

А. А. Аврамчик

Науч. рук. – Ю. Е. Акулич, ст. преподаватель

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ТУРИЗМЕ

Статья посвящена межкультурной коммуникации в туризме. Рассмотрены факторы, воздействующие на коммуникацию восточных и западных стран в туристической среде. Также приведены примеры их взаимодействия, основанные на культурном поведении, невербальных знаках, восприятию ко времени и дистанции представителей этих стран. Приведен результат влияния межкультурной коммуникации в туризме.

Межкультурная коммуникация – это общение представителей разных национальностей и стран. Она состоит из языка, этикета, норм поведения и культурного кода участников коммуникации. Обычно этот термин используют в деловой среде [1]. Общаясь друг с другом, люди обмениваются словами и невербальными сигналами. Помимо слов, при общении обращают внимание на взгляд и мимику, жесты и характер рукопожатия, физическую дистанцию между собеседниками, внешний вид, знание протокола деловой среды. Следовательно, коммуникация происходит на нескольких уровнях: слуховом, зрительном, эмоциональном. При этом, чтобы понимать первый, достаточно говорить с собеседником на одном языке, а для второго и третьего важно знать обычаи его страны. Ведь, взаимодействуя, люди следуют привычным паттернам поведения и представлениям о норме, характерным для их культуры. Таким образом основной задачей межкультурной коммуникации является установление эффективного взаимодействия между людьми с разными культурными кодами. Она становится особенно важной в условиях глобализации, где люди из разных стран и культур все чаще сталкиваются друг с другом в бизнесе, образовании, туризме и повседневной жизни.

Туристическая индустрия, пожалуй, является самой наглядной площадкой для столкновения культур. Она представляет собой одну из форм межкультурной коммуникации как «культурно обусловленного процесса, все составляющие которого находятся в тесной связи с культурной принадлежностью участников процесса коммуникации» [2]. Так, приезжая в другую страну, человек сталкивается с людьми, у которых другой темперамент и другое отношение к миру, там другие законы, обычаи, свои нормы морали. Следовательно, для туриста важно

понять нравы и культуру другого народа. Коммуникация в туризме многоаспектна и реализуется на различных уровнях. Она охватывает взаимодействие между туристами и представителями принимающей стороны, между туристическими организациями и клиентами, между самими туристами, а также между различными предприятиями туристической индустрии. Особым видом является межкультурная коммуникация, которая возникает, когда представители разных культур встречаются в рамках туристического опыта [3]. Поэтому необходимо рассматривать туризм как систему, в которой межкультурная коммуникация имеет главенствующее значение. При взаимодействии культур важным является не допустить их столкновения, а организовать диалог между культурами, направленный на конструктивное сотрудничество [4]. Однако на пути к этому диалогу постоянно возникают барьеры. Турист, даже желающий мира и дружбы, невольно транслирует паттерны поведения, привычные для его культуры, которые могут быть неправильно поняты или даже оскорбительны для принимающей стороны. Именно здесь кроется основная масса проблем межкультурной коммуникации в туризме. Наиболее ярко эта закономерность прослеживается при контакте представителей западных и восточных культур, чьи базовые ценности и модели поведения часто диаметрально противоположны.

В практической плоскости туристического взаимодействия эти фундаментальные различия материализуются в конкретных коммуникативных ситуациях, начиная с первого момента контакта – приветствия. Форма приветствия является одним из самых заметных маркеров культурной принадлежности, и ее неверная интерпретация способна создать психологический барьер еще до начала полноценного диалога. В Японии принято кланяться, причем не только головой, а всем корпусом; угол наклона строго дифференцирован и зависит от статуса собеседника: чем выше статус, тем ниже поклон. Для западного туриста, привыкшего к рукопожатию или вербальному приветствию, отсутствие тактильного контакта и необходимость «кланяться» может быть неловкой или восприниматься как ритуал, не требующий ответной серьезности. Проблема возникает, когда турист, стремясь быть дружелюбным, протягивает руку японцу, ставя того в неудобное положение: нарушение иерархического этикета в Японии может быть воспринято как невежество, а для самого туриста отсутствие ответного рукопожатия – как холодность или пренебрежение [5].

Особую сложность для межкультурной коммуникации в туризме представляет невербальный язык, а именно жесты, которые зачастую воспринимаются говорящим как универсальные, но на деле являются глубоко культурно-специфичными. Классический пример – знак «ОК»

(большой и указательный пальцы, сложенные в кольцо). В США и большей части Европы этот жест несет позитивную коннотацию одобрения. Однако во Франции он может быть истолкован как «ноль», «ничтожество», а в Бразилии и Турции является крайне оскорбительным, имея непристойный подтекст. Турист, спонтанно использующий этот жест, чтобы похвалить обслуживание в отеле Рио-де-Жанейро, рискует спровоцировать серьезный конфликт, сам того не подозревая. Аналогичная ситуация складывается с поднятым вверх большим пальцем. В большинстве западных стран он сигнализирует «все отлично», «супер». В Греции этот жест приобретает повелительное значение «замолчи», а в Иране и некоторых арабских странах является грубым оскорблением, аналогичным поднятому среднему пальцу на Западе. Таким образом, жест, призванный выразить одобрение, может быть воспринят как прямая вербальная агрессия.

Отношение к телесному контакту также является зоной потенциального конфликта между туристами. В Латинской Америке и странах Средиземноморья активное использование тактильных жестов – похлопывание по плечу, касание рук – является нормой и маркером дружелюбия. В Бразилии или Аргентине такое поведение естественно. Однако в Японии или Южной Корее любое прикосновение малознакомого человека воспринимается как грубое нарушение личных границ. Западный турист, стремясь выразить теплоту и благодарность, может невольно вызвать у восточного собеседника чувство дискомфорта и тревоги.

Восприятие времени – еще один ключевой параметр, разделяющий культуры на монохронные и полихронные. В Германии, Швейцарии и Японии пунктуальность является важнейшим элементом культуры, почти сакральной ценностью. Опоздание даже на пять минут может быть воспринято как неуважение к собеседнику и его времени. Турист из Латинской Америки или Ближнего Востока, где отношение ко времени более гибкое, может опоздать на экскурсию или встречу с гидом на 15–30 минут, искренне не понимая, почему это вызвало негодование. В Бразилии, Аргентине, Мексике или Индии опоздание не является знаком неуважения; приоритет отдается личным отношениям, а не абстрактному расписанию. Здесь встреча туристов может начаться позже, потому что важнее было закончить предыдущий разговор или уделить время приветствию. Конфликт возникает из столкновения двух логик: «время – деньги» и «время – это отношения».

Наконец, восприятие комфортной дистанции между собеседниками замыкает круг потенциальных коммуникативных неудач, особенно в туризме. В странах Латинской Америки, на Ближнем Востоке и в Южной Европе люди привыкли находиться ближе друг к

другу во время общения; близкая дистанция – это способ установления контакта. В Северной Европе и Японии, напротив, принято держать дистанцию. Финну, шведу или немцу может стать физически некомфортно, если турист из более «контактной» культуры подходит слишком близко. Они начнут инстинктивно отступать, что может быть воспринято собеседником как холодность или желание прекратить общение. В Японии этот феномен доведен до крайности: даже в переполненном метро пассажиры стараются минимизировать физический контакт, а при встрече избегают прикосновений. Для туриста-американца из Нью-Йорка, привыкшего к тесноте мегаполиса, это может быть незаметно, но для жителя американского Среднего Запада, где личное пространство больше, теснота токийского вагона станет серьезным стресс-фактором [5].

Следовательно каждая из рассмотренных поведенческих сфер – приветствие, обращение, жестикуляция, тактильность, темпоральные нормы и проксемика – представляет собой потенциальное «минное поле» в межкультурной коммуникации туризма.

Проведенный анализ подтверждает, что туризм в современном мире выполняет важнейшую гуманитарную функцию, выступая площадкой для межкультурного диалога. Он образует самую обширную сферу представителей самых разных культур со свойственными им особенностями поведения, мышления, мировоззрения, обычаями, традициями. Содержание и результаты межкультурной коммуникации во многом зависят от преобладающих в какой-либо культуре ценностей, норм поведения, установок и т. д. Во взаимосвязи культуры и коммуникации происходит взаимное влияние друг на друга. В связи с этим туризм следует рассматривать не только как экономическую, но и как социокультурную систему, играющую ключевую роль в международном сотрудничестве и укреплении межкультурного мира.

Список литературы

1 Деловая межкультурная коммуникация: как специалистам и бизнес-партнёрам из разных стран общаться и правильно понимать друг друга : [сайт] – Нетология, 2011 – 2026 – URL: <https://netology.ru/blog/07-2024-cross-cultural-communication> (дата обращения: 10.03.2026).

2 Студенческий научный форум – 2017 : [сайт] – 2016 – 2026 Российская академия естествознания – URL:<https://scienceforum.ru/2017/article/2017031081> (дата обращения: 10.03.2026).

3 Арсланова, Э. Ф. Коммуникация в туризме / Э.Ф. Арсланова – Уфа, Россия: Журнал “Символ науки” 2025. – 134 с.

4 Михальчик, К. И. Некоторые аспекты межкультурной коммуникации в туристическом бизнесе (Беларусь – Турция) / К. И. Михальчик,

О. Солак // Теоретические и методологические аспекты коммуникации : сборник научных трудов кафедры межкультурной экономической коммуникации Белорусского государственного экономического университета. Вып. 3. – Минск : РИВШ, 2009. – С. 40–46.

5 Информационное агентство ТАСС : [сайт] – 03 октября 2025 – URL: <https://tass.ru/obshchestvo/24649907> (дата обращения: 10.03.2026).