

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію **КРАСОВСЬКОГО СЕРГІЯ ОЛЕКСАНДРОВИЧА «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»**, подану на здобуття наукового ступеня кандидата культурології за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури

Питання, які наразі постають у взаєминах між націями і державами, потребують пошуку більш досконалих засобів вирішення конфліктних ситуацій, що виникають. І саме дослідження міжнародного туризму як соціокультурного явища дає змогу оцінити внесок цієї соціальної інституції для взаєморозуміння між представниками різних культур і народів. Особливо актуальні такі дослідження для країн постсоціалістичного простору, які хоч і є відкритими для «спілкування», проте населення таких держав і досі залишається дещо забобонним у деяких питаннях, що стосуються різних соціумів та культур сучасного світу. І саме розвиток міжнародного туризму, як специфічної сфери діяльності, що поєднує в собі зокрема економічну, географічну, етнографічну, історичну, релігійну та культурну складові, дає змогу формувати позитивний імідж країн та їх населення на світовій арені.

Ознайомлення зі змістом дисертації, основними публікаціями та авторефератом дає підстави визнати, що мету дослідження виконано. Це знайшло відображення в основних положеннях роботи, які сформульовані автором особисто і характеризуються певною науковою новизною.

Зокрема, у дисертації вперше: систематизовано сукупність соціокультурних чинників та їх вплив на особливості крос-культурної комунікації та міжнародного туризму; обґрунтовано роль міжнародного туризму в формуванні міжкультурної компетентності, яка апелює до прерогативи здобуття відповідної професійної освіти, розвитку крос-культурності та набуття навичок генерації принципово нових ідей, орієнтованих на продуктивну комунікацію між культурами; сформульовано основні напрями соціокультурної адаптації і формування у туристів індивідуально-психологічних якостей, необхідних для попередження і вирішення конфліктів у крос-культурній взаємодії.

Автором також удосконалено: зміст поняття міжнародного туризму як соціокультурного явища; визначення крос-культурної комунікації у туризмі з урахуванням мікрорівневих культурантропологічних позицій; методологічний інструментарій культурологічної рефлексії міжнародного туризму. Крім того, дістали подальшого розвитку: теоретико-концептуальні позиції реалізації комунікативних можливостей міжнародного туризму як народної дипломатії та засобу формування іміджу та бренда України як розвиненої туристичної дестинації та відкритої для міжкультурної взаємодії країни; уявлення про специфіку впливу реалій сучасного постмодерного

світу на людину (*Homo viator*) та формування різновидів міжнародного туризму.

Таким чином, змістовне наповнення пунктів наукової новизни дійсно має фундаментальне теоретичне та практичне значення для вивчення міжнародного туризму для всіх споріднених з нею за об'єктом наукової уваги напрямів наукової думки.

У Розділі 1 «Ступінь наукового розроблення та джерельна база дослідження» висвітлено ступінь розробленості теми, подано джерельну базу і методологічні засади дослідження. Аналіз наукової праці підтверджує обізнаність дисертанта у багатовекторному підході до вивчення туризму, окресленому попередниками – вітчизняними і зарубіжними науковцями, а також вміння критично підходити до їх думок, оцінок тощо.

Основою до вивчення туризму як соціокультурного феномена у дисертації Красовського С. О. стали напрацювання філософів і соціологів М. Епштейна, Й. Гейзінги, А. Швейцера та ін. Культурологічний підхід у контексті культурних трансформацій застосовано у працях М. Соколової, Дж. Уррі, В. Андерсен та ін. Важливими є дослідження соціальної культури, знакових текстів культури, дестинацій, регіонології, філософії і різновидів туризму, сфери послуг, брендингу тощо (С. Безклубенко, Л. Карпова, Д. Стеченко). Культурному туризму, гостинності, комунікативній культурі присвячені праці українських науковців Г. Гарбар, В. Русавська. Питання крос-культурної комунікації розробляли зарубіжні дослідники Р. Портер, Л. Самовар; крос-культурних відмінностей – Е. Хірш, Я. Трефіл; міжкультурного діалогу і конфліктів, опозиції «свій-чужий», соціокультурної адаптації туристів – М. Бубер, Е. Левінас.

Досліджено також ряд міжнародних документів: Хартія туризму, Глобальний етичний кодекс туризму, Манільська декларація зі світового туризму, Гаазька декларація з туризму, Міжнародні рекомендації по статистиці туризму та ін.

У Розділі 2 «Теоретико-методологічні засади дослідження міжнародного туризму і крос-культурної комунікації» автором систематизовано основні методологічні підходи та теоретичні поняття наукової концептуалізації туризму та крос-культурної комунікації як феноменів сучасності.

Зокрема, автором досліджено, що у сучасних визначеннях туризму з'явилися його розмежування за різними сферами. Так до наукового обігу дедалі щільніше входить поняття культурного туризму. Діапазон суджень про туризм, його роль і значення в житті людини розширюється у бік соціогуманітаристики, з'явилися такі поняття, як міжнародний туризм, соціальна, культурна та освітня сфери, комунікація, міжнародні відносини, відпочинок. І все це поряд з економічним і управлінським підходами, які фактично ще домінують сьогодні.

Водночас автор слушно констатує про недостатню артикуляцію соціокультурної сутності туризму, зокрема міжнародного, в українській гуманітаристиці.

Для дослідження туризму в контексті соціокультурної методології було застосовано структурно-функціональний підхід, який дав змогу розглянути його як системне явище з взаємозалежними складниками, які його утворюють, визначають спрямування потенційних можливостей. Зроблено узагальнюючі висновки щодо основних функцій туризму як соціокультурного феномена, зокрема, це сприяння зацікавленості до вивчення іноземних мов, культурно-цивілізаційних особливостей інших народів та можливість безпосередньо доторкнутися до матеріальних і духовних надбань різних культур.

У підрозділі 2.2. «Крос-культурна комунікація як феномен сучасності» розглядаються особливості крос-культурної комунікації на сучасному етапі суспільного розвитку. Дослідником зазначено, що одним з ключових елементів усіх складових простору глобального інформаційного суспільства (освіти, науки, туризму, бізнесу) стала крос-культурна комунікація, яка водночас є чинником формування глобального інформаційно-комунікативного простору.

Автором ретельно опрацьований термін «крос-культурний» і зазначено, що ключовими для його оцінки є два поняття – культура і комунікація, а тому саме їх взаємозв'язок і становить предметне поле досліджень даного напрямку.

Визначним для розуміння крос-культурної комунікації, згідно з Красовським С. О., є розуміння того, що вона є способом взаємодії між представниками різних культур, національностей, світоглядів, релігій, у результаті якої відбувається обмін інформацією з метою налагодження різноманітних контактів та пошуку взаєморозуміння для досягнення конкретних цілей. Дослідження туризму і крос-культурної комунікації з урахуванням соціокультурного підходу робить можливим поєднання теоретико-методологічних положень різних галузей наукового знання для цілісного вивчення цих міждисциплінарних феноменів.

У Розділі 3 «Міжнародний туризм і крос-культурна комунікація: точки перетину» досліджуються феномени, які виникають під час крос-культурної комунікації в туризмі.

У підрозділі 3.1. «Особливості крос-культурної комунікації у міжнародному туризмі: сутність, чинники, основні етапи» охарактеризовано сутність й особливості крос-культурної взаємодії у міжнародному туризмі.

Слушно вказано, що в епоху віртуальної реальності, крос-культурна комунікація в туризмі стає підставою не лише для обміну цінностями і досвідом між різними культурними світами, а й підґрунтям їх взаємодії, невід'ємною ознакою і головним принципом міжнародної туристської діяльності. Важливим для розуміння особливостей крос-культурної комунікації у міжнародному туризмі стало детальне опрацювання автором праці української дослідниці Е. Слободенюк, в якій виокремлено три етапи комунікативного процесу (до подорожі, під час подорожі, після подорожі).

У підрозділі 3.2. «Міжнародний туризм і процеси культурної інтеграції та ідентифікації» акцентується увага на інтеграції, збереженні самобутності та національно-культурної ідентичності під час подорожей.

Міжнародний туризм, який володіє значним комунікативним потенціалом, виступає засобом інтеграції між народами та їх культурами та сприяє поглибленню процесів ідентифікації та самобутності. За рахунок безпосереднього контакту і порівняння себе з представником іншої соціокультурної системи у туриста відбувається не тільки пізнання нового (іншого), а й культурне та соціальне самопізнання, інтеграція у мультикультурне співтовариство зі збереженням національних традицій і відтворенням неповторної ментальної самобутності.

У підрозділі 3.3. «Діалог культур як провідна функція міжнародного туризму» обґрунтовується здатність міжнародного туризму відгравати вагомую роль в інтеракції культур.

Автор зазначає, що сучасний глобалізований світ важко уявити без безпосередньої взаємодії представників різних культур, і саме за посередництва міжнародного туризму відбувається така форма спілкування, яка формує підґрунтя діалогу культур, який, у свою чергу, що створює нову соціокультурну реальність, в якій поєднуються етноціональні традиції різних соціальних спільнот, стираються кордони між особливостями їх побутування.

У Розділі 4 «Комунікативні можливості міжнародного туризму: основні напрями реалізації» визначено засади та умови практичного використання комунікативного потенціалу міжнародного туризму в різних соціокультурних практиках.

У підрозділі 4.1. «Роль міжнародного туризму в формуванні міжкультурної компетентності» розкрито значення міжнародного туризму для формування міжкультурної компетентності.

Автором детально опрацьовано поняття «міжкультурна компетентність» та визначено, що у межах української науки воно представлене переважно педагогічними напрацюваннями. А між тим, це складне утворення, що передбачає комплекс знань не лише про інші культури, а й про рідну, до якої також входить широкий набір відповідних вмінь та навичок їх практичного застосування. Відтак, запорукою міжкультурної компетентності є особистісні якості та практичний досвід взаємодії з представниками інших культурних систем.

Красовським С. О. здійснено аналіз Developmental Model of Intercultural Sensitivity («Моделі розвитку міжкультурної чутливості») Мілтона Беннета. Перевага якої – у розкритті етапів поступового розуміння і засвоєння іншої культури з акцентом на емпатійно-чуттєвому сприйнятті культурних особливостей, на усвідомленні й врахуванні яких і має вибудовуватися ефективна крос-культурна комунікація.

Аналіз умов, методів і засобів формування міжкультурної компетентності дав дисертанту змогу виокремити одну з ключових позицій, яка передбачає безпосереднє занурення у культуру іншого народу, практичний досвід спілкування і діяльності, реальну взаємодію із

представниками інших культур у різних умовах і ситуаціях, тобто, якщо говорити про власне навчання міжкультурній компетенції, – навчально-освітню практику. Без сумніву, якнайкраще це можна реалізувати у процесі відвідування інших країн, безпосереднього занурення в інше культурне середовище, на що й звертає увагу Красовський С. О.

У підрозділі 4.2. «Міжнародний туризм і міжкультурна комунікація: освіта майбутнього» визначено основні тенденції у сучасній освіті, спрямовані на удосконалення навичок міжкультурної взаємодії. зокрема, дисертантом слушно зауважено, що сучасна якісна освіта, зокрема в туристичній сфері, повинна бути адекватною сучасному суспільству та його викликам і передбачати фундаментальні знання, високі професійні та базисні компетенції, перелік яких останніми роками суттєво змінився і розширився, зумовлюючи трансформацію існуючих і творення нових комплексних спеціальностей і напрямів підготовки.

Наразі освітня програма «International communications», зорієнтована на підготовку фахівців у сфері туризму, журналістики, міжнародних відносин та лінгвістики, є важливим компонентом освіти в інформаційному мультикультурному суспільстві, як навчальна дисципліна «міжкультурна комунікація» вже викладається у багатьох університетах США, країн Європи.

У підрозділі 4.3. «Міжнародний туризм як «народна дипломатія»: формування позитивного іміджу та бренда України» розкрито сутність міжнародного туризму як засобу «народної дипломатії», з'ясовано його роль у процесі формування іміджу та бренда нашої країни. Проаналізовано важливу роль міжнародного туризму у формуванні позитивної і плідної комунікації між представниками різних культур, водночас така комунікація насамперед ґрунтується на позитивному образі й іміджі країни та на відповідному бренді, зокрема як привабливої для туристів дестинації.

Не можна не погодитись з оцінкою Красовського С. О., що Україна має вигідні ресурси та потенційні можливості не лише для розвитку туризму, зокрема міжнародного, а й для формування образу та бренда як регіону, багатого привабливими для туристів місцями. При цьому туризму не приділяється в нашій країні належної уваги: не здійснюються системні дослідження його можливостей та статистичний облік потенційно привабливих у туристському відношенні об'єктів. Крім того, культурна спадщина не рекламується достатньою мірою на внутрішньому і зовнішньому ринках. Позаяк в'їзний міжнародний туризм – це чинник, який насамперед формує уявлення про нашу країну серед іноземців, а виїзний туризм, у свою чергу, – у наших громадян про інші країни.

Висновки дослідження Красовського С. О. є чіткими та вагомими, сформульованими відповідно до поставлених завдань та результатів здійсненого дослідження.

Основні положення, наукові результати та висновки дослідження висвітлені в 11 одноосібних публікаціях, 5 з яких опубліковано у фахових виданнях, затверджених МОН України, 1 – у виданні, внесеному до міжнародних наукометричних баз, 5 – праці апробаційного характеру.

Обсяг друкованих робіт та їх кількість відповідають вимогам МОН України щодо публікації основного змісту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата культурології. Загалом, слід зазначити, що дисертація є завершеною науковою роботою, в якій отримано нові наукові результати, що мають теоретичне та практичне значення.

Оцінюючи в цілому позитивно кандидатську дисертацію Красовського Сергія Олександровича, слід зробити окремі зауваження, які дисертант зможе виправити у своїй подальшій науковій роботі:

1. Дисертант оминув увагою такий важливий елемент сучасного міжнародного туризму, як анімація. Втім саме анімація є своєрідною формою реклами, створення позитивного іміджу відповідної дестинації. У практиці туристичного обслуговування йдеться про такі види анімації, як анімація через спілкування (задовольняє потреби особистості у спілкуванні з новими, цікавими людьми) та культурна анімація (задовольняє потребу в духовному розвитку особи через залучення до культурно-історичних пам'яток і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації). І саме напрацювання таких заходів може стати у нагоді при створенні відповідних програм розвитку і просування бранда нашої держави.

2. У підрозділі 3.3. «Діалог культур як провідна функція міжнародного туризму» автору варто звернути більшу увагу на «полілог культур» у міжнародному туризмі. Подорож до будь-якої з країн світу дає змогу доторкнутися не лише до культури країни відвідування, а й для спілкування з туристами, представниками третіх країн, що у свою чергу може стати базою для взаєморозуміння між народами та культурами.

3. У підрозділі 4.2. «Міжнародний туризм і міжкультурна комунікація: освіта майбутнього» автор наводить приклади освітніх програм різних країн, переважно для освітнього рівня «магістр» та їх актуальності для нашої держави. Втім сучасна практика роботи туристичних підприємств свідчить про необхідність впровадження подібних програм і дисциплін для фахівців-практиків, які часто «не вміють» пояснити туристові особливості правил перебування в іншій державі (політичні, культурні, релігійні та ін.) перед початком поїздки, або навіть купівлею турподорожі. Туристичні фірми вважають, що можуть за кілька практичних семінарів самостійно навчити будь-кого роботи менеджера з туризму, а потім вимушені закривати підприємства через брак клієнтів. Тому доцільніше розробити і запровадити програми з крос-культурної комунікації для освітнього рівня «бакалавр», оскільки саме такі фахівці працюють (комунікують) з туристами.

4. Дисертація має окремі недоліки редакційного характеру.

Висловлені зауваження мають характер побажань і не применшують актуальності, новизни та наукової цінності роботи.

Робота С.А. Красовського достатньо апробована у формі публікацій у фахових виданнях, і у виступах на наукових конференціях різних рівнів. Автореферат дисертації та публікації за її темою відображають зміст дослідження та відповідають вимогам МОН України до кандидатських

дисертацій. Матеріали дисертації можуть знайти застосування у освітній та організаційній діяльності.

Отже, дисертація «Міжнародний туризм як чинник крос-культурної комунікації» має завершений, цілісний, авторський характер, відповідає вимогам «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», а її автор – Красовський Сергій Олександрович – заслуговує на присудження йому наукового ступеня кандидата культурології за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури (культурологія).

Офіційний опонент:
кандидат культурології,
декан Відокремленого підрозділу
«Львівський факультет менеджменту
і бізнесу Київського університету
культури» Приватного
вищого навчального закладу
«Київський університет культури»

І.М. Голубець

Людмила М.



М.В. Сиромаченко