

http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/3/Lukov_Street-Theater/. – Дата доступа : 07.03.2016.

3. История западноевропейского театра: В 8 т. / под ред. С.С. Мокульского и др. М. : Наука, 1955–1988. – 8 т. – 476 с.

4. Культпросвет [Электронный ресурс]. – Интернет-журнал о театре и синтетических видах искусства. – Режим доступа : http://kultprosvet.by/istoriya/xronika/pokolenie_ulicz . – Дата доступа : 10.03.2016.

5. Энциклопедия «Кругосвет» [Электронный ресурс]. – Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия. – Режим доступа : http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/teatr_i_kino/. – Дата доступа : 10.03.2016.

Курец П.В., студ. 102 б гр.

Научный руководитель – Мармыш Т.М.

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

В современном мире туризм является одним из перспективных сегментов экономики. Согласно предположениям экспертов, объем туристов будет увеличиваться каждый год, а к 2020 г. составит 1,6 млрд. международных туристических посещений [2]. Среди наиболее значимых факторов, способствующих функционированию рынка туристических путешествий, можно назвать увеличение доходов и количества свободного времени современного человека, развитие транспортного сообщения. Кроме того, неоспоримым аспектом является глобализация и ее психологическое воздействие, сопровождающееся появлением мотивации

к расширению собственных горизонтов и познанию ранее неизвестного, тяга к смене видов деятельности и контекста повседневности.

При всех безусловных положительных сторонах туризма, все же, следует отметить наличие некоторых опасностей, связанных с исчерпаемостью и относительной хрупкостью ресурсов, на которые данная деятельность опирается. Природное и культурное наследие, и, непосредственно, сами люди, задействованные в индустрии туризма, являются уязвимыми и требуют сбалансированного и деликатного подхода. В определении сущности туризма, классифицируемого как сфера услуг, прежде всего, важно взаимодействие, находящееся в плоскости межсубъектной коммуникации, поскольку туризм, как на уровне формирования и приобретения туристической услуги, так и на уровне ее реализации и потребления предполагает коммуникацию, что в равной степени относится и к туроператору (турагенту) и к потребителю.

Единого исчерпывающего определения термину «туризм» не существует. Многие из предлагаемых дефиниций сводятся к пониманию туризма как разновидности путешествий, охватывающих круг лиц, путешествующих и пребывающих в местах, находящихся за пределами их обычной среды, с различными целями на протяжении более одних суток.

Существует множество видов туризма, которые характеризуются на основании цели, побудившей человека отправиться в ту или иную поездку: деловой, религиозный, оздоровительный, спортивный, экологический, приключенческий, этнический, событийный, атомный, космический, «черный» туризм и д.р.

Говоря о туризме, нельзя ни подчеркнуть его социальную и гуманитарную значимость для общества. Социальный аспект раскрывается в психоэмоциональной и физической разгрузке, которую личность получает, оказавшись в другой среде, изменив, хоть и на некоторое время,

образ жизни и совершая непривычные действия. Туризм как индустрия влияет на общество через создание трудовых мест, встраиваемость в структуру свободного времени человека. Гуманитарная значимость туризма заключается в его познавательном содержании, включающем контакты с жизнью, историей, бытом, традициями различных народов. Гуманитарный аспект туристской деятельности интеллектуально и эмоционально обогащает, служит элементом конструирования картины мира, содействует взаимопониманию народов, укрепляет международные отношения. В данном отношении особое внимание заслуживает такой вид туризма, как «культурный туризм», который в Хартии по культурному туризму (1976 г.) определен как туризм с целью ознакомления с памятниками и достопримечательными местами [3]. В центре внимания культурного туризма находится культурная среда или культурный ландшафт, соединяющий в себе природу (парки, сады, наследие водной стихии) и культуру. Последняя включает материальное наследие (памятники архитектуры, археологии) и нематериальные культурные практики (обряды и ритуалы, традиционные ремесла и исполнительские искусства, верования). Важно, чтобы этот основной ресурс культурного туризма постоянно поддерживался и сохранялся. Проведения охранных мероприятий, направленных на наследие в рамках страны может привести к интенсификации туристического потока, и, как следствие, экономическому росту.

Принято выделять шесть основных видов культурного туризма, формирующих представление человека о стране, по которой он путешествует:

- Туризм для знакомства с искусством и литературой (творчество деятелей искусства, литературы, театров, кино; мотив у этого подвида туризма – познавательный и торговый).

- Исторический туризм (памятники цивилизации и социальной культуры, древние города, руины, а также памятники военной культуры (места битв, крепости); мотив – познавательный).
- Архитектурный туризм (архитектурные ансамбли, дворцовые комплексы, мавзолеи, башни, замки; мотив – познавательный)
- Туризм садово-паркового искусства (сады, парки, озеленяемые территории; мотив – ознакомительный и лечебный).
- Туризм городской среды (ландшафтно-планировочная структура и застройка города, мотив – любование).
- Музейный туризм (музеи, выставки, презентации, мотив удовольствия и знаний) [4].

Культурный туризм имеет ярко выраженный коммуникативный ресурс. Взаимодействие между культурами – неотъемлемая часть и сущностная составляющая динамики культурного-исторического процесса. Так, например, не случайно, что первые путешествия (в современном понимании данного слова) по территории Беларуси совершали не только отечественные деятели культуры, но и иностранцы.

Путешествия способствуют формированию культурной толерантности, взаимопониманию между представителями различных культур. Туризм – это диалог культур на основе обмена ценностями; морально-психологическая опора межкультурного сотрудничества. При этом межкультурную коммуникацию следует понимать максимально широко как форму взаимодействия людей и механизм взаимообогащения культур с целью их формирования их собственных идентичностей, поскольку, согласно философу М. Бахтину «культура есть там, где есть две (как минимум) культуры, и что самосознание культуры есть форма её бытия на грани с иной культурой» [1, с. 85].

Реализации коммуникативного потенциала туристской деятельности может препятствовать языковой барьер, разность менталитетов, настороженность, неуважение либо даже враждебность по отношению к представителям других культур, отсутствие единого мировоззрения и понимания равного статуса всех культур, признания культурного разнообразия мира.

Названные факторы преодолимы через целенаправленный образовательный процесс, который включает в себя следующее:

✓ Общее ознакомление с культурой определенной страны с целью осознания и принятия факторов, делающих образ этой страны уникальным и отличимым, сказываются на успешной коммуникации с представителями данной страны.

✓ Поиск возможностей приобрести опыт межкультурного взаимодействия, который может осуществляться при общении с носителями других культур в своей стране (участие в волонтерских и образовательных проектах, членство в международных организациях, в том числе, – НГО).

✓ Языковая подготовка: обязательное изучение, совершенствование и практика языковых компетенций (чтение книг, просмотр фильмов, беседы с носителем этого языка); накопление всех языковых навыков и их использование при любой возможности.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современном мире культурный туризм разворачивается в качестве многопланового социокультурного явления. При путешествии человек окунается в мир материальной и нематериальной культуры той или иной страны, тем самым, вступает в коммуникативный процесс, встречает новых людей, общается с ними, обменивается информацией. Благодаря туризму люди могут убедиться в культурном разнообразии и, в тоже время, в единстве

современного мира. Распространение подобных знаний необходимо для такого принципиального навыка, как «умение жить вместе» в равном достоинстве.

1. Библер, В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика и культура / В.С. Библер. – М. : Прогресс, 1991. – 176 с.

2. Прогнозы развития мирового туризма // Вокруг света [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vokrug-sveta.com.ua/kifiyak-prognozu-razvitiya-mirovogo-turizma>. – Дата доступа : 08.02.2016.

3. Хартии по культурному туризму // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/901756983>. – Дата доступа : 13.03.2016.

4. Циншен, В. Историко-культурный туризм и развитие туристических городов / В. Циншен // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 35. – С. 11–15.

Курчич Е.В., студ. 516 а(с) гр.

Научный руководитель – Шедова Е.В.

**ТВОРЧЕСТВО ИРИНЫ ДОРОФЕЕВОЙ КАК ЯРКОГО
ПРЕДСТАВИТЕЛЯ БЕЛОРУССКОГО ЭСТРАДНОГО
ВОКАЛЬНОГО ИСКУССТВА КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI В.**

Ирина Дорофеева, певица, актриса, телеведущая, заслуженная артистка Республики Беларусь, заведующий кафедрой искусства эстрады Белорусского государственного университета культуры и искусства,