

REFERENCES

1. Gibadullin, I.G. (2005), *Management of training process in system of long-term training of biathlonists*, Publishing house of IzhGTU, Izhevsk.
2. Dunayev, K.S. (2007), *Technology of target physical training of highly skilled biathlonists: monograph*, Olympus of SPb., St. Petersburg.
3. Zelensky, A.V. and Zelensky, A.V. (2017), "Modelling of training process in biathlon by means of artificial intelligence", *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, Vol. 144, No. 2, pp. 66-71.
4. Zrybnev, N. A. (2016), "One of the directions of increase in effectiveness of firing of a prone position in biathlon", *Perspective directions in the field of physical culture, sport and tourism: Material VI of the All-Russian scientific and practical conference with the international participation (Nizhnevartovsk, on March 17-18, 2016.)*, pp. 185-186.
5. Kruglov, V.V. and Borisov, V.V. (2001), *Artificial neural networks. Theory and practice*, publishing house Hot line-Telecom, Moscow.
6. Levin, S.V. (2011), "Technique of development of special high-speed and power endurance of junior biathlonists in the preparatory period", *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, Vol. 82, No. 12, pp. 93-97.
7. Matveev, L.P. (1977), *Bases of a sports training*, Physical culture and sport, Moscow.
8. Paklin, N.B. and Oreshkov V.I. (2013), *Business of the analyst: from data to knowledge*, Peter, St. Petersburg.

Контактная информация: biatlon.05@mail.ru

Статья поступила в редакцию 18.05.2017

УДК 379.85

ЭТНОЦЕНТРИЗМ И БАРЬЕРЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИЗМЕ

*Асомиддин Исмаилович Исмаилов, кандидат педагогических наук, профессор,
Павел Петрович Григорьев, соискатель,*

*Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК), Москва*

Аннотация

В статье представлены результаты исследования, связанные с деятельностью туристских фирм, осуществляющих работу во внутреннем и внешнем рынке туристских услуг. Исследованы некоторые формы проявления этноцентризма, которые существенно влияют на межкультурные коммуникации и создают определенные барьеры, оказывающие положительное и отрицательное влияние на развитие туристского рынка.

Результаты исследования могут быть использованы при подготовке специалистов по туризму в образовательных учреждениях.

Ключевые слова: межкультурные коммуникации, этноцентризм и формы их проявления, компетенции, разновидности барьеров.

ETHNOCENTRISM AND BARRIERS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TOURISM

*Asomiddin Ismailovich Ismailov, the candidate of pedagogical sciences, professor,
Pavel Petrovich Grigoriev, the competitor,*

Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, Moscow

Annotation

The article presents the results of research related to the activities of tourist firms that work both in the internal and external market of tourist services. Some forms of manifestation of ethnocentrism that significantly influence intercultural communications and create certain barriers are investigated as factors

that have a positive and negative impact on the development of the tourist market. The results of the research can be used in the training of tourism specialists in educational institutions.

Keywords: intercultural communications, ethnocentrism and forms of their manifestation, competences, types of barriers.

Современные условия развития рыночной экономики усиливают конкуренцию работников на рынке туристской индустрии, где востребованным становится профессионально мобильный, инициативный, ответственный работник, способный планировать, организовывать и контролировать свою работу и налаживать межкультурную коммуникацию в процессе профессиональной деятельности, как во внутреннем, так и в выездном туризме.

На наш взгляд, межкультурная коммуникация – это информационное взаимодействие различных культур в процессе и в результате различных контактов между представителями этнических групп. Анализ литературы показывает, что этноцентризм это предпочтение своей этнической группы, проявляющееся в восприятии и оценке жизненных явлений сквозь призму ее традиций и ценностей, основными показателями которой являются: восприятие элементов своей культуры как “естественных” и “правильных”, а элементов других культур как “неестественных” и “неправильных”; рассмотрение традиций и обычаев, свойственные своей группе в качестве универсальных; оценка норм, ролей и ценностей своей группы как неоспоримо правильных; представление о том, что для человека естественно сотрудничать с членами своей группы, оказывать им помощь, предпочитать свою группу, гордиться ею и не доверять и даже враждовать с членами других социальных групп [1].

Одновременно следует обратить внимание на то, что существуют определенные факторы, связанные с возникновением условий для проявления этноцентризма в виде барьеров, к числу которых относятся: языковой, культурный, конфессиональный, политический, экономический [2].

Поляризация культурных систем и их разделение в современном обществе непосредственно и косвенно оказывают воздействие на распространение этноцентризма в туризме, в котором свойственны такие типы коммуникации как: межличностные, межгрупповые и интергрупповые, которые предусматривают различные способы передачи информационного взаимодействия, начиная от вербального до паравербального при контакте с представителями различных этнонациональных групп.

Современная система подготовки специалистов по туризму, которая реализуется в утвержденных образовательных программах, не предусматривают учебные дисциплины, которые должны передать будущему специалисту необходимые знания по межкультурным коммуникациям. Проведенный нами контент-анализ показывает, что во многих образовательных программах имеют место отдельные спецкурсы и дисциплины по деловому общению и этикету, которые отражают лишь некоторые вопросы, связанные с коммуникацией между субъектами туристской деятельности. Это в свою очередь сказывается на несформированности у выпускников необходимых профессиональных компетенций и умений, знаний, навыков, обеспечивающих выполнение функциональных обязанностей на практике.

Актуальность проблемы связана с тем, что, несмотря на модернизацию образования, подготовка специалистов туризма продолжает отставать от требований профильного сегмента рынка труда и имеющейся динамики развития отрасли и без учета субъективных и объективных факторов межкультурной коммуникации.

Цель данного исследования – влияние этноцентризма как фактора межкультурной коммуникации на качество развития внутреннего и выездного туризма. В качестве основных задач выступают:

1) определение сущности и структуры этноцентризма и формы их проявления в межкультурных коммуникациях в туризме;

2) выявление мнения экспертов об отношении этносов различных стран к российским туристам.

Методы исследования – анализ литературных источников, контент-анализ, метод экспертных оценок.

Гипотеза исследования – предположение о том, что степень проявления этноцентризма зависит от уровня знаний специалистов и информированности туристов о культуре, ценностях, социальных нормах, выезжающих в различные страны, а также от объективных, субъективных факторов и условий туристской деятельности.

Для решения поставленных задач нами был проведен экспертный опрос специалистов, сотрудников туристических компаний различных стран и руководителей российских турфирм для выявления барьеров, оказывающих как позитивное, так и негативное воздействие на взаимоотношения между туристами и сотрудниками турфирм. Для выявления отношений, возникающих между субъектами туристской деятельности, были определены виды проявления этноцентризма и барьеры межкультурной коммуникации, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Барьеры и их проявления при выездном туризме (n=57)

Страны	Языковой барьер	Культурный барьер	Конфессиональный барьер	Политический барьер	Экономический барьер	$\bar{x}$
Турция	3,2	2,5	2,1	3,0	3,2	2,8
Франция	2,5	2,6	3,0	2,7	2,5	2,34
Греция	3,1	4,0	4,0	3,2	3,0	3,46
США	2,0	2,3	3,4	1,3	2,5	2,3
Таиланд	3,4	3,2	3,0	3,1	3,0	3,14
Китай	3,2	2,2	3,4	3,0	2,6	2,88
ОАЭ	2,4	1,4	1,8	1,9	2,0	1,9
Германия	2,1	2,5	3,0	2,5	2,6	2,54

х/ Шкала 1→4, где негативный барьер оценивался в 1 балл, нейтральное отношение в 2 балла, безразличное отношение в 3 балла, положительное отношение в 4 балла.

В результате опроса экспертов из стран, где этногруппы наиболее позитивно относятся к российским туристам, оказались Греция и Таиланд, в свою очередь в США и в ОАЭ к нашим туристам относятся негативно. Следует отметить, что негативное отношение представителей ОАЭ к туристам из России, связано со следующими причинами: во-первых большинство сотрудников туристических компаний являются наемными работниками из других восточных стран, во-вторых, как представители восточных культур и религий, они очень строго оценивают действия и поведение наших туристов через призму собственных культурных ценностей, в-третьих не учитывают особенности этнических групп туристов из России, что выражается в их оценке.

Из предложенных в качестве барьеров межкультурной коммуникации, наиболее важными оказались культурные, конфессиональные и экономические, что нашло отражение в результатах, представленных выше. Не менее значимыми барьерами оказались политический и языковой, как факторы, оказывающие негативное влияние на отношение жителей принимающих стран к российским туристам. Анализируя структуру барьеров, следует обратить внимание на то, что отсутствие доступной информации о культурных туристских объектах, незнание традиций, обычаев проживающих народов находит отражение в межкультурной коммуникации. Что касается политических барьеров, на наш взгляд, степень их проявления и уровень их воздействия в определенной степени зависит от международной обстановки и от межгосударственных отношений. Отражение этноцентристских форм взаимодействия между туристами из России и представителями других стран, где в значительной степени превалирует положительное взаимодействие, с одной стороны, связаны с нейтралитетом, а с другой, с лояльностью проживающих этнических групп к поведению наших туристов, так как их наличие сильно сказывается на жизнеобеспечении и уровне благосостояния.

Также нами было проведено исследование экспертной оценки факторов этноцентризма во внутреннем туризме среди наших регионов (таблица 2). Результаты показывают, что языковые и политические барьеры отсутствуют. В свою очередь, в некоторых регионах встречается нейтральное отношение к туристам в культурном, конфессиональном и экономическом плане, что также связано с уровнем и качеством оказываемых услуг.

Таблица 2 – Барьеры и их проявления при внутреннем туризме (n=74)

Регионы	Барьеры					$\bar{x}$
	Языковой	Культурный	Конфессиональный	Политический	Экономический	
Татарстан	3,9	3,1	3,2	3,8	4	3,6
Чувашия	4	3,8	4	4	2,9	3,74
Марий Эл	3,9	3,9	4	4	2,7	3,7
Ингушетия	3,7	2,9	2,8	3,9	3	3,26
Адыгея	3,8	3,9	2,8	3,9	2,7	3,42
Красноярский край	4	4	4	4	3,7	3,94
Архангельская обл.	4	4	4	4	3,3	3,86
Дагестан	3,9	3	2,4	4	3	3,26

x/ Шкала 1→4, где негативный барьер оценивался в 1 балл, нейтральное отношение в 2 балла, безразличное отношение в 3 балла, положительное отношение в 4 балла.

На наш взгляд, проявление барьеров, прежде всего, связано с профессиональной компетентностью сотрудников турфирм. Например, менеджер по продажам турпродукта должен обладать необходимыми знаниями для преодоления культурных и конфессиональных барьеров, правильно преподносить информацию туристам об особенностях национальных традиций и обычаев.

ВЫВОДЫ

1. Следует отметить, что предложенные в федеральном государственном образовательном стандарте общекультурные компетенции не всегда идентифицируются с мнением работодателей и специалистов, занятых в сфере туризма, что является основным противоречием, создающим предпосылки для возникновения проблем в межкультурной коммуникации. Сотрудники турфирм в практической деятельности, ввиду отсутствия необходимых знаний, не способны выполнять функциональные обязанности, связанные с межкультурной коммуникацией, т.е. с культурой, историей народов и этносов. Несмотря на то, что туризм это источник экономического развития и предоставления рабочих мест для принимающих стран и регионов, большинство опрошенных отмечают нейтральное и отрицательное отношение к туристам из-за нарушения существующих социальных норм и правил поведения.

2. Степень воздействия вышеперечисленных барьеров проявляется по-разному, как для внутреннего, так и выездного туризма. Языковой и политический барьер для внутреннего туризма не имеют существенного значения, а для выездного туризма их значение проявляется от незначительного до существенного.

3. При подготовке специалистов для данного сегмента рынка следует определить конкретные программы, тренинги, спецкурсы, которые смогут обеспечить будущих специалистов соответствующими знаниями, умениями, навыками и компетенциями, что на наш взгляд является актуальной и перспективной проблемой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Brewer, M.B. Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence / M.B. Brewer, D.T. Campbell. – N.Y. : Halsted/Wiley, 1976. – 279 p.
2. Stephan, W.G. Intergroup relations / W.G. Stephan, C.W. Stephan. – Madison. : Brown & Benchmark, 1996. – 125 p.

REFERENCES

1. Brewer, M.B. and Campbell, D.T. (1976), *Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence*, Halsted/Wiley, N.Y.
2. Stephan, W.G. and Stephan, C.W. (1996), *Intergroup relations*, Brown & Benchmark, Madison etc. 1996. – 125 p.

Контактная информация: g.pavelp@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 05.05.2017

УДК 372.881.1

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЯЗЫКОВОМ ОБРАЗОВАНИИ:
«ДИАЛОГ НИБЕЛУНГ» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ
КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ**

Элина Борисовна Калиниченко, кандидат социологических наук, доцент,

Любовь Михайловна Иванова, кандидат педагогических наук, доцент,

Марина Николаевна Раздобарова, старший преподаватель,

Анна Валентиновна Ланина, старший преподаватель,

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова (СГАУ)

Аннотация

Статья посвящена вопросу формирования иноязычной коммуникативной компетенции студентов средствами информационных технологий, а именно программного продукта «Диалог Нибелунг». Рассматриваются сущностные характеристики понятий «информационные технологии», «новые информационные технологии». Описаны возможности применения системы «Диалог Нибелунг» с целью создания виртуальной мультимедийной среды обучения иностранным языкам.

Ключевые слова: информационные технологии, иноязычная коммуникативная компетенция, виртуальная среда обучения, интерактивная мультимедийная среда.

**INFORMATION TECHNOLOGIES IN LANGUAGE EDUCATION: "DIALOGUE
NIBELUNG" AS A MEANS OF STUDENTS' FOREIGN LANGUAGE
COMMUNICATIVE COMPETENCE FORMATION**

Elina Borisovna Kalinichenko, the candidate of sociological sciences, senior lecturer,

Lyubov Mikhailovna Ivanova, the candidate of pedagogical sciences, senior lecturer,

Marina Nikolaevna Razdobarova, the senior teacher,

Anna Valentinovna Lanina, the senior teacher,

Saratov State Vavilov Agrarian University

Annotation

The article highlights the question of students' foreign language communicative competence formation by means of information technologies, namely the software "Dialogue Nibelung". The main essence of such concepts as information technology and new information technology is considered. The possibilities of the "Dialogue Nibelung" system for creating virtual multimedia environment of teaching foreign languages are described.

Keywords: information technology, foreign language communicative competence, virtual learning environment, interactive multimedia environment.

В рамках новой парадигмы концентрации образовательного процесса на формирование, прежде всего, компетентного специалиста, а впоследствии профессионала, способного к эффективной деятельности на уровне мировых стандартов, образование должно носить особый, инновационный характер развития. Одним из способов модернизации образования является применение современных педагогических технологий в процессе обучения. Это означает, что традиционную технологию профессионального обучения следует дополнить новыми способами, методами взаимодействия преподавателей и сту-