

<https://doi.org/10.31489/2024HPh1/149-159>

ӘОЖ 304.2

Мақаланың редакцияға түскен күні: 03 қыркүйек 2023 ж. | Қабылданған күні: 12 желтоқсан 2023 ж.

А.Н. Алибаева^{1*}, Н.К. Альджанова²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан;

²Назарбаев университеті жанындағы Кәсіпкерлікті зерттеу орталығы, Астана, Қазақстан
(E-mail: alibayeva_ainur2@kaznu.edu.kz; nurlykhan.aljanova@nu.edu.kz)

Этноцентризм және шығу туризміндегі мәдениетаралық коммуникация кедергілері

Діни және мәдени айырмашылықтармен ерекшеленетін демалыс аймақтарында туристер арасындағы достық ортаны қалай қалыптастыру туралы сұрақтар іс жүзінде соңғы уақытқа дейін тек психологиялық, экономикалық жағынан, заң немесе мемлекеттік басқару аясында ғана қарастырылып келеді. Ал туристердің жекелеген мақсатты сегменттері барысында бұл мәселеге, яғни мәдениетаралық коммуникацияға көзқарастар трансформацияға ұшырады. Мақалада туристік қызметтердің сыртқы нарығына жұмыс істейтін фирманың туристік қызметіне байланысты мәдениетаралық коммуникация тұрғысынан зерттеу нәтижелері ұсынылған. Зерттеу барысында этноцентризмнің кейбір формалары анықталып, мәдениетаралық қатынастардың белгілі-бір кедергілер тудыратыны, оның туристік нарықтың дамуына оң және теріс әсері қарастырылған. Қойылған міндеттерді шешу үшін оң және теріс кедергілерді анықтау үшін мамандарға, әртүрлі елдердің туристік компанияларының қызметкерлеріне және «Kaztour» қазақстандық туристік агенттігі және «Fun & Sun Kazakhstan» тuroператорының басшылары мен серіктестерінен авторлар сараптамалық сауалнама жүргізген, яғни туристер мен туристік агенттіктердің қызметкерлері арасындағы қарым-қатынас деңгейі талданған. Мақалада шығу туризмі кезіндегі кедергілер және олардың көріністері, қазақстандық туристердің тұру аймақтарына байланысты өңірлер арасындағы кедергілер көрсеткіштері (шығу туризмі) анықталды. Сонымен қатар, зерттеу нәтижелері мәдениетаралық қарым-қатынас дағдыларын меңгеру үшін туристік сала қызметкерлері мен туристер арасындағы байланыс орнату, туристік қызметтер мен нысандарды жобалау және іске асыру қызмет көрсету кадрларын даярлаудың мақсаттарына тиімді болып келеді.

Кілт сөздер: мәдениетаралық коммуникация, этноцентризм, кедергілердің түрлері, туризм, әлеуметтік нормалар, «өзім-бөтен» феномені, турист, туристік агенттіктер, демалыс аймақтары, қызмет көрсету.

Кіріспе

Кез келген заманауи қоғам коммуникативті процестердің күрделі торынан құралған. Туризмді коммуникациясыз елестету қиын. Бұл салада адамзатқа белгілі байланыстардың барлық түрлері — әлеуметтік түрлерінен транспорттық коммуникацияларына дейін қолданылады. Ғылыми-техникалық, әлемдік өркениет процесі, онлайн-ресурстардың белсенді дамуы және жаңа технологиялық мүмкіндіктердің пайда болуы, сондай-ақ мемлекеттер арасындағы сенімді байланыстардың орнауы кезеңінде, адамдар басқа мәдениеттердің өкілдерімен араласу арқасында өзге мәдениетпен танысуда, білуде шексіз мүмкіндіктерге ие болды. Қазіргі заманда туризм нарығында әртүрлі халықтардың мәдениеттерін зерттеуге деген белсенді қызығушылық айқын байқалады, сарапшылар мен бұл саланың зерттеушілері мәдениеттердің диалогтары мен қақтығыстарына қазірде ерекше мән береді [1]. Мәдениет-

* Хат-хабарларға арналған автор. E-mail: alibayeva_ainur2@kaznu.edu.kz

тер диалогы тұрғысынан біздің кезеңімізде қарым-қатынастың жаңа мүмкіндіктері, түрлері мен формалары әлі де ашылуда, олардың басты шарты — қарым-қатынас серіктестерінің мәдениетін түсіну, икемділік және құрмет көрсету болып табылады. Туризм саласының болашақ қызметкерлері үшін мәдениетаралық коммуникация мәселесі аса маңызды, себебі олардың қызметі басқа мәдениеттердің өкілдерімен тікелей байланысты және күн сайын коммуникативті сипаттағы мәселелерді шешуге тура келеді. Бұл туризм саласының қызметкерінен тілді білу ғана емес, сонымен бірге қазіргі уақытта серіктестік өкілдерімен жұмыс істейтін елдің мәдениеті мен тарихына байланысты білімді талап етеді. Туристердің демалыс орындарында сол мемлекеттің сөйлеу этикасын, әдет-ғұрыптарын, наным-сенімдерін білгені қарым-қатынас кезінде жағымды әсер қалдырады, әртүрлі мәдениеттер өкілдері арасындағы толық түсіністікке ықпал етіп, демалыстың жақсы өтуі мен елдер арасындағы серіктестік қарым-қатынас нәтижелеріне жағымды әсер етеді.

Мәдениетаралық коммуникация — бұл этникалық топтар өкілдерінің ақпараттық өзара іс-қимыл әрекеттері мен мәдениеттердің әртүрлілігінің тоғысуы нәтижесінде пайда болуы [2]. Әдебиеттерді талдау барысында этноцентризм дегеніміз — әрбір азаматтың өзінің, яғни субъективті дәстүрлері мен құндылықтарының призмасы арқылы құбылыстар мен оның негізгі көрсеткіштерін, өмірді қабылдау мен бағалауда, этникалық топты құрметтеуде оң деп қабылдауы. Тұлғаның өз мәдениетінің элементтерін «дұрыс» және «табиғи» деп санап, басқа мәдениеттердің элементтерін «дұрыс емес» немесе «табиғи емес», «бөтен», «жат» деп қарастыру; өз тобына тән әмбебап ретінде өз тобының құндылықтарын сөзсіз дұрыс деп есептеуі, әдет-ғұрыптар мен нормаларды оң бағалау; адамның өз тобының мүшелерімен ынтымақтасуы, оларға көмек көрсетуі табиғи нәрсе, оны артық көріп, мақтан тұту және оған сену қалыпты жағдай деп бағалануы [3; 27].

Мәдениетаралық кедергілерді мәдениеттер өкілдері әлдеқайда өткір қабылдайды. Бұл тілді түсінбеушілік кезіндегі конфузияларға қарағанда әлдеқайда қауіпті және жиі жағымсыз салдарға әкеледі. Туристердің ажырамас сипаттамасы — бұл әлемнің әр түкпірін және оларды мекендейтін халықтарды зерттеуге деген қызығушылығы, ол ең күшті ынталандырушы туристік мотивтердің бірін құрайды. Өйткені, шығу туризмі — басқа мәдениеттермен танысудың ең тиімді әрі қанағаттанарлық тәсілі. Туризмнің әлеуметтік-гуманитарлық мәні — оның жеке тұлғаны дамыту, білім санасын кеңейту үшін мүмкіндіктерін пайдалану және шығармашылық әлеуетті арттыру болып табылады. Білім алуға деген ұмтылыс әрқашан адамның ажырамас қажеттілігі болды. Бұны Маслоу теориясына жүгінсек ғалымның бастапқыда физиологиялық қажеттіліктерді, қауіпсіздік қажеттіліктерін, сүйіспеншілікті, құрмет пен тануды, өзін-өзі тануды қамтитын бес қажеттілікті анықтағаны белгілі. Бірнеше жылдан кейін Маслоу өзінің теориясын сүйіспеншілікке деген қажеттілікті туыстық қажеттілікке өзгерту арқылы толықтырды және білім мен эстетикаға деген қажеттілікті қосқаны аса маңызды. Демалысты басқа халықтың өмірімен, тарихымен және мәдениетімен ұштастыру туризмнің толық шеше алатын міндеттерінің бірі. [4; 182-183]. Туризм функциялары үлкен гуманитарлық әлеуетке ие. Өзге елдің мәдениеті мен әдет-ғұрпымен танысу адамның рухани әлемін байытады. Сондықтан туризм егемендік пен халықтың өзіндік ерекшелігін қалыптастырып, оны сақтау, нығайту, дамыту процесінің іргелі негізі болып табылады. Шығу туризмі мінез-құлық, ойлау, дүниетаным, әдет-ғұрып, дәстүр, қарым-қатынас ерекшеліктерімен әртүрлі мәдениеттер өкілдерінің тоғысуынан пайда болған сала [5; 180]. Сол себепті туристердің мәдениетаралық коммуникация проблемалары шығу туризмінде айқын көрініс табады. Қазіргі уақытта халықтар арасындағы өзара түсіністік мәселесі өзекті бола түсуде. Әдетте, қиындықтар әртүрлі тарихи, саяси, экономикалық, саяси, мәдени келіспеушіліктерге байланысты түрлі азаматтар өкілдерінің байланысынан туындайды. Бұл қоғамдық өмірдің барлық салаларындағы әлемдік қоғамдастықтың маңыздылығын ашып көрсетеді. Осы орайда күрделі әлеуметтік проблемалардың бірі — халықаралық мәдениетаралық қарым-қатынасты және өзара түсіністікті, ынтымақтастықты дамыту туындайды [6; 65]. Ал нарықтық экономиканың дамуы мен бәсекелестіктің артуына байланысты туристік индустрия нарығында қызметкердің өз жұмысын ұйымдастыру мен бақылау барысында жоспарлауға қабілетті, мобильді, лидерлік қасиеттердің басым болуы, сонымен қатар мәдениетаралық коммуникацияның ішкі және сыртқы кәсіби қызмет процесіндегі қайшылықтарды реттеудегі талпынысы мен қабілетін талап етеді.

Зерттеу әдістері

Мақалада объективті қарастыру, теориялық талдау және біріктіру, салыстырмалы талдау, жүйелеп қарастыру әдістері мен тәсілдері қолданылған. Ізденіс барысында әдеби дереккөздерді талдау, контент-талдау, сараптамалық бағалау әдісі пайдаланылды.

Зерттеудің барысында негізгі міндеттер:

- 1) Этноцентризмнің мәні мен құрылымын және шығу туризміндегі мәдениетаралық коммуникациялардағы көрініс формасын анықтау;
- 2) Сарапшылардың әртүрлі елдердегі этностардың қазақстандық туристерге қатынасы туралы пікірін анықтау басшылыққа алынды.

Зерттеу гипотезасы — этноцентризмнің ықпал ету дәрежесі мамандардың білім деңгейіне және туристердің демалысын өткізу елдеріндегі мәдениеті, құндылықтары, әлеуметтік нормалары туралы хабардар болуына, сондай-ақ туристік қызметтің объективтік, субъективті факторлары мен жағдайларына байланысты болады деген болжам.

Қойылған міндеттерді шешу мақсатында оң және теріс кедергілерді анықтауда, қазақстандық «Kaztour» туристік агенттігі мен «Fun & Sun Kazakhstan» туроператордың 155 қызметкерлеріне сараптамалық сауалнама жүргізіліп, олардың серіктестерінен, яғни қабылдаушы елдің демалыс орындарының, оның ішінде 8 мемлекет өкілдері қызметкерлерінен (Түркия, БАӘ, Мысыр, Тайланд, Мальдива аралдары, Грузия, Грекия, Доминикан Республикасы) туристердің өзара қарым-қатынас деңгейі мен олардың қызмет көрсету персоналымен де байланысы талданды.

Нәтижелері

Мәдени жүйелердің поляризациясы және олардың қазіргі қоғамда бөлінуі туризмде этноцентризмнің таралуына тікелей және жанама әсер етті. Қарым-қатынастың түрлері: тұлғааралық және топаралық, ақпараттық өзара әрекеттесудің әр түрлі этноұлттық топтардың өкілдерімен байланыс кезінде вербальдық қатынастан бастап паравербальдық тәсілдері толық қарастырылды [7]. Еуропа-лықтар мен американдықтар шетелге саяхаттауға дағдыланған және көп жағдайда олар туристік компаниялардың қызметтеріне жүгінуді ойламайды. Ұялы телефонмен және несие картасымен қаруланған олар әрдайым бүкіл әлем бойынша еркін саяхаттайды. Әрине, Батыс әлемінің тұрғындары көптеген жылдар бойы «темір пердемен» шектелмеген, сондықтан соғыстан кейін туризм белсенді дами бастады, оның маңызды «артықшылығы» — туристердің «тілдік кедергі» проблемасына сирек ұшырауы. Яғни, шамамен айтқанда, Батыс туристерінің көпшілігі немесе өздері ағылшын тілінде сөйлейтін азаматтар немесе ұзақ уақыт бойы халықаралық мәртебеге ие болған ағылшын тілін жақсы түсінеді. Соңғы жылдары туризм индустриясында әлемдік қонақүйлер желісі біртіндеп дамып, туризм объектілерін басқарудың нарықтық принциптеріне көшуде. Халық шаруашылығының бұл саласы елдің «визит карточкасына» арналған. Бүгінгі таңда әлемдік қонақүйлер желісі келушілердің (туристердің) кез келген талғамын 24/7 сағат қанағаттандыра алады. Ал біздің отандастарымыз, жақында ғана қалыпты, өркениетті демалысқа қол жеткізіп, ғаламдық қонақүйлер желісімен таныса бастады. Онда ешкім сіздің келу уақытыңызды кіре берісте тексермейтінін, төсек жапқыштары мен азық-түлік сөмкесін жағажайға алып жүрудің қажеті жоқ екенін, сәнді жағажайларда әрқашан 24 сағат жұмыс істейтін мейрамханалардың қызметтеріне дағдыланды. Әрине, ұзақ уақыт бойы олар Батыс қоғамының өмір сүру нормасы болған миллиондаған түрлі мәселелерге тап болудан қорқып, шетелге өз бетінше барудан тартынды. Бірақ бірте-бірте туристердің ортасына белсенді түрде еніп, оның едәуір бөлігін құрай отырып, біздің азаматтар олардың мүдделерін тыңдап, ескеретіндіктерін анықтады, сондықтан интернеттің кең мүмкіндіктерін қолдана отырып, өз бетінше саяхаттау әлдеқайда белсенді бола бастады. Сонымен қатар, қазақстандықтар үшін тілдік кедергі азайды — оны интернеттің ашық, қол жетімділігімен байланысты болды, сондай-ақ орыс тілді туристер үлкен табыс әкелетін әлемдік туризмнің маңызды бөлігіне айналды [8].

Тілдік кедергі — бұл бейнелі мағынада қолданылатын және сөйлеушілердің әртүрлі тілдік топтарға жатуына байланысты адамдардың қарым-қатынасындағы түсініспеушілікті тудыратын сөз тіркесі [9]. Бұған Канадада тұратын қытайлық мысал бола алады. Ең маңызды мәдени кедергі тіл болар еді, егер қытайлық ағылшын немесе француз тілдерін білмесе, ешкіммен сөйлесу мүмкін болмас еді. Әдетте, егер коммуникатор өз позициясын түсіндіруде қиындықтарға тап болса немесе тыңдаушы коммуникатордың позициясын түсінбейтіндей жағдай туса, тілдік кедергі туралы айтылады.

Мәдени кедергілер — бұл әртүрлі мәдениеттердің адамдары бір-бірінің әдет-ғұрыптарын, наным-сенімдерін түсіне алмауы, бұл қолайсыздықтар мен қиындықтарға әкеледі. Туристік қызмет субъектілері арасында туындайтын қатынастарды анықтау үшін этноцентризм көріністері мен мәдениетаралық қарым-қатынас кедергілері мақала авторларымен анықталды, олар 1-кестеде келтірілген.

Шығу туризмі кезіндегі кедергілер және олардың көріністері

Мемлекеттер (жағажай демалыс орындары)	Тілдік кедергі	Мәдени кедергі	Конфессиялық кедергі	Саяси кедергі	Экономикалық кедергі	Орта шамасы
Түркия (Анталья оның ішінде Алания, Бодрум, Кемер, Сиде, Белек)	3,2	3,4	3,8	4	3,8	3,64
БАӘ (Дубай)	2,8	1,5	2,3	3,2	3,6	2,68
Мысыр елі (Шарм-Эль-Шейх, Хургада)	3,8	2,5	2,9	4	2,1	3,06
Тайланд (Бангкок, Пхукет, Паттайя)	2,4	1,4	1,2	2,8	1,4	1,84
Мальдив аралдары	3,2	2,2	1,9	3,8	1	2,42
Грузия	4	3,8	1,5	3,7	3,5	3,3
Грекия	2,3	2,9	1,5	3,7	2,8	2,64
Доминикан Республикасы (Пунта-Кано, Кариб теңіз ағалауы демалысы)	1,4	1,8	2,1	2,6	1,2	1,8

х/шамасы 1→4, онда теріс кедергі 1 балл, бейтарап қатынас — 2 балл, немқұрайды қатынасы — 3 балл, оң қатынасы — 4 балл.
Қазақстандық туристік агенттігі «Kaztour» және «Fun & Sun Kazakhstan» туроператорының басшылары мен серіктестерінен авторлардың сараптамалық сауалнама нәтижесінде құрастырылған кестесі

Сауалнаманың нәтижесінде қазақстандық туристерге оң пікір білдірген елдердің қатарына Түркия, Мысыр және Грузия мемлекеттері болса, ал Греция, Таиланд, Біріккен Араб Әмірліктері біздің туристерге теріс баға берген болатын.

Айта кету керек, теріс көзқарас көбінесе келесі себептерге байланысты:

- Туристік компаниялардың қызметкерлерінің көпшілігі жалдамалы жұмысшылар болып табылатындығынан;
- Шығыс мәдениеттерінің өкілдері біздің туристердің іс-әрекеттері мен мінез-құлқын өздерінің мәдени құндылықтарының призмасы арқылы қатаң бағалайтындықтан;
- Туристердің этникалық ерекшеліктері ескерілмейтіндіктен.

Жоғарыда көрсетілген нәтижелерде мәдениетаралық қарым-қатынаста кедергілер ретінде ұсынылғандардың ішінен мәдени, конфессиялық және экономикалық маңызды кедергілер болды. Кедергілердің құрылымын талдауда, мәдени туристік нысандар туралы қолжетімді ақпараттың болмауы (мысалы ана тілінде немесе ағылшын тілінде), халықтардың салт-дәстүрлерін, әдет-ғұрыптарымен алдын ала таныспау және білмеу мәдениетаралық қарым-қатынаста көрініс тауып жатады. Саяси кедергілерге келетін болсақ, халықаралық жағдай мен мемлекетаралық қатынастар дәрежесімен олардың әсер ету деңгейімен байланысты [10]. Қазақстаннан келген туристермен өзара іс-қимыл басым болатын басқа елдердің өкілдері арасындағы өзара әрекеттесудің осы орталық формаларының көрінісі, бір жағынан, бейтараптықпен, екінші жағынан, тұратын этникалық топтардың біздің туристердің мінез-құлқына лоялды (loyalty) қабылдауымен байланысты, өйткені бұл олардың өмірді қамтамасыз етуі мен елдің әл-ауқат деңгейіне тікелей әсер етеді.

Сондай-ақ, Қазақстан өңірлері арасындағы ішкі этноцентризм факторлары сараптамалық бағалаудан өтті (2 кесте).

Қазақстандық туристердің тұру аймақтарына байланысты өңірлер арасындағы кедергілер көрсеткіштері (шығу туризмі)

Аймақтар	Тілдік кедергі	Мәдени кедергі	Конфессиялық кедергі	Экономикалық кедергі	Орта шамасы
1	2	3	4	5	6
Абай облысы	2,5	2,9	3,8	1,3	2,62
Ақмола облысы	3,8	3,8	3,6	2,9	3,52
Ақтөбе облысы	3,1	3,2	2,5	2,9	2,92
Атырау облысы	2,5	2,5	2,8	3,2	2,75

1	2	3	4	5	6
Алматы облысы	3,6	3,9	3,9	3,9	3,82
Шығыс Қазақстан облысы	3,2	2,3	2,5	2,8	2,7
Жамбыл облысы	1,8	2,5	2,8	3,1	2,55
Жетісу облысы	1,2	2,3	3,7	3,2	2,6
Қарағанды облысы	3,5	3,8	3,5	3,6	3,6
Қостанай облысы	3	2,2	3,8	3,2	3,05
Қызылорда облысы	2,3	2,1	2,9	2,7	2,5
Маңғыстау облысы	3,8	2,6	2,5	3,4	3,07
Павлодар облысы	2,5	3,5	3,9	3,2	3,27
Ұлытау облысы	2,3	3,2	3,9	2,8	3,05
Батыс Қазақстан облысы	3,2	2,5	2,2	3,6	2,87
Түркістан облысы	2,8	2,9	2,2	2,1	2,5
Солтүстік Қазақстан облысы	3,8	3,5	3,8	3,4	3,62

Қазақстандық туристік агенттігі «Kaztour» және «Fun& Sun Kazakhstan» туроператорының басшылары мен серіктестерінен авторлардың сараптамалық сауалнама нәтижесінде құрастырылған кестесі

Солтүстік–оңтүстік сызығындағы айырмашылық әлемнің көптеген елдерінде бар, ол еуропалық немесе оған тән емес құндылықтар деп аталады [11]. Мысалы, солтүстік итальяндықтар тілі, мәдениеті және генетикалық жағынан оңтүстіктен аса ерекшеленеді. Солтүстік немістер басқа диалектілерде сөйлейді және оңтүстікке қарағанда басқа дінді ұстанады. Солтүстік қытайлар тілі де, сыртқы келбеті де оңтүстікке ұқсамайды және қарым-қатынас кезінде бір-бірінің диалектілерін түсіне алмайды. Тіпті эмигранттар құрған Америка Құрама Штаттарында да еңбекқор және тәртіпті Солтүстік Янки тұрғындары мен оңтүстік штаттардың діндар халқы арасында айқын айырмашылықтар бар. Мұндай құбылыс Қазақстанда да кездеседі. Тілдік кедергіде жергілікті қазақтардың менталитетіне Солтүстік Қазақстан облысында орыс тілінің басым болуы Жамбыл, Түркістан, Қызылорда облыстарына қарағанда айтарлықтай белең алады, ал Батыс және Маңғыстау облыстарының диалектісін түсіну қиын. Жалпы шығу туризмі кезінде ағылшын тілі мен орыс тілін білу немесе оны түсіну, сөйлесу көбінесе үлкен мегаполис қалаларда, яғни Алматы мен Астана қалалары тұрғындарында кең етек жайған. Сол сияқты конфессиялық кедергі керісінше елдің Оңтүстік облыстарында жиі байқалады, себебі орыс тілді адамдар азшылықты құрайды, басым көпшілігі мұсылмандар, сонымен қатар ескі әдет ғұрыптарды сақтайды. Мінез-құлық жағынан оңтүстік халық тұрғындары аңқау, қарапайым болып келсе, солтүстік тұрғындар қатал, тұйық келуі, шығыс және батыс өңірлердің тік сөйлеуі осы факторларға елеулі әсерін тигізеді [12]. Кедергілердің көрінісі, ең алдымен, кәсіби турфирма қызметкерлерінің құзыреттілігі. Туристік өнімдерді сату жөніндегі менеджер мәдени және конфессиялық кедергілерді жеңу үшін қажетті деңгейде кәсіби білімінің болуы және туристерге аймақтар ерекшеліктері туралы ақпаратты дұрыс ұсыну қажет.

Қарым-қатынас — адам өмірінің негізгі формасы, адамның мәңгілік қасиеті. Байланыстың болмауы адамды деформациялайды, өйткені онсыз оның әлеуметтік мәні болмайды. Адамдарға қарым-қатынас қажет, ол жұмыс уақытының шамамен 70 % құрайды [13]. Менеджерлер, соның ішінде туризм саласындағы менеджерлер жұмыс уақытының 80 %-дан астамын тұтынушымен, әріптестермен, менеджерлермен сөйлесуге жұмсайды [14]. Қарым-қатынас процесінде адамдар өз идеяларын басқаларға өзара әрекеттесу арқылы, белгілі бір ақпаратты жеткізеді. Олардың арасында кері байланыс орнатылады, позицияларды түсінбеген кезде түзетулер енгізеді. Көптеген адамдар қарым-қатынасты адам тәжірибесінің әмбебап элементі деп санайды, сондықтан оны қажет және қалыпты нәрсе ретінде қабылдайды. Кейбіреулер қарым-қатынас адамдарға табиғи түрде туылғаннан бастап берілетін инстинктивті процесс деп санайды. Алайда, психолог ғалымдар қарым-қатынас өте нәзік күрделі әрекет екенін дәлелдеді.

Мәдениетаралық коммуникациялар туризм саласындағы қызметкерлерді біріктіреді, сонымен қатар оларды жеке қоғамдық институттардың, микромәдениеттердің, соның ішінде туризмнің жекелеген салаларының ерекшеліктерімен таныстырады және оны мәдениетаралық коммуникация шешуші мәнге ие жүйе ретінде қарастырылады. Туристік қызметте жеке мәдениеттер мен оның тасымалдаушыларының бірегейлігінің сақталмауы мүмкін емес. Сондықтан, кез келген қарым-қатынас этномәдени сәйкестікке белгілі бір қарсылықтар мен кедергілерді білдіреді. Туризм саласында сәтті байланыс орнату үшін қызметкер өз міндеттеріне қол жеткізу үшін өзі туралы немесе объект туралы ақпаратты да, ойдан шығарылған ақпаратты да пайдалана алатындығын ескеру қажет. Кейбір

жағдайларда теріс факторлар коммуникацияға әсер етуі мүмкін. Мысалы, қақтығыстар (конфликт), оппозицияның болуы, бәсекелестік және т.б. байланыс кезінде бір адамның екіншісіне әсері вербалды немесе ауызша құралдардың, сондай-ақ паралингвистикалық және вербалды емес әдістердің көмегімен жүзеге асырылуы мүмкін. Өкінішке орай алғашқы кездесуде адам 55% жағдайда басқа адамның вербалды емес сигналдарына сенеді, 38% жағдайда — лингвистикалық, оның ішінде, үзілістер, интонация, жөтел және т.б. және тек 7% жағдайда ол сөйлеу мазмұнына назар аударады [15]. Қазіргі әлемде адамның ойлауына әсер етудің көптеген жолдары бар, атап айтсақ, ұсыныс, сендіру, сұрау, сын, елемеу, манипуляция және т.б. жолдарын ескере кетсе болады. Бұл адамдардың басым көпшілігі адамның пікіріне әсер ету мақсатында, ең алдымен, айтылатын сөздер туралы ойлауынан туындайды.

Талқылау

Мәдениетаралық қарым-қатынас тәжірибесінің арқасында біз әлемнің сан алуандығы мен халықтардың мәдени ерекшеліктеріне түсінушілікпен қараймыз. Егер бұл мәдениет құбылысы теориялық зерттеумен бірге жүрсе, біз адамдармен қарым-қатынасты жақсарту туралы түсінік алып қана қоймай, өз мәдениетіміздің бізге, біздің дүниетанымымыз бен мінез-құлқымызға әсерін нақты түсінеміз. Мәдени тәрбие демалушы туристердің моральдық күйзелісін азайтып қана қоймай, мәдениетаралық қарым-қатынас тәжірибесін арттыра алады, сонымен қатар кәсіби өсуге және жеке адамның санасының кеңеюіне ықпал етеді. Мәдени сезімталдық бізге мәдениет пен мінез-құлық салыстырмалы ұғымдар екенін үйретеді, сондықтан біз адамдар арасындағы қарым-қатынасқа немқұрайлы қарамай барынша назар аударуымыз керек. Көптеген зерттеушілер мәдени айырмашылықтарды қарым-қатынас пен бірлескен іс-әрекетке кедергі ретінде қабылдады [16]. Бүгінде олар мәдени айырмашылықтарды ақылға қонымды және дұрыс пайдаланса, олар қосымша мүмкіндіктер көздеріне айналатынын мойындайды. Қазіргі таңда біз мәдениетаралық коммуникацияның барлық салаларына белсенді қатысамыз, сондықтан көптеген ұлттық қоғамдарда болып жатқан процестерді басқара алуымыз керек, ұлттық және корпоративтік мәдениеттің адам мінез-құлқына әсерін және алған білімдері мен дағдыларын өз қызметінің ең жақсы нәтижелеріне қол жеткізу үшін қолдана білуіміз қажет.

Әлем бойынша саяхаттау кезінде туристер кейде өз отандарында қабылданған кейбір мінез-құлық нормалары басқа елдерде мүлдем қолайсыз болуы мүмкін екенін ұмытып кетеді немесе ойланбайды. Кей жағдайда қарапайым болып көрінетін әрекет ақшалай айыппұл түрінде үкімге немесе тіпті жаза қолдануға әкелуі мүмкін. Әрине, әрбір тұлға шет елге сапарында өзін парасатты және өте сыпайы туристер қатарынан деп санайды. Алайда, әр елде дерлік белгілі бір мемлекеттің мәдениетіне, менталитетіне және басқа ішкі факторларына байланысты өзіндік тыйымдар бар. Жергілікті полиция бұл ережелерді өзге ұлт өкілінің білмеуін ақтау ретінде қабылдауы екіталай. Қылмыстық және әкімшілік жазаланатын әрекеттермен бәрі анық. Бірақ, есірткі, көлікті жүргізуге қатысты немесе ежелгі заттарды «ұрлау», басқа да құқық бұзушылық әрекеттермен қатар этика, сондай-ақ мінез-құлық мәдениеті (дәрекі сөйлеспеу, сабырлық сақтау), жария емес (негласные законы) жүріс-тұрыс қағидаларына назар аудару қажет. Жағажайда қалдырылған сүлгі үшін айыппұлдан аулақ болуға немесе балықты тамақтандыру үшін қамауға түспеуге көмектесетін қазақстандықтар арасында танымал демалыс орындары туралы аздап ақпарат сарапталды. Шетелдегі қазақстандық туристер үшін ең ерекше тыйымдар:

Мысалы Сингапур елінде сағызды шайнауға болмайды және оны елге апаруға болмайды. Көшеде бірінші рет ұсталсаңыз, айыппұл — 1 1000 долларды [17], темекі немесе кэмпит орамасын лақтырсаңыз бірінші рет айыппұл 300 долларды құрайды. Сыра құтысын, бөтелкені, картон қаптаманы лақтырсаңыз, сізді одан да көп айыппұл салуға және көшелерді тазалау бойынша қоғамдық жұмыстарға үкім шығарады және сот алдында жауап бересіз. Осы уақыт ішінде визаңыздың уақыты өтіп кетсе, оған тағы айыппұл төлейсіз [18].

Тайланд елінде тротуарға немесе Бангкок метросына лақтырылған шайналған сағыз үшін 500 доллар айыппұл салынады. Тай елінде ақша белгілерін жыртып, аяғымен басу (оларда — патшаның портреті) патшаны қорлағанмен бірдей, ол үшін жаза айыппұлдан бөлек 15 жылға дейін бас бостандығынан айыру, ол басқа мемлекеттердің азаматтарына да қатысты қолданылады [19]. Будданың кез келген бейнесін арнайы рұқсатсыз елден шығаруға болмайды. Ұлттық қорық режимін бұзғаны үшін үлкен айыппұлдар қолданылады. Мысал ретінде айтатын болсақ, биылғы жылы ресейлік турист Ұлттық теңіз қорығында балықты тамақтандырғаны үшін үлкен айыппұл төлеуге мәжбүр болған жағдай резонанс тудырды [20].

Малайзия:

1. Жалаңаш демалуға, қоғамдық орындарда кез келген жалаңаштануға тыйым салынады, әсіресе жалаңаштанып суретке түсіру порнографиямен теңестіріледі. Өзіл үшін тауда жалаңаш суретке түскен американдық студенттерге әрқайсысы 1330 доллар айыппұл салынды.

2. Инжіл Киелі кітапты көрсетуге және көпшілік алдында дұға етуге тыйым салынады. Бұл мұсылман елінде діни заңдарды бұзу болып саналады және түрмеде жазалануы мүмкін [21].

Біріккен Араб Әмірліктері: Дубайда полицейлер көп, сонымен қатар олар көшеде қарапайым қала тұрғындары сияқты киінеді. Сондықтан өтіп бара жатқан адам кенеттен полиция қызметкерінің куәлігін көрсетсе, таң қалмау қажет.

1. Дубайдағы ішімдік — тек қонақүйлер мен арнайы туристік аймақтарда. Сыртта сыранның ашық қалпына (тіпті қонақұйдан шыққан кезде де) тыйым салынады.

2. Суретке түсіру кезінде әрқашан жергілікті тұрғындардың біреуі кадрға түсетіні, егер суретке рұқсатсыз түсіп қалған кез келген адам болса, ол туристі полицияға, содан кейін сотқа апара алады.

3. Ешқашан көшеде бейтаныс әйелмен сөйлесуге тырыспау, тіпті егер турист адасып, жол сұрағысы келсе де. Бұл суретке түсіруге де қатысты, рұқсатсыз мұны істеу мүмкін емес, бірақ рұқсат сұрау қазірдің өзінде әйелге жүгінуді білдіреді.

4. Ғимараттарды суретке түсіруден сақ болу. Олар мемлекеттік маңызы бар объектілер болуы мүмкін (мұны полиция анықтайды) және тыңшылық жасайсыз деген күмән пайда болады.

5. Біреудің қалдырған затын көргеннен кейін, оған ешбір жағдайда қол тигізбеу. Мұны ұрлық деп санауға болады.

7. Қоғамдық жағажайда тым ашық киім немесе ашық шомылу киімі, қысқа көйлек немесе қоғамдық орындарда жалаңаш иықтар — айыппұл салуға немесе қамауға алуға себеп болуы мүмкін.

8. Ғашықтардағы сезімдердің тым құмарлық көріністерін орынсыз деп санауға болады. Мысалы, үш жыл бұрын сотта жас шетелдік ерлі-зайыптылардың Австралия азаматы және Германия азаматы, олар қоғамдық жерде сүйіскені үшін қамауға алынды. Сот оларды алты айға бас бостандығынан айырды және 570 доллар айыппұл салды [22].

Түркия — зайырлы мұсылман мемлекеті. Дегенмен, мұнда да өзіндік шектеулер бар:

1. Анталья аймағында сізден осы жылдан бастап қоғамдық орындарда — қонақүйлер мен барлардан тыс жерлерде ішімдік ішкеніңіз үшін айыппұл салынуы мүмкін.

2. Егер сіз екі ер адамға бір бөлме алғыңыз келсе (тікелей туыстық жағдайларды қоспағанда) түрік қонақ үйлері туристі қоныстандырмайды [23].

Сонымен қатар, тілдік, мәдени, конфессиялық, саяси, экономикалық кедергілердің болуын этноцентризм көрінісінің маңызды факторлары ретінде қарастырған жөн.

Қазіргі уақытта мәдениетаралық қарым-қатынас, мәдениеттер мен әртүрлі халықтардың өкілдері арасындағы диалог мәселелері ерекше өткір тұр. Дегенмен, жанжал болмауы керек, әлемнің көптеген елдерімен қарым-қатынастың нашарлауына қарамастан, диалогқа ұмтылу керек [24]. Шығу туризмі әрқашан, ең алдымен, халықтар мен мәдениеттер арасындағы келісім, бірлік, өзара түсіністік және бейбітшілік мақсаттарына қызмет етті және қызмет етуі керек. Бұл халықаралық туризмнің негізгі миссияларының бірі [25]. Халықаралық және ұлттық деңгейде туризмде мәдениетаралық коммуникацияны жолға қоюға күш салу керек. Мұндай шаралардың қатарына мәдениетаралық коммуникация саласындағы халықаралық туристік қызмет мамандарын даярлау кіреді, бұл тиімді қарым-қатынасқа ықпал ететін мамандандырылған білімді кадрларды жасақтайды.

Қорытынды

Жоғарыда аталған кедергілердің әсер ету дәрежесі шығу туризмі үшін бірнеше бағыттардан көрінеді. Тілдік және саяси кедергілердің ішкі туризмде маңызы аз, ал шығу туризмі үшін олардың мәні өте ауқымды. Нарықтың осы сегменті үшін мамандар даярлау кезінде мыналарды анықтау керек: болашақ мамандықтарды қамтамасыз ететін нақты бағдарламалар, тренингтер, білімі, іскерлігі, дағдылары мен құзыреттіліктеріне сәйкес келетін арнайы курстар өзекті және перспективалы мәселе болып табылады. Шетелге саяхат дайындықты қажет етеді. Менталитеттегі, мәдениеттегі, заңнамадағы айырмашылықтар туристің шетелдегі мінез-құлқына белгілі бір талаптар қояды. Басқа менталитет пен әдет-ғұрып туристке таныс емес болуы мүмкін, біреудің аумағында турист ол — қонақ, демалыс жерінің иесіне құрметпен немесе кем дегенде адал болуы керек. Бұл ұлттық тағамға, мәдениетке, дінге, саясатқа, қоғамның барлық салаларына қатысты. Әр адамның жеке кеңістігі бұзылмауы керек, қашықтық сақталуы қажет. Фото және бейне түсірілімге мұқият болу қажет, әсіресе қазіргі жастардың интернет желісіне суреттерді жіберу мақсатындағы неше түрлі тәуекелдерге баруы. Дауысты кө-

теру және эмоционалды түрде келіспеушілік білдіру, дөрекі сөздерді айту әдетін турист ұмыту қажет. Толерантты болу — бұл басқа діндер, ұлттар, нәсілдік, жыныстық бағдар және т.б. өкілдеріне де және шарифаттың қатаң заңдары бар жерлерге де қатысты. Туристер айналасындағы адамдарға мұқият болып, елдің заңдары мен әдет-ғұрыптарын сақтап және басқа менталитет пен мәдениетке төзімділік танытуы қажет. Мемлекеттік білім беру стандартында ұсынылған жалпы мәдени құзіреттер әрдайым жұмыс берушілер мен туризм саласындағы мамандардың пікірімен анықталмайды, бұл мәдениетаралық мәселелер туындауының алғышарттарын жасайтын негізгі тетік болып табылады. Туристік агенттіктердің қызметкерлері практикалық қызметте қажетті білімнің болмауына байланысты функционалды міндеттерді орындай алмайды, яғни мәдениетаралық қарым-қатынас, халықтар мен этностардың мәдениетімен, тарихымен байланыс орнату емес, турды сатумен ғана әлек болады. Туризм экономикалық дамудың және жұмыспен қамтудың көзі болғанына қарамастан қабылдаушы елдер мен өңірлер үшін респонденттердің көпшілігі бейтарап және қолданыстағы әлеуметтік нормалардың бұзылуына байланысты туристерге теріс көзқарас және тартымсыз мінез-құлық формаларының елең алғанын жеткізеді.

Мақала ИРН АР14871324 ғылыми жобасы бойынша ҚР Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитетінің гранттық қаржыландыру шеңберінде орындалды.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Sadykova D. Халықаралық туризмнің ерекшеліктері және туристік нарық [Электрондық ресурс] / D. Sadykova, D. Adilkhan // Atlas Journal, 2018. — Vol. 4. — Issue 8. — P. 62–66. — Қолжетімділігі: <https://doi.org/10.31568/atlas.94>.
- 2 Веденская О.В. Диалог поколений как диалог культур / О.В. Веденская // Общество: философия, история, культура. — 2017. — № 11. — С. 116–120. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doi:10.24158/fik.2017.11.24>
- 3 Надькто Е.И. Рациональность как сдерживающий механизм преемственности ценностей / Е.И. Надькто // Психология и психотехника. — 2013. — № 8. — С. 789–797. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doi:10.7256/2070-8955.2013.8.8310>
- 4 Егенисова А.К. Студент жастардың этносаралық қарым-қатынас мәдениетін қалыптастырудың кейбір мәселелері / А.К. Егенисова, Б.К. Керимов // Абай атындағы ҚазҰПУ-нің Хабаршысы. «Психология» сериясы. — 2020. — № 4(65). — Б. 48–52. <https://doi:10.51889/2020-4.1728-7847.09>.
- 5 Қалқаман Р.М. Туризм саласындағы қолжетімді ортаның маңызы [Электрондық ресурс] / Р.М. Қалқаман, А.Е. Молдағалиева // Д. Серікбаев атындағы Шығыс Қазақстан техникалық университетінің хабаршысы. — 2022. — №2. — Б. 8–16. — Қол жеткізу режимі: https://doi:10.51885/1561-4212_2022_2_8.
- 6 Мусагажинова А.А. Әлеуметтік зерттеулердегі әлеуметтік-саяси процестерді бағалаудың негізгі тәсілдері [Электрондық ресурс] / А.А. Мусагажинова, А.М. Турлыбекова, Ж.Д. Кабиденова // Торайғыров университетінің хабаршысы. Гуманитарлық сериясы. «Саясаттану» секциясы. — 2021. — № 4. — Б. 24–38. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.48081/rghd2744>.
- 7 Қайдарова Б.М. Сөз мәдениеті қарым-қатынас этикетін түзуші фактор [Электрондық ресурс] / Б.М. Қайдарова // Торайғыров университетінің хабаршысы. Филологиялық серия. — 2022. — № 4. — Б. 132–144. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.48081/hrlc4845>.
- 8 Буряк Н.Ю. Проблемы языковой личности в межкультурной коммуникации / Н.Ю. Буряк // Научный альманах. — 2014. — № 2 (2). — С. 288–291. — Режим доступа: <https://doi:10.17117/na.2014.02.288>
- 9 Борзых С.В. Туризм как религия / С.В. Борзых // Философская мысль. — 2014. — № 9. — С. 1–20. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doi:10.7256/2306-0174.2014.9.13357>
- 10 Ермекбаева А.Ш. Екі тілді ортада өсудің артықшылықтары мен кемшіліктері [Электрондық ресурс] / А.Ш. Ермекбаева, А.А. Мейірбеков, Л. Әбдірәсіл, М. Чарыев, А. Бұғұбай // Ренессанс в парадигме новаций образования и технологий в XXI веке. — 2022. — № 1. — Б. 21–22. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.47689/innovations-in-edu-vol-iss1-prp21-22>.
- 11 Туеубаев М. Сын тұрғысынан ойлау, шығармашылық ойлау және рефлексия: ұқсастықтары мен айырмашылықтары [Электрондық ресурс] / М. Туеубаев // Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi. — 2016. — Cilt 4. — Sayı 9. — S. 178–182. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.33692/avrsayad.509641>
- 12 Дальмуханова Ф. Мәдениетаралық коммуникацияның лингвопрагматикалық аспектісі [Электрондық ресурс] / Ф. Дальмуханова // Scientific Collection “InterConf”. — 2021. — N 67 (July). — P. 182–186. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.51582/interconf.19-20.07.2021.019>
- 13 Рамазанов А. Қонақ үй ісінің экономикалық сипаттамасы [Электрондық ресурс] / А. Рамазанов, Ж. Куралов // Статистика, есеп және аудит. — 2022. — № 1(84). — Б. 92–99. Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.51579/1563-2415.2022-1.10>
- 14 Ахмедов Б.А. Дене мәдениетінің жеке тұлғаның дамуындағы маңызы туралы [Электрондық ресурс] / Б.А. Ахмедов, Ә.К. Әбілдаев, Б.Қ. Мұхамеджанов // Ясауи университетінің хабаршысы. — 2020. — № 2(116). — Б. 200–211. — Қол жеткізу режимі: <https://doi:10.47100/habarshy.v1i2.69>
- 15 Розин В.М. Коммуникация и социальность / В.М. Розин // Политика и общество. — 2014. — № 9. — С. 1042–1054. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doi:10.7256/1812-8696.2014.9.13154>

16 Кульбаева Д. Қазақ мәдениетіндегі дәстүр мен жаңашылдық [Электрондық ресурс] / Д.Д. Кульбаева, Д.Д. Омирзакова // Интернаука. — 2022. — № 47(270). — Часть 6. — С. 28–30. — Режим доступа: <https://doi:10.32743/26870142.2022.47.270.349805>.

17 Гудков А.А. Риски предприятий туризма и основные тенденции по их макроэкономическому регулированию / А.А. Гудков, Е.Г. Дедкова, М.Г. Терехова // Тренды и управление. — 2019. — № 1(1). — С. 55–73. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doi:10.7256/2454-0730.2019.1.26159>.

18 «Qazaqstan» Ұлттық телеарнасының сайтынан [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://qazaqstan.tv/index.php/news/105177/>.

19 Ng Kelly. Tangaraju Suppiah: Singapore executes man for supplying cannabis [Electronic resource] / Kelly Ng, Frances Mao // «BBC News». — 2023. — Access mode: <https://www.bbc.com/news/world-asia-65395390>.

20 Royal Thai Embassy in Moscow. Russia [Electronic resource]. — Access mode: <https://moscow.thaiembassy.org/ru/>.

21 Palmstone B. Forced to fish: Slavery on Thailand's trawlers [Electronic resource] / B. Palmstone // «BBC News». — 2014. — Access mode: <https://www.bbc.com/news/magazine-25814718>.

22 More than 300 Bibles are confiscated in Malaysia. «BBC News». — 2014. — [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.bbc.com/news/world-asia-25578348>.

23 Townend Dan. Couple who face jail in Dubai for a public kiss. Express UK [Electronic resource] / Dan Townend. — 2010. — Access mode: <https://www.express.co.uk/news/uk/163005/Couple-who-face-jail-in-Dubai-for-a-public-kiss>.

24 Wakefield Lily. The news beyond Detroit. — 2021. — [Electronic resource]. — Access mode: <https://newsbeyonddetroit.net/2021/09/27/turkish-hotel-wont-let-two-men-share-a-room/>.

25 Шахуд А. Вербальные и невербальные семиотические каналы в коммуникации / А. Шахуд // Вестн. Рос. нов. ун-та. Сер. Человек в современном мире. — 2023. — Вып. 1. — С. 109–117. — Режим доступа: <https://doi:10.18137/rnu.v925x.23.01.p.109>.

А.Н. Алибаева, Н.К. Альджанова

Этноцентризм и барьеры межкультурной коммуникации в выездном туризме

До недавнего времени вопросы, связанные с созданием дружелюбной среды для взаимодействия между туристами и странами или регионами, отличающимися по религиозным и культурным особенностям, рассматривались только психологически, экономически, в рамках закона или государственного управления. Однако в последние годы мы наблюдаем изменения в подходах к этой проблеме, особенно в контексте межкультурной коммуникации. В статье мы представляем результаты исследования внешнего рынка туристических услуг с учетом аспектов межкультурной коммуникации, связанных с туристической деятельностью компаний. В ходе исследования были выявлены различные формы этноцентризма и рассмотрено его воздействие на туристический рынок как положительное, так и отрицательное. Это создает определенные преграды для межкультурных отношений. Для выявления положительных и отрицательных аспектов, которые могут влиять на достижение поставленных целей мы провели экспертный опрос среди специалистов, работающих в туристических компаниях разных стран, а также среди руководителей казахстанского туристического агентства «Kaztour» и туроператора «Fun & Sun Kazakhstan», а также их партнеров. Мы также проанализировали уровень взаимоотношений между туристами и сотрудниками туристических агентств. Кроме того, были определены барьеры, существующие в выездном туризме, и их проявления, включая показатели барьеров между регионами в зависимости от места проживания казахстанских туристов в контексте выездного туризма. А приобретение навыков межкультурного общения способствует успешной подготовке кадров для работы с туристами в туристической сфере, а также в проектировании и реализации туристических услуг и объектов.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, этноцентризм, виды барьеров, туризм, социальные нормы, феномен «свой-чужой», турист, туристические агентства, зоны отдыха, услуги.

A.N. Alibayeva, N.K. Aljanova

Ethnocentrism and barriers of intercultural communication in outbound tourism

Until recently, questions about creating a friendly environment for interaction between tourists and countries or regions with distinct religious and cultural characteristics remained insufficiently explored. However, in recent years, we have observed changes in approaches to this issue, particularly in the context of intercultural communication. In this article, we present the results of research on the external market of tourism services, taking into account aspects of intercultural communication related to the activities of tourism companies. During the research, various forms of ethnocentrism were identified, and its impact on the tourism market, both positive and negative, was examined. This creates certain barriers to intercultural relations. To identify positive and negative aspects that may affect the achievement of goals, we conducted an expert survey among specialists working in tourism companies from different countries, as well as among the leaders of

Kazakhstani travel agency “Kaztour” and tour operator “Fun & Sun Kazakhstan”, and their partners. We also analyzed the level of relationships between tourists and employees of travel agencies. The article also identifies barriers existing in outbound tourism and their manifestations, including indicators of barriers between regions depending on the place of residence of Kazakhstani tourists in the context of outbound tourism. Additionally, acquiring skills in intercultural communication contributes to the successful training of personnel for working with tourists in the tourism industry, as well as in the design and implementation of tourism services and facilities.

Keywords: intercultural communication, ethnocentrism, barriers, tourism, social norms, the phenomenon of “friend or foe”, tourist, travel agencies, recreation areas, services.

References

- 1 Sadykova, D., Adilkhan, D. (2018). Khalyqaralyq turizmni erekshelekteri zhane turistik naryq [International tourism features and international tourism market]. *Atlas Journal, Vol. 4, Issue 8*, 62–66. <https://doi.org/10.31568/atlas.94> [in Kazakh].
- 2 Vedenskaia, O.V. (2017). Dialog pokolenii kak dialog kultur [Dialogue of generations as a dialogue of cultures]. *Obshchestvo: filosofii, istoriia, kultura — Society: philosophy, history, culture*, 11, 116–120. Retrieved from <https://doi:10.24158/fik.2017.11.24> [in Russian].
- 3 Nadykto, E.I. (2013). Ratsionalnost kak sderzhivaiushchii mekhanizm preemstvennosti tsennoei [Rationality as a restraining mechanism of continuity of values]. *Psikhologiya i psikhotehnika — Psychology and Psychotechnics*, 8, 789–897. Retrieved from <https://doi:10.7256/2070-8955.2013.8.8310> [in Russian].
- 4 Yegenissova, A.K., & Kerimov, B.K. (2020). Student zhastardyn etnosaralyq qarym-qatynas madenietin qalyptastyrudyn keibir maseleleri [Some issues of the formation of a culture of inter-ethnic relations of the students]. *Abai atyndagy Qazaq ul'tyq pedagogikalyq universitetinin khabarshysy. "Psikhologiya seriasy" — Bulletin of the Kazakh National Pedagogical University named after Abai. Series Psychology*, 4(65), 48–52. <https://doi:10.51889/2020-4.1728-7847.09> [in Kazakh].
- 5 Kalkaman, R.M., & Moldagalieva, A.E. (2022). Turizm salasyndagy qolzhetimdi ortany manyzy [The Importance of the accessible environment in the field of Tourism]. *D. Serikbaev atyndagy Shygys Qazaqstan tekhnikalqyq universitetinin khabarshysy — Bulletin of D. Serikbayev East Kazakhstan Technical University*, 2, 8–16. Retrieved from https://doi:10.51885/1561-4212_2022_2_8 [in Kazakh].
- 6 Musagazhinova, A.A., Turlybekova, A.M., & kabidenova, Zh.D. (2021). Aleumettik zertteulerdegi aleumettik-saiasi protsesterdi bagalaudyn negizgi tasilderi [Basic approaches to assessment of socio-political processes in Sociological research]. *Toraigyrov universitetinin khabarshysy. Gumanitarlyq seriiasy. "Saiaattanu" sektsiiasy — Bulletin of Toraigyrov University Humanities series, Section "Political science"*, 4, 24–38. Retrieved from <https://doi:10.48081/rghd2744> [in Kazakh].
- 7 Qaidarova, B.M. (2022). Soz madenietini qarym-qatynas etiketin tuzushi faktor [The culture of speech is the forming factor of communication etiquette]. *Toraigyrov universitetinin khabarshysy. Filologiyalyq seriia — Bulletin of Toraigyrov University. Philology series*, 4, 132–144. Retrieved from <https://doi:10.48081/hrlc4845> [in Kazakh].
- 8 Buriak, N.Yu. (2014). Problemy yazykovoi lichnosti v mezhkulturnoi kommunikatsii [The Problems of Linguistic Personality in Intercultural Communication]. *Nauchnyi almanakh — Science Almanac*, 2(2), 288–291. <https://doi:10.17117/na.2014.02.288> [in Russian].
- 9 Borzykh, S.V. (2014). Turizm kak religii [Tourism as religion]. *Filosofskaya mysl — Philosophical thought*, 9, 1–20. Retrieved from <https://doi:10.7256/2306-0174.2014.9.13357> [in Russian].
- 10 Yermekbayeva, A.Sh., Meirbekov, A.A., Abdirasil L., Charyev, M., & Bugubai A. (2022). Eki tildi ortada osudin artykshylyktary men kemshilikleri [Advantages and disadvantages of growing up in a bilingual environment]. *Renessans v paradigme novatsii obrazovaniia i tekhnologii v XXI veke — Renaissance in the paradigm of innovations in education and technology in the 21st century*, 1, 21–22. Retrieved from <https://doi:10.47689/innovations-in-edu-vol-iss1-pp21-22> [in Kazakh].
- 11 Tuyebayev, M. (2016). Syn turgysynan oilau, shygarmashylyq oilau zhane refleksiia: uksastyktary men айymashylyktary [Critical thinking, creative thinking and reflection: similarities and differences]. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Cilt 4, Sayı 9*, 178–182. Retrieved from <https://doi:10.33692/avrasyad.509641> [in Kazakh].
- 12 Dalmukhanova, F. (2021). Madenietaralyq kommunikatsiianyn lingvopragmatikalqy aspektisi [Linguopragmatic aspect of intercultural communication]. Scientific Collection “InterConf”, 6, 182–186. Retrieved from <https://doi:10.51582/interconf.19-20.07.2021.019> [in Kazakh].
- 13 Ramazanov, A., & Kuralov, Zh. (2022). Qonaq ui isinin ekonomikalqy sipattamasy [Economic characteristics of the hotel business]. *Statistika, esep zhane audit — Statistics, Accounting and audit*, 1(84), 92–99. Retrieved from <https://doi:10.51579/1563-2415.2022-1.10> [in Kazakh].
- 14 Akhmedov, B.A., Abildaev, A.K., & Mukhamedzhanov, B.K. (2020). Dene madenietinin zheke tulganyn damuyndagy manyzy turaly [On the importance of Physical Culture in the Development Personality]. *Yasaui universitetinin khabarshysy — Bulletin of the University of Yasawi*, 2(116), 200–211. Retrieved from <https://doi:10.47100/habarshy.v1i2.69> [in Kazakh].
- 15 Rozin, V.M. (2014). Kommunikatsiia i sotsialnost [Communication and sociality]. *Politika i obshchestvo — Politics and Society*, 9, 1042–1054. Retrieved from <https://doi:10.7256/1812-8696.2014.9.13154> [in Russian].
- 16 Kulbaeva, D. (2022). Qazaq madenietindegi dastur men zhanashyldyq [Traditions and innovations in Kazakh culture]. *Inter-nauka*, 47(270), Part 6, 28–30. Retrieved from <https://doi:10.32743/26870142.2022.47.270.349805> [in Kazakh].
- 17 Gudkov, A.A., Dedkova, E.G. & Terekhova, M.G. (2019). Riski predpriiatii turizma i osnovnye tendentsii po ikh makroekonomicheskomu regulirovaniuu [Risks of tourism enterprises and the main trends in their macroeconomic regulation]. *Trendy i upravlenie — Trends and management*, 1(1), 55–73. Retrieved from <https://doi:10.7256/2454-0730.2019.1.26159> [in Russian].
- 18 «Qazaqstan» Ul'tyq telearnasynyn saitynan [From the website of the national TV channel "Qazaqstan"]. Retrieved from <https://qazaqstan.tv/index.php/news/105177/> [in Kazakh].

19 Ng, Kelly & Mao, Frances (2023). Tangaraju Suppiah: Singapore executes man for supplying cannabis. «BBC News». Access mode <https://www.bbc.com/news/world-asia-65395390>.

20 Royal Thai Embassy in Moscow. Russia. Access mode <https://moscow.thaiembassy.org/ru/>

21 Palmstone B. (2014). Forced to fish: Slavery on Thailand's trawlers. «BBC News». Access mode <https://www.bbc.com/news/magazine-25814718>.

22 (2014). More than 300 Bibles are confiscated in Malaysia «BBC News». Access mode <https://www.bbc.com/news/world-asia-25578348>.

23 Townend, Dan (2010). Couple who face jail in Dubai for a public kiss. Express UK. Access mode <https://www.express.co.uk/news/uk/163005/Couple-who-face-jail-in-Dubai-for-a-public-kiss>.

24 Wakefield, Lily. (2021). The news beyond Detroit. Access mode <https://newsbeyonddetroit.net/2021/09/27/turkish-hotel-wont-let-two-men-share-a-room/>.

25 Shakhud, A. (2023). Verbalnye i neverbalnye semioticheskie kanaly v kommunikatsii [Verbal and non-verbal semiotic channels in communication]. *Vestnik Rossiiskogo novogo universiteta. Seriya Chelovek v sovremennom mire — Bulletin of the Russian New University. The series "man in the modern world"*, (1), 109–16. Retrieved from <https://doi:10.18137/rnu.v925x.23.01.p.109> [in Russian].

Information about the authors

Alibayeva, A.N. — PhD student, Department of religious studies and cultural studies, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan;

Aljanova, N.K. — PhD, Research Fellow, Nazarbayev University Research Centre for Entrepreneurship, Astana, Kazakhstan.