

НАЗВАНИЕ ВУЗА

Дипломная работа на тему:

Выполнил:

Научный руководитель:

ЦЕЛЬ, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ РАБОТЫ

Целью данной дипломной работы является проведение анализа теоретических подходов в понимании сущности travel-журналистики как инструмента межкультурной коммуникации и на основании анализа эмпирического материала доказать, что travel-журналистика является инструментом межкультурной коммуникации.

Объектом исследования работы явилась журналистика, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях (от англ. travel).

Предмет исследования - журналистика как инструмент межкультурной коммуникации.

ЗАДАЧИ РАБОТЫ

Задачи данной работы:

- Анализ подходов в понимании явления travel-журналистики.
- Анализ отечественных и зарубежных подходов к пониманию явления межкультурной коммуникации.
- Изучение и анализ явления travel-журналистики как инструмента межкультурной коммуникации.
- Проведение анализа контента travel-телепрограммы «Ехал Грека» с целью доказать, что travel-журналистика является инструментом межкультурной коммуникации.
- Проведение анализа контента travel-телепрограммы «Поедем, поедим!» с целью доказать, что travel-журналистика является инструментом межкультурной коммуникации.
- На основе проведённого анализа теоретических исследований, и анализа эмпирического материала сделаны выводы о том, что travel-журналистика является инструментом межкультурной коммуникации.

НАУЧНАЯ НОВИЗНА

Научная новизна исследования заключена в том, что направление travel-журналистики на сегодня является малоизученным, научные исследования о travel-журналистике как инструменте межкультурной коммуникации практически отсутствуют. Были изучены, проанализированы отечественные и зарубежные научные исследования по данной теме и сделаны собственные выводы по этому вопросу.

Определение и виды travel-журналистики

travel-журналистика - это особое направление в массмедиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях (от англ. travel) в контексте разработки таких тем, как география, история, культура, экология, экономика и т.д.



Виды

- Travel-фильм;
- Travel-репортаж;
- Travel-шоу;
- Путевой очерк;

Межкультурная коммуникация

Межкул. коммуникация – связь и общение между представителями различных культур народов мира, что предполагает как непосредственные контакты между людьми и их общностями, так и опосредованные формы **коммуникации** (язык, речь, письменность, электронную **коммуникацию** и так далее).

В контексте нашей работы обмен культурными знаниями между народами происходит **через travel-журналистику.**



Межкультурная коммуникация

Межкультурная коммуникация подразумевает признание всех национальных общностей и уважительное отношение к ним в структуре мировой культуры. основополагающим является становление и формирование толерантного отношения к представителям иных культурных общностей, отличающихся религиозными, этническими и иными признаками.

Американскими исследователями К. Ситарамом и Р. Когделлом был создан Кодекс межкультурной коммуникации, включающий в себя принципы толерантного отношения к иной культуре. Создателем travel-телепрограмм и авторам travel-медиа-текстов в своей работе следует придерживаться принципов этого Кодекса.

Кодекс межкультурной коммуникации

1. Представители той или иной культуры не вправе устанавливать мировые стандарты.

6. С пониманием и уважением относиться к иной религии.

11. Акцент не является фактором неприятия чужой речи.

2. Уважать чужую культуру, как свою собственную.

7. С уважением относиться к культуре приготовления и потребления пищи народами различных культур.

12. Исходить из того, что в любой из культур есть что предложить миру, но ни у одной из них нет монополии на все аспекты.

3. Не судить ценности, убеждения и обычаи других культур на основе собственных.

8. Уважение к одежде представителей других культур.

13. Высокий социальный статус не должен являться фактором воздействия на поведение представителей различных культур в момент взаимодействия.

4. Необходимость понимания культурной основы иных ценностей

9. Толерантное отношение к запахам, если они приемлемы для представителей иных культур.

14. Осознавать, что научные данные не подтверждают превосходство одной этнической группы над другой.

5. Не ставить свои религиозные убеждения выше других.

10. Цвет кожи не является основой для не взаимодействия.

Образ стран через travel-журналистику

Travel–программы формируют образ той или иной страны. Исследователями в этой области выделяются **внешний** и **внутренний** образы.

Внутренний образ – это представления граждан о своей стране. **Внешний образ** – представления о стране негражданами страны. **Внешний образ страны** – определяющий фактор репутации данной страны, ее инвестиционной привлекательности и успешного развития туризма.

Так, исследователем Н.Н. Извековым выделяется ряд важных элементов, участвующих в формировании образа страны

(Сл. слайд)

Важные элементы, участвующие в формировании образа страны

Интенсивный рост экономики и успехи в развитии социальной сферы.

Экономический рост, благодаря модернизации технологий, внедрению новых научных изобретений и современного оборудования.

Развитие науки и техники, которое способствует прогрессу в сельском хозяйстве и промышленных отраслях.

Военный потенциал, позволяющий стране реализовывать геополитические цели и занять одно из ведущих мест в мировой политике.

Имидж страны (пояснение в докладе)

Положительный
имидж.

Слабо
выраженный
имидж.

Излишне
традиционный
имидж.

Противоречивый
имидж.

Смешанный
имидж.

Негативный
имидж.

Чрезмерно
привлекательны
й имидж.

Образ страны

Пейзажный образ
(климат, ландшафт,
флора, фауна).
Реклама

Этнографический образ
(особенности культуры и
традиций народов,
живущих на территории
той или иной страны).

Историко-культурный
образ (памятники
истории и культуры,
архитектурные
ансамбли города).

Межкультурная компетенция

- Одно из составляющих профессиональных качеств автора travel–медиа текста является обладание навыками межкультурной компетенции.

Важные особенности, которые рассмотрены на материале программ («ЕХАЛ ГРЕКА» («РОССИЯ – К»), «ПОЕДЕМ, ПОЕДИМ!» («НТВ»)

Знать и понимать свою и иную культуры.

Находиться в постоянном поиске новой информации о традициях, обычаях и особенностях различных культур.

Составлять план приемлемого поведения в другой стране, в соответствии с этикетом.

Обладать широким словарным запасом и умением грамотно выражать свои мысли.

Анализировать поведение собеседника, что может помочь при коммуникации с представителями различных культур.

Находить общий язык с представителями различных культур.

Избегать и предотвращать конфликтные ситуации между представителями различных культур.

Заключение

- Travel–журналистика эффективно воздействует на процесс самоидентификации различных народов мира.
Влияет непосредственно на формирование образов стран и народов в межкультурной коммуникации, а также на их имидж.
- Целью данной работы явилось проведение анализа теоретических подходов в понимании сущности travel-журналистики как инструмента межкультурной коммуникации и на основании анализа эмпирического материала доказать, что travel-журналистика является инструментом межкультурной коммуникации.

Заключение

- Travel–журналистика никогда не потеряет свою актуальность и останется востребованной у телезрителей, ибо это особое направление, постоянно развивающееся и с огромным потенциалом.