностью.

Анализируя состояние и структуру выездного туризма обеих стран, обобщая их положительные стороны и недостатки, мы можем исправлять ошибки и выйти на путь прогрессивного развития туризма, и, в конечном счете—содействовать укреплению дружбы, экономических и культурных связей между двумя нашими странами. Развитие взаимовыгодного сотрудничества между Китаем и Россией—это стратегически оправданный путь в будущее.

Список использованных источников

1. Алмакучуков К.М., Мусатов Б.В. Классификация культурных потребностей и алгоритмы удовлетворения потребностей / Инициативы XXI века. – 2013. – № 3. – С. 18–21.
2. Апанасюк Л.А., Егорова Е.Н. Международная туристская деятельность в развитии межкультурной коммуникации / Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 184–189.
3. Апанасюк Л.А. Формирование готовности студентов-иностранцев к межкультурному общению при обучении иностранному языку / Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. – 2015. – №4 (23). – С.30–33.
4. Ан С.А. Возведение моста российско-китайской дружбы с помощью культуры / Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. – 2014. – С. 329–331
5. Асеева А.Ю. Проблемы и перспективы российско-китайского туристического сотрудничества как одного из факторов международных отношений / Статистические и системно-параметрические исследования. – 2016. – С.13–17.
6. Бутовская М. Л. Язык тела: природа и культура (эволюционные и кросс-культурные основы невербальной коммуникации человека). М. : науч. Мир. – 2004. – 440.
7. Вапнярская О.И. Развитие межкультурных коммуникаций в туризме // Сервис plus.– 2017. – № 4(11) – С. 37 – 48.
8. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М. : Изд-во МГУ. – 1973. – 235.
9. Ветитнев А. М., Романова Г. М., Торгашева А. А. Удовлетворенность российских туристов услугами курортных дестинаций / Sochi journal of economy. – 2013. – № 3. – С. 28–37.

10. Вислин, М.В. Мир без границ [Электронный ресурс] / М.В. Вислин. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://chinafriendly.ru/>

11. Гатауллина, С.Ю. Роль туризма в формировании «евразийского коридора» России в АТР (на примере Приморского края) / С.Ю. Гатауллина // Современные тенденции перспективы развития экономики и управления в странах АТР: материалы III евразийской научно-практической конференции с международным участием. Владивосток, 17–18 нояб. 2016 г.: в 2 кн., кн. 2 – Владивосток: Приморский фил. РАНХиГС, – 2016. – С. 154–159.

12. Гомилевская Г.А., Арсентьева А.В. Результаты мониторинга объектов сферы туризма и гостеприимства, предоставляющих места размещения на территории Приморского края / Вестник Хабаровской Государственной академии экономики и права. - 2016. – № 4–5. – С. 86–95.

13. Гостева Л.Ф., Серeda Н.Д. Туризм как форма и способ межкультурной коммуникации / География и туризм. Сборник научных трудов. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Пермский государственный университет". – 2008. – С. 10–17.

14. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Г91 Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. /Под ред. А.П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.

15. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. Туризм в России и в Китае после вступления в ВТО: проблемы и перспективы развития / Развитие сотрудничества приграничных регионов России и Китая. – 2014. – С. 103-112.

16. Джанджугазова, Е.А. Туристско-рекреационное проектирование / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2016. – 272 с.

17. Дусенко С.В. Социальное пространство российско-китайского сотрудничества в сфере туризма: состояние и перспективы / Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: экономика. Социология. Менеджмент. – 2013. – №2. – С. 145–156.

18. ЕНВ – Ежедневные новости Владивостока [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://novostivl.ru/msg/26333.htm>
19. Жилина Л.Н. Особенности развития приграничного сотрудничества России и Китая / Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т.6. – №4. – С. 159–163.
20. Забаева М.Н., Ефремова М.В. Туристский потенциал России: оценки и предпочтения иностранных граждан / Стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей VI Всероссийской научно-практической конференции. – 2012. – С. 6–72.
21. Зинченко В.Г. 3 63. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. — М. : Флинта : Наука, 2007. — 224 с.
22. Иванова К. Д. Межкультурные коммуникации в туризме / Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации. – 2016. – С. 174–176
23. Исаев А.С. Развитие российско-китайского публичного диалога / Китай на пути к возрождению. – 2014. – С. 329–340
24. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. Особенности и перспективы развития туризма в мире. / Успехи современного языкознания. – 2015. – № 1–2. – С. 265–269.
25. Королева О.В. Феномен китайского туриста в России: поиск компромисса / Конфликты в современном мире: международное, государственное и межличностное измерение. – 2016. – С. 174–179.
26. Кузьмина В.М. Этапы развития российско-китайских отношений в сфере туризма / Научный руководитель. – 2012. – №6. – С. 23–36
27. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур: Монография. – Красноярск: РИО КГПУ, 2004. – 196 с.
28. Кутыева Э.Р. Особенности создания комфортной среды пребывания иностранных туристов в России (на примере «China friendly») /

Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства на современном этапе. – 2015. – С. 159–160.

29. Леонтович, О.А. Введение в межкультурную коммуникацию: учебное пособие / О.А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2007. – 368 с.

30. Леонтович О. А. Россия и США Введение в межкультурную коммуникацию: Учеб пособие. — Волгоград: Перемена, 2003 — 399 с.

31. Ли В. Китайско-российское сотрудничество в области туризма / Россия и АТР. – 2011. – № 3. – С. 151–158.

32. Мамонтова Н.Ю. Формирование коммуникативной межкультурной компетенции / Лингвообразование в неязыковом вузе: теория и практика. – 2015. – С. 53-91

33. Мозгоев А.М. Роль транспорта в развитии туризма между Россией и Китаем / Транспортное дело России. – 2011. – №2. – С. 23–28.

34. Мозгоев А.М. Российско-китайский потенциал развития туристических услуг / Современные тенденции социального, экономического и правового развития стран Азии. – 2016. – С. 75–83.

35. Морозова В.С. Трансформация региональной культуры и формирование новой социокультурной идентичности в процессе межкультурного взаимодействия РФ и КНР (на примере Забайкальского края) / Известия Иркутского Государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2010. – №2. – С. 84–91.

36. Мошняга Е. В. Концептное пространство межкультурной коммуникации в системе международного туризма Автореф. дис...докт. филос. наук. – М., 2011. – 42 с.

37. Мошняга Е. В. Формирование концептуальной компетенции специалистов сферы туризма / Вестник РМАТ. – 2011. – №2. – С. 23–28.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студентки Кременецкой Юлии Максимовны
направление подготовки 43.04.02 «Туризм» магистерской программы
«Инновационный туризм: теория и практика» группа M1203 ит

Руководитель ВКР кандидат исторических наук, доцент Е.В. Галенко
на тему: «Межкультурные коммуникации в российско-китайском сотрудничестве в
сфере туризма»

Дата защиты ВКР « 6 » июля 2018 г.

Актуальность темы ВКР обоснована развитием международного туризма, где
межкультурная коммуникация представляется важнейшим инструментом формирования
среды, благоприятной для международного сотрудничества, отношений доверия и
взаимопонимания, стабильности и устойчивого развития.

Содержание выпускной квалификационной работы соответствует выданному
заданию.

Научная новизна работы заключается в совершенствовании межкультурной
коммуникации в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма с учетом мнений
китайских и российских туристов, где полученный результат стал основанием для
разработки мероприятий и предложений.

Практическая значимость работы заключается в разработанной Юлией
Максимовной и обоснованной для Приморского края программе образовательного
туризма, направленной на формирование новых представлений о культуре и менталитете
двух стран, преодоление языковых барьеров и устранение недопонимания в развитии
межкультурных коммуникаций в российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма.

Достоинством работы является проведённое исследование, разработанные
автором предложения и программа образовательного туризма, изученные и корректно
использованные студенткой отечественные и зарубежные источники.

Сформированные за годы обучения в ДВФУ ответственность, самостоятельность и
работоспособность, полученные на лекциях, в аудиториях университета, теоретические
знания, позволили выпускнице грамотно написать и проанализировать выпускную работу,
обобщить и грамотно сделать выводы по итогам полученных результатов.

Студентка вовремя написала работу, последовательно и грамотно изложила
представленный на предзащите материал и подготовила презентацию с докладом для
защиты ВКР.

Недостатков в работе не выявлено.

Заключение: Кременецкая Юлия Максимовна заслуживает высокой
положительной оценки и присвоения квалификации магистр по направлению подготовки
«Туризм».

Оригинальность текста ВКР составляет 76,8%

Руководитель ВКР к.и.н., доцент.
«29» июня 2018 г.



Е.В. Галенко