

**СФЕРА ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ  
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ  
(ОПЫТ РОССИЙСКО-ИРАНСКОГО  
КУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА)**

**TOURISM IN THE CONTEXT  
OF CULTURAL LINGUISTICS  
(EXPERIENCE OF RUSSIAN-IRANIAN  
CULTURAL DIALOGUE)**

*Статья содержит в себе информацию о том, каким образом ведется информационно-просветительская деятельность в туристической сфере в Иране и России. Автор рассказывает об организациях и учреждениях, несущих ответственность за централизацию и сбор информации о туристических объектах и объектах культурного наследия. Особое внимание уделяется информационным ресурсам, созданным при поддержке вышеупомянутых организаций.*

**Ключевые слова:** туризм, информационный центр, организация, веб-сайт, культурное наследие, туристический объект.

*The article contains some terms about the way enlightening activities in tourism in Russia and Iran are carried out. The author speaks about organizations and agencies responsible for centralizing and collecting information about tourist and cultural objects. Special attention is paid to different web resources created recently.*

**Keywords:** tourism, informational center, organization, website, cultural heritage, tourist object.

Динамично развивающаяся в современном обществе сфера туризма исторически формировалась как один из главных источников лингвокультурологических сведений и реальное пространство апробации и реализации приобретенной лингвокультурологической компетенции.

В наше время изменился технологический формат источников информации, но по-прежнему именно туризм, как никакая другая сфера, стимулирует и мотивирует когнитивные лингвокультурологические интенции путешественников, отличающихся от Геродота только высокой технологичностью организации своего путешествия, в том числе и с точки зрения его информационного обеспечения.

В современном мире нетрудно заметить общую тенденцию к централизации и информатизации данных во всех сферах общественной и научной деятельности. Сфера туризма также не является исключением. Внедряются новые тех-

нологии, создаются специализированные веб-сайты, мобильные и компьютерные приложения и программы, с помощью которых потенциальному туристу было бы проще ориентироваться в обширном спектре предоставленных туристических услуг и продуктов [1].

В Российской Федерации работа по централизации и информатизации туристической информации происходит на федеральном уровне. Министерство культуры совместно с Федеральным Агентством по туризму и другими подведомственными и вневедомственными организациями и объединениями постоянно совершенствуют законодательную базу туристической сферы. К тому же ведется очень активная деятельность в области оптимизации и расширения применения технических и информационных средств в туристической сфере [2].

В последнее время в России получили развитие туристско-информационные центры.

Туристско-информационный центр – это, как правило, некоммерческая структура, функционирующая в большинстве случаев на бюджетные

<sup>1</sup> Магистрант АНО ВО «Российский новый университет».

© Богоманшин А.И., 2016.

средства с целью обеспечения приема и информирования туристов, содействия органам местной администрации в области развития, координации туристской деятельности и продвижения турпродуктов на национальном и международном рынках [3].

В первую очередь подобные центры являются действенным инструментом для развития туризма не только в пределах своей страны, но и за ее пределами.

Создание туристско-информационного центра подразумевает выбор его организационно-правовой формы, а также определение целей деятельности, которые ставят перед собой разработчики проекта.

На сегодняшний день в России существует более 160 таких центров, включая и те, которые успешно развиваются в таких крупных городах, как Москва, Санкт-Петербург, Самара, Казань. Необходимо заметить, что Москва как столица Российской Федерации является важным туристическим центром страны.

Туристско-информационные центры (ТИЦ) представляют собой небольшие павильоны, главная цель которых – помощь туристам, которую оказывают квалифицированные консультанты. На сегодняшний день в Москве функционируют девять туристских информационных центров Москомтуризма. Они расположены на Белорусском, Ленинградском, Киевском, Павелецком, Курском и Казанском железнодорожных вокзалах, в аэропортах «Шереметьево» и «Внуково», в Государственном историческом музее.

Санкт-Петербург называют жемчужиной архитектуры, Меккой мирового туризма и он также является одним из туристических центров России. Именно в Петербурге была создана первая в России единая государственная бесплатная информационная служба по туризму, которая сейчас носит название Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Городское туристско-информационное бюро».

Сегодня в Санкт-Петербурге работают более 10 информационных центров, которые расположены в непосредственной близости от основных достопримечательностей города.

Любой заинтересованный гражданин или предприятие имеют право воспользоваться информационной поддержкой центра по всем интересующим вопросам, которые связаны с туризмом.

Мониторинг деятельности туристско-информационных центров, существующих на территории Российской Федерации, показал, что каждый центр имеет свои принципиальные различия как

в выборе оптимальной для себя организационно-правовой формы, так и в постановке перед собой главной цели, задач, модели построения, условий финансирования.

Такая разноплановость влечет за собой появление проблемных вопросов, касающихся успешного создания и дальнейшего развития российских центров.

Для решения этих проблем и координации дальнейшей работы туристских информационных центров необходимо прежде всего выработать единую систему их деятельности.

Именно для этих целей была организована Национальная ассоциация информационно-туристских организаций, которая создает единое туристско-информационное пространство и содействует развитию туристско-информационной деятельности в России. На сегодняшний день можно сказать о том, что эта Ассоциация эффективно справляется со своими задачами, привлекая с каждым годом все большее количество туристско-информационных центров к сотрудничеству по всей России [4].

Создание таких центров также подразумевает затраты денежных средств, поэтому, чтобы успешно решить этот вопрос, существует возможность найти инвесторов как в лице муниципальных органов власти, так и частных предпринимателей. Таким образом, можно сказать, что туристско-информационные центры благоприятно влияют на развитие страны, а также формируют положительный туристский имидж Российской Федерации.

В Иране информационно-просветительские функции в сфере туризма в основном лежат на Организации по культурному наследию, народным промыслам и туризму Ирана (перс. *نامزاس* *ایرگش درگ و یتسد عیان ص، یگن هرف ثاری*).

Организация занимается созданием и распространением стандартов, инструкций, правил и положений для строительства, интеграции, развития и ликвидации культурных центров, гостиниц, гостиничных учреждений, различных комплексов, сервисных и туристических агентств, центров и ассоциаций, связанных с туристической деятельностью [5].

Под контролем Организации по культурному наследию, народным промыслам и туризму Ирана находятся многочисленные ведомства, которые координируют работу министерств, туристских учреждений и агентств с целью распространения, и развития внутреннего туризма.

Одной из важнейших функций, которые выполняет Организация, является создание расширенных баз данных, которые включают в

себя сведения о местонахождении, особенностях, спецификациях различных туристических агентств, пунктов обмена иностранной валюты, отелей и гостиниц, природных и исторических достопримечательностях, музеев.

Так, под эгидой Организации по культурному наследию, народным промыслам и туризму Ирана был создан единый электронный сервисный центр (<http://eservices.ichto.ir/>), который предоставляет доступ к следующим сервисам и услугам:

1) <http://www.visitiran.ir/fa/> – информационный портал, на котором собрана информация о различных туристических направлениях, исторически важных местах. Также на портале имеется список гостиниц и прочих мест, в которых турист мог бы остановиться;

2) <http://ta.ichto.ir/> – портал регистрации и лицензирования организаций, оказывающих туристические услуги;

3) <http://tnamad.ichto.ir> – на данном портале организации получают разрешение на ведение туристической деятельности;

4) <http://hl.ichto.ir/> – портал, на котором ремесленники и владельцы народных мастерских могут зарегистрировать свою мастерскую и получить разрешение на ведение индивидуального или иного производства;

5) <http://app.ichto.ir/> – мобильное приложение для мониторинга туристических услуг;

6) <http://cirm.ichto.ir> , <http://khedmat.ichto.ir/> – сайты с формой обратной связи, которые позволяют связаться с ответственными организациями для получения необходимой информации либо для оставления жалобы на организацию, оказывающие какие-либо услуги связанные с туристической сферой.

Интенсивность развития российско-иранских отношений оказывает заметное влияние на расширение информационной составляющей обеспечения иранского туристического бизнеса, формирование новых источников и направлений информации, новых баз данных, расширение и обновление профессионального тезауруса, что является отражением того, как практическая лингвокультурология, являясь комплексной научно-методологической парадигмой, в современных условиях оптимизирует и развивает сферу бизнеса.

Резюмируя сказанное, можно сделать вывод, что тенденция к информатизации и централи-

зации информации, связанной с туризмом, как с российской, так и с иранской стороны, действительно существует. При содействии правительства и отдельных организаций были созданы вспомогательные информационные электронные ресурсы, что, несомненно, упрощает как сам процесс поиска необходимой информации, так и дает возможность оперативной обратной связи с ответственными организациями.

К числу основных направлений деятельности субъектов сферы туризма в соответствии с этими положениями следует отнести:

- доступ к туристической информации;
- укрепление доверия и информационной безопасности при использовании ИКТ в сфере туризма;

- создание благоприятной среды развития сферы туризма в условиях развития информационного общества;

- создание электронных приложений инфраструктуры туризма;

- развитие культурного разнообразия, культурной самобытности и языкового разнообразия;

- развитие специализированных электронных средств массовой информации туристической направленности;

- совершенствование технических аспектов туристической деятельности в условиях становления информационного общества.

Эти направления имеют непосредственное отношение к современным проблемам лингвокультурологии, поскольку обеспечивают необходимой лингвокультурологической информацией всех заинтересованных участников процесса взаимодействия в сфере туризма, формируя его лингвокультурологический контекст.

### Литература

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в туристской индустрии. – М.: Кнорус, 2017. – 277 с.

2. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 18.04.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

3. ГОСТ Р 56197-2014 (ИСО 14785:2014) Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования.

4. <http://naito-russia.ru/>

5. <http://www.ichto.ir/رد-د-ت-ن-و-ا-ع-م-ي-ر-گ-ش-د-ر-گ-داگن-کي>