Мошняга, Елена Викторовна. Концептное пространство межкультурной коммуникации в системе международного туризма : диссертация ... доктора философских наук : 09.00.13 / Мошняга Елена Викторовна; [Место защиты: Негосударственное некоммерческое образовательное учреждение Московский гуманитарный университет].- Москва, 2011.- 525 с.: ил. РГБ ОД, 71 13-9/14

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫМ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

05201250033

МОШНЯГА

Елена Викторовна

КОНЦЕПТНОЕ ПРОСТРАНСТВО

МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени

доктора философских наук

Специальность 09.00.13 - философская антропология,

философия культуры

Научный консультант - доктор философских наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации Вал. А. Луков

Морква - 2011

/

г

/

Стр.

ВВЕДЕНИЕ 3-29

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ТУРИЗМА 30-192

1.1. Социокультурные основания межкультурной коммуникации

в современном мире 30-71

1.2. Культурфилософские теории и концепции межкультурной

коммуникации 71-112

1.3. Межкультурная коммуникация как парадигма развития

современной системы туризма 112-153

1.4. Диалогичность межкультурной коммуникации: диалог

культур средствами туризма в политике мира и развития 153-192

ГЛАВА 2. КОНЦЕПТОСФЕРА ПРОСТРАНСТВА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА 193-291

2.1. Концепт, концептосфера, концептное пространство

в системе категорий философии культуры 193-231

2.2. Компонентный состав туристской концептосферы 232-264

2.3. Тенденции развития концептосферы международного туризма... 264-291

ГЛАВА 3. ДОМИНАНТНЫЕ КОНЦЕПТЫ ТУРИСТСКОГО ДИСКУРСА В ПРОСТРАНСТВЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ 292-398

3.1. Концепт идентичность и его концептные ряды в

туристской концептосистеме 292-328

3.2. Концепт аутентичность и его концептные ряды в

системе концептов международного туризма 328-370

3.3. Концепт этичность в кросскультурном туристском

дискурсе 370-398

ГЛАВА 4. ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 399-465

4.1. Межкультурная компетенция в подготовке кадров для

международного туризма 399-435

4.2. Концептуальная компонента межкультурной компетенции

специалиста в сфере туризма 436-465

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 466-473

Список использованных источников и литературы 474-516

Приложения 517-525

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате проведенного исследования, посвященного культурфило- софскому осмыслению и изучению концептного пространства межкультур­ной коммуникации в такой концептуализированной области социокультур­ной практики человечества, как туризм, включая выявление и систематиза­цию концептосферы международного туризма, мы пришли к следующим ос­новным выводам.

Благодаря стремительному росту и распространению информационных и коммуникационных технологий, повлекших за собой колоссальные изме­нения во всех сферах жизни общества, в конце XX - начале XXI вв. челове­чество вступило в новую эпоху своего развития. Наблюдаемый эффект про­странственно-временного сжатия доказывает правомерность прогнозов ка­надского философа и филолога прошлого века Маршалла Маклюэна о пре­вращении мира в «глобальную деревню». Однако указанный феномен сжатия пространства и времени не только ускоряет и в какой-то мере упрощает меж­культурные контакты в мире, привносит в практику новые виды и формы межкультурной коммуникации, но и приводит к пониманию необходимости переосмысления сложных процессов, происходящих при взаимодействии культур, и в частности, к осознанию, что культуры как семиотические систе­мы объединяют людей на локальном уровне, но разъединяют на глобальном. В этой связи представляются актуальными исследовательские работы, в ко­торых идентифицируются, регистрируются, осмысливаются, систематизиру­ются, категоризируются сущностные основы процессов межкультурной ком­муникации, к числу которых следует отнести формирование и развитие кон­цептосфер и концептных пространств в различных концептуализированных областях. В результате нашего теоретического исследования сформирована культурфилософская концепция концептного пространства межкультурной коммуникации в сфере туризма.

В работе межкультурная коммуникация в системе международного ту­ризма представлена как взаимодействие всех акторов туризма (индивидов, со­циальных общностей, организаций), складывающееся по поводу предоставле­ния услуг организаторами туризма и получения услуг путешествующими за пределами страны постоянного проживания, а также в связи с реализацией вне­экономических потребностей, интересов, жизненных планов индивидов и групп, которые осуществляются благодаря, в условиях и посредством сущест­вующей системы международного туризма.

Межкультурную коммуникацию применительно к сфере туризма мы рассматриваем как коммуникационную парадигму взаимодействия в системе международного туризма, парадигму развития туризма в глобальном контек­сте, инструмент формирования туристской среды, фактор развития турист­ского рынка, новых профилей туристов с новыми мотивациями и потребно­стями и, соответственно, с новыми моделями коммуникативного поведения. Мировое туристское пространство мыслится нами как пространственно­временной континуум, наполненный разнородными туристскими реалиями (объектами, предметами, явлениями, процессами, идеями, субъектами), в контексте которого путешественник реализует свои разнообразные когни­тивно-коммуникативные намерения. Глобальное туристское пространство одновременно концептуализируется как информационно-эмотивное и когни­тивно-коммуникативное поле реального и виртуального межкультурного взаимодействия участников туристского движения и акторов туристской дея­тельности.

Как мы показали в результате теоретического исследования, простран­ство межкультурной коммуникации в туризме, в котором туристские знания, идеи, инновации, ценности, правила, этикетные нормы, стандарты формиру­ются, закрепляются, поддерживаются, развиваются, транслируются синхрон­но и диахронно благодаря и посредством концептов туризма, выстроенных в виде системы концептов культуры и языка (или концептосферы) в такой спе­циальной области концептуализации, как туризм, осмысливается нами как концептное пространство.

Концепты создают туристскую реальность в ментальном мире челове­ка. Концепты туризма выступают как коды и знаки туристской культуры, ее культурные доминанты, опорные точки и ориентиры туристской картины мира. С помощью туристской концептосферы реализуются выделение, фраг­ментация и освоение туристской картины мира, т. е. перцепция, когниция, коммуникация (взаимообмен культурными смыслами). Посредством концеп­тосферы задается, параметрируется, категоризируется концептное простран­ство межкультурной коммуникации в системе туризма.

Целостность и иерархичность туристской концептосферы позволяет сделать вывод о сформированности самой системы туризма. Более того, мы полагаем, что в концептах туризма как носителях логических смыслов, обра­зов, ценностей, дискурсов заложены ресурсы выживания и развития самой системы туризма, ее адаптации к изменяющимся условиям. Иными словами, понятийная целостность, перцептивная образность, ценностная заряжен- ность, дискурсивный потенциал, а также системность и транслируемость концептов туризма формируют их функциональную роль в качестве опорных точек и параметров порядка системы туризма, перцептивно-когнитивных ориентиров в концептном туристском пространстве и базовых единиц меж­культурной коммуникации в его рамках.

Концептное пространство как пространство бытования концепта, его эволюции: зарождения, развития, отмирания или трансформации, осознается, осмысливается и интерпретируется участниками межкультурной коммуника­ции в туризме при непосредственном контакте с туристскими реалиями, стоящими за концептами и наполняющими их онтологическими, эпистемоло­гическими, аксиологическими смыслами, создающими их дискурсивный по­тенциал. В концептном пространстве межкультурной коммуникации как не­обходимом контексте интерпретации реализуется процесс их кодирования- декодирования.

Концептное пространство межкультурной туристской коммуникации находится под влиянием общемировых факторов современного развития: глобализации, постмодернизма и постиндустриализма, кардинально меняю­щих способы мировосприятия в целом, и туристскую картину мира, в част­ности.

Международный туризм, являясь одновременно глобальным феноме­ном и культурно-специфическим способом мировидения, открыл многим эт­носам, народам, странам, культурам туристскую картину мира и продолжает вовлекать в туристское пространство все новых и новых участников - пред­ставителей самых разных культур, тем самым, расширяя и трансформируя концептосферу международного туризма, и в целом, влияя на развитие кон­цептного пространства межкультурной коммуникации. Так, Россия, длитель­ное время находившаяся в изоляции от остального мира, начинает с ускоре­нием формировать свою туристскую картину мира, в том числе, через позна­ние, осмысление, освоение и включение в коммуникативную практику новых концептов, являющихся теми сгустками глобальной и локальных этнических культур, туристских отраслевых культур, постижение которых заполняет ла­куны в ментальном мире человека, в когнитивной базе индивида и лингво­культурного сообщества, которому он принадлежит, в его индивидуальной концептуальной и языковой картинах мира.

Глобализационные процессы во многом способствуют формированию общемировой системы туризма как глобальной системы разноплановых и разноуровневых коммуникаций, что выводит межкультурную коммуникацию на уровень системообразующего фактора развития глобального туристского пространства, придавая ей парадигмальный статус и характер. Межкультур­ная коммуникация является необходимой предпосылкой формирования, со­хранения и развития глобального туристского пространства. Посредством многопрофильной и многофункциональной межкультурной коммуникации, в том числе, вербальной, реализуемой на основе концептосферы международ­ного туризма, осуществляются все виды взаимодействия между элементами системы международного туризма. Межкультурная коммуникация задает и поддерживает параметры, принципы и нормы взаимодействия подсистем в общей системе туризма, выступая в качестве антропоцентрической коммуни­кационной парадигмы ее развития.

В диссертации концепты туризма дифференцируются нами как: 1) уни­версально-культурные, 2) национально-культурные, 3) универсальные тури­стско-отраслевые и 4) национальные туристско-отраслевые. Национально­культурные концепты подразделяются на: а) этнокультурные и б) социокуль­турные.

В диссертационном исследовании рассмотрены системообразующие и культурогенные концепты туризма, концепты-регулятивы и концепты- императивы, определяющие видение туристской картины мира, влияющие на осмысление характера и качества туристского опыта, программирующие мо­дели коммуникативного поведения, стереотипы и особенности межкультур­ной коммуникации. В работе дан анализ концептов-метафор и концептов- эвфемизмов, которые, по нашему убеждению, закладывают основу толерант­ности и своеобразного глобального «кодекса вежливости» в профессиональ­ной туристской коммуникации.

Детально проанализированы три ключевых концепта концептного пространства межкультурной туристской коммуникации, отражающих базо­вые универсальные ценности современного международного туризма: иден­тичность, аутентичность, этичность. Данные концепты видятся нами как центральные и опорные в формировании культуры туризма, как определяю­щие базовые ценности туризма как социокультурной практики человечества, как задающие вектор дальнейшего развития международного туризма и ту­ристской деятельности.

Концептосфера, вербализованная в концептах-терминах, представлена нами как своеобразный концептуарий-тезаурус и концептуарий- инструментарий межкультурной коммуникации в концептном туристском пространстве.

Применительно к сфере образования и профессиональной подготовки представляется очевидным, что в контексте глобализирующегося мульти­культурного и мультиязычного мира межкультурную коммуникацию в ту­ризме следует рассматривать уже не как узкую проблему овладения ино­странными языками специалистами туристской деятельности для поддержа­ния эффективности туристских обменов и карьерной успешности самих ту­ристских кадров, как это виделось совсем недавно. Межкультурная комму­никация ставит перед акторами глобализирующегося туристского простран­ства более широкие и сложные задачи, нежели изучение языков. Всей исто­рией межкультурных контактов доказано, что культурные барьеры представ­ляют для коммуникантов более серьезные препятствия, чем языковые барье­ры, и межкультурная компетенция как комплекс взаимосвязанных компонен­тов (языковой, коммуникативной, культурной и других компетенций) являет­ся социальной потребностью личности, обеспечивающей ей межкультурную адаптивность, и профессионально значимым качеством специалиста нового поколения, призванного действовать в условиях мультикультурной среды. В диссертации предлагается выделять в комплексе межкультурной компетен­ции концептуальную компетенцию, предполагающую знание, понимание, умение, способность и готовность эффективно интерпретировать образные, понятийные, ценностные смыслы концептов и адекватно оперировать в ком­муникации лингвокультурными и лингвокогнитивными концептами из об­щей для коммуникантов когнитивной базы, так как межкультурная коммуни­кация постоянно синхронно создает и воссоздает концепты, благодаря кото­рым она имеет смысл, предполагает взаимодействие концептосфер разных культур, и любой дискурс строится на концептах, несущих основные сооб­разные ему смыслы.

Концептуальная компетенция представляется базовой и основопола­гающей компонентой всего комплекса межкультурной компетенции, без формирования которой эффективное овладение культурной, языковой и коммуникативной компетенциями недостижимо. Обладание концептуальной компетенцией обеспечивает достижение межкультурного взаимопонимания.

В диссертационном исследовании показано, что межкультурная ком­муникация в системе туризма и туристский дискурс как процесс и результат создания текста (в широком смысле) не только помогают понять природу, сущность, структуру и систему туризма, но и сами участвуют в конструиро­вании туризма как социального феномена, глобальной культурной практики человечества, а также формируют профили туристов, их коммуникативное поведение и ценностные установки.

Динамика туризма, открытость системы туризма внешним влияниям, тенденции глобализации, постмодернизма и постиндустриализма, охватив­шие культуру туризма (и туризм как значимый фрагмент культуры) позволя­ют прогнозировать дальнейшее развитие концептного туристского простран­ства с формированием новых концептов, отражающих новые туристские реа­лии, дискурсивные практики, ценности, модели отношений и паттерны ком­муникативного поведения.

Изучение концептного пространства межкультурной коммуникации в туризме открывает пути к проникновению в сущность и к более глубокому пониманию феномена туризма, затрагивающего жизни и окружение миллио­нов людей на планете. Дальнейшие исследования концептного пространства могут касаться вопросов его социального конструирования и культурфило- софской интерпретации в новых условиях развития, а также проблем онтоло­гии, эпистемологии, аксиологии, коммуникативистики и педагогической практики.

Результаты диссертационной работы могут найти применение как в новых культурфилософских исследованиях феномена туризма, туристской концептосферы и концептного когнитивно-коммуникативного пространства туризма, сущностных основ и специфических особенностей межкультурной коммуникации в туристском пространстве, так и в учебном процессе, обес­печивающем межкультурную подготовку кадров для туристской деятельно­сти, концептологов и менеджеров туризма, включая межкультурные тренин­ги для различных целевых аудиторий, в подготовке специалистов в области культуры, языков и коммуникации.

В свете современного компетентностного подхода к подготовке спе­циалистов выделение в диссертации концептуальной компетенции в общем комплексе межкультурной компетенции может расширить перечень необхо­димых специалистам сферы туризма компетенций, но главное - привлечь внимание работников туристского образования, преподавательского корпуса к пониманию значимости концептуальной компетенции как основы форми­рования культурной, языковой и коммуникативной.

В контексте модернизации российского образования и перехода выс­шего профессионального туристского образования к двухуровневой системе (бакалавриат - магистратура), а также с учетом существующей в системе ту­ристского образования концепции, рассматривающей подготовку магистров как концептологов туризма, туристские концепты могут быть представлены в магистерских программах в качестве базовых дидактических единиц про­фильных учебных дисциплин. Для магистров-концептологов туризма куль- турфилософское осмысление феномена туризма, включающее овладение его концептосистемой, знание особенностей формирования и эволюции концеп­тов, оперирование концептами как инструментами научно­исследовательской, творческой, управленческой, маркетинговой деятельно­сти профессионально значимы и закладывают основу их дальнейшего про­фессионального роста и развития. При этом необходимо учитывать, что меж­культурная коммуникация сама выступает важнейшим инструментом изуче­ния и познания туризма как метатекста и интертекста, его концептосферы, в частности, через исследование кросскультурных туристских дискурсивных практик, и может в дальнейшем использоваться как исследовательский инст­румент концептологии, концепт-философии и культурфилософии туризма.