

УДК:316.774:796.5

## ТУРИЗМ ЯК КОМУНІКАЦІЯ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ

**Юлія Зеленюк**

*Класичний приватний університет  
бул. Жуковського, 70-б, 69002, м. Запоріжжя, Україна*

В статті наведено визначення туризму як комунікативного впливу, в основі якого лежить переміщення. Наголошується на тому, що здатність людини навчатися подорожуючи та подорожувати навчаючись (суміщати різні види діяльності) реалізується завдяки вкладеності туризму, спрямованості на інформаційний вплив цієї сфери зайнятості.

**Ключові слова:** туризм, комунікація, навчальний процес, вкладеність, інформаційна діяльність.

**Вступ.** У сучасному глобалізованому світі популярними є переміщення людей із метою навчання. Перед дослідниками туризму постає питання, наскільки такі переміщення можна вважати туристичними. Переплетення навчальної діяльності й туризму стали настільки різноманітними, що іноді чітко розмежувати їх не уявляється можливим. У зв'язку з цим потрібно охарактеризувати всі види інформаційної діяльності, в яких стикаються процеси навчання й туристичної діяльності.

**Актуальність** досліджуваної проблеми полягає в дослідженні переміщень людей із метою навчання, у вирішенні дилеми, чи можна такі переміщення вважати туристичними. Специфіка навчального процесу як жорстко обумовленої комунікаційної діяльності, яка поєднана з педагогічним впливом, зумовлює особливе сприйняття мандрівок і подорожей. У дослідженні цих взаємовпливів необхідно висвітлити суспільну традицію та сьогодення туризму з метою навчання.

**Метою** нашої роботи є дослідження механізму реалізації туризму в процесі навчання та висвітлення його особливостей.

Поставлена мета конкретизується в **завданнях:** дослідити туристичні переміщення людей; визначити суть туризму як переміщення, міграцій тощо, дослідити особливості туризму з метою навчання.

**Характеристика літератури** з досліджуваної проблеми.

Історичні аспекти туризму в УРСР досліджують Є.І. Веретенников і І.О. Дрогов [1], в Україні – В.К. Федорченко та Т.А. Дьорова [6], сучасний етап розвитку туризму – М.П. Кляп [3], Г.П. Науменко [5]. Організаторські моменти туристичної діяльності висвітлює М.П. Мальська [4]. Асимілятивно-дисимілятивні процеси між дискурсами дослідила О.В. Зернецька [2].

**Об'єктом дослідження** є особливості туризму з метою навчання.

**Предметом дослідження** є переміщення в процесі туризму.

**Наукова новизна** статті полягає в тому, що вперше досліджено взаємовпливи навчального процесу, переміщення людини в навчальних цілях і туристичної діяльності. Прослідковано вкладеність вищезазначених комунікаційних процесів, на основі чого зроблено висновок про їх універсальність.

**Теоретичне значення** статті полягає в тому, що її результати можна використати студентам при написанні курсових і дипломних проектів із туризму, культурології, журналістики та комунікаційної діяльності, викладачам – при викладанні курсів із вищезазначених дисциплін.

**Виклад основного матеріалу.** Досліджуючи туризм насамперед як інформаційну діяльність, слід наголосити на прагненні індивіда задовольнити власні пізнавальні потреби шляхом ознайомлення з довколишнім світом, розширення меж пізнаваного. Туризм можна трактувати як особисту комунікацію людини з об'єктом туристичного інтересу. В процесі здійснюється інформаційний вплив туристичної пам'ятки на людську особистість [1, с. 23]. Інформаційний вплив виявляється тим потужніший, що більше людина здатна сприйняти інформацію про об'єкт туризму та класифікувати її як важливу. Така готовність у суб'єкта туризму формується здебільшого тоді, коли об'єкт туризму одночасно є об'єктом навчальної діяльності та справляє на свідомість людини максимальний інформаційний вплив [4, с. 12]. Тому дослідження взаємодій туризму та навчальних процесів є продуктивним при з'ясуванні суті суспільних комунікацій.

Туристичні переміщення людей розподіляються за цілями (й, відповідно, об'єктами) на санаторно-курортні, рекреаційні, спортивні, культурні, релігійні. Крім того, розвиваються такі нові види як екологічний (зелений) туризм, зелений туризм, а також види туризму, пов'язані з налагодженням інформаційних зв'язків (бізнес-туризм). Новітні види туризму більш орієнтовані на підсилення інформаційних взаємодій та інтеграцію людини в сприйняття та засвоєння інформації – своєрідний навчальний процес. Особливо тісно з інформаційними взаємодіями пов'язаний бізнес-туризм, який пов'язаний із відвіданням філіалів корпорації, розташованих у межах одної чи кількох країн. Іноді всесвітні торговельні компанії організують для своїх кращих працівників туристичні поїздки в екзотичні країни з метою навчання й підсумкового покращення показників продажів, - зокрема, компанії Amway, Nahrine, NSP. Нарешті, третій вид взаємодій «туризм – навчання» спостерігається у випадку вступу абітурієнта до вузу, досить віддаленого від місця проживання та знаходиться в межах країни або за кордоном. Крім того, переміщення з навчальною метою в плані участі в конференціях, круглих столах теж можуть розцінюватися як туристичні. Іноді в навчальних закладах можуть організовуватися екскурсії з метою зблизити розрізнений учнівський колектив, розрядити напруження від навчання, виробити в учнів уміння сприймати естетичні враження.

Туризм – це багатогранний процес комунікації мети подорожі суб'єкта комунікації з об'єктом комунікації. Туристична й навчальна діяльність суміщаються в тих випадках, коли відбувається інформаційний вплив із метою

навчання під час подорожі. За процесами асиміляції та дисиміляції дискурсів, які відкриті О.В. Зернецькою на прикладі технологічного та інформаційного дискурсу [2, с. 56], можна сказати, що дискурси навчання та туризму в деяких випадках асимілюються, утворюючи нові види навчально-туристичної діяльності.

Туристична подорож як навчання може трактуватися як набуття знань про світ і конкретно в результаті подорожі. Турист у процесі подорожі набуває доступу до різних видів інформації: розклади руху транспорту, особливості інфраструктури та сфери послуг, налагодженість туристичного маршруту, оцінка діяльності гіда (якщо він є), оцінка стану пам'ятки, оцінка власного фізичного та морального стану до, після та під час здійснення туристичної подорожі [4, с. 38]. Саме момент самооцінки туристом процесу авто комунікації з об'єктом туристичної подорожі й є загальною оцінкою процесу туристичної комунікації.

Отже, навчально-туристичні комунікаційні взаємодії зводяться до таких основних моментів як бізнес-туризм, який основним своїм змістом має навчання після переміщення; навчання впродовж туристичної подорожі (екскурсії Києвом у супроводі екскурсовода і подібні заходи [5, с. 8]); виїзд на навчання в інше місто або країну; туризм під час навчання як участь у конференціях; організація екскурсій як доповнень до навчального процесу, як метод закріплення навчального матеріалу; туристична подорож як навчання.

Характеризуючи бізнес-туризм, слід зазначити, що переміщення суб'єкта залежать насамперед від його робочих, бізнесових інтересів, а туристичні об'єкти розглядаються як приємні інформаційні додатки до ділових справ. Питанням бізнесу відводиться провідна роль, проте компанія може організувати для співробітників екскурсії місцевими видатними історичними пам'ятками. Туристична комунікація тут виконує другорядну роль – як організація завершеного образу міста, в якому бізнесменові випало працювати.

Навчання в ході туристичної подорожі тісно суміщає навчальні й туристичні цілі, встановлюючи між ними паритет. Мета такого навчання-подорожі – пов'язати у свідомості учня навчальний процес із поняттями відпочинку та екзотики, закріплюючи думку про позитивні моменти професіоналізації [6, с. 44]. Таке навчання застосовне до менеджерів професійних торгових компаній. Туристична подорож тут дає симпліфікуючий ефект, посилюючи мотивацію того, хто навчається.

Переміщення в результаті вступу студента до ВНЗ справляє туристичний вплив новизни тільки на початку. В міру тривалості навчання незнайомий населений пункт перетворюється на знайомий: відбувається освоєння в найбільш філософсько-життєвому сенсі поняття. Студент вивчає пам'ятки та видатні місця, нерідко стає обізнаний із містом не гірше, ніж із власним населеним пунктом. Туристичний ефект новизни в студента ВНЗ зникає досить швидко ще й тому, що усталюється й налагоджується побут, виникає потреба інтегруватися в навчальний процес за короткий проміжок часу.

Поїздки до місця проведення конференцій можуть розцінюватися учасниками як туристичні відрядження завдяки швидкому цілеспрямованому переміщенню та туристичній невлаштованості побуту. Крім того, деякі сучасні конференції завершуються туристичними екскурсіями з метою показати

принади місця проведення заходу [3, с. 42]. Тут туристичні враження явно чергуються з навчальними, внаслідок чого між ними встановлюється певний паритет.

Організація екскурсій, що переривають навчальний процес, інтегрує туристичну комунікацію в рамки часу, вільного від навчання. Туристична поїздка в цьому сенсі є хорошою альтернативою навчальним перевантаженням. Туристична інформація сприймається як розважальна, знаходиться на другому плані після навчальної.

Туристичну подорож як навчання можна трактувати тоді, коли сприйняття інформації про туристичний об'єкт стає обов'язковим і перетворюється на самоціль. Одна з можливостей для такого сприйняття туристичних об'єктів – робота туристичного журналіста. Туризм і туристична інформація тут, стає альтернативою навчальній діяльності.

У зв'язку з високою прибутковістю туризму дедалі більше на державному рівні усвідомлюється необхідність його популяризації. Виявлення та благоустрій придатних для туристичної діяльності маршрутів, місць, пам'яток відбувається завдяки акціям «7 чудес України», «Україна туристична» та інших подібних до них.

В інформаційне поле ЗМК внаслідок правильно організованої піар-кампанії потрапляють туристичні принади відомих курортів – таких як, наприклад, «Буковель». Зв'язок туризму з навчанням на таких курортах можна вбачати в спеціальній підготовці спортсменів, зокрема, з лижного спорту.

Головне призначення туристичної журналістики полягає в тому, щоб написати не рекламний, а об'єктивний матеріал, який охопив би не тільки плюси, а й мнуси тих чи інших об'єктів туризму з метою подання інформації про об'єктивну ситуацію широкому загалу.

**Висновки.** Отже, навчально-туристичні комунікаційні взаємодії зводяться до таких основних моментів як бізнес-туризм, навчання впродовж туристичної подорожі виїзд на навчання в інше місто чи країну, туризм як участь у конференціях, навчання за допомогою екскурсій, туристична подорож як навчання. Бізнес-туризм як вид навчально-туристичної діяльності основним своїм змістом має навчання після переміщення. Прикладом навчання впродовж туристичної подорожі є екскурсії Києвом у супроводі екскурсовода і подібні заходи. Туристичний і навчальний дискурси швидко дисимілюються в процесі виїзду на навчання в інше місто або країну. Туризм як участь у конференціях стає дедалі популярнішим у сучасному світі у зв'язку з вимогою більшої насиченості інформаційного простору, внаслідок чого під час конференцій учасникам пропонується відвідати історичні місця, культурні пам'ятки тощо. Організація екскурсій як доповнень до навчального процесу сприяє покращенню запам'ятовування матеріалу, підвищує організованість навчального процесу, знімає напругу й перевантаження впродовж навчального процесу. Екскурсії є ефективним педагогічним методом закріплення навчального матеріалу. Туристична подорож може розглядатися як навчання в найбільш широкому значенні слова – як набуття нових знань про світ.

**Плани й перспективи щодо подальших досліджень.** Перспективним є дослідження рекламної комунікації, феномену туристичної моди, сенсацій у

туризмі, навчально-туристичних взаємодій, репрезентацій навчально-туристичних взаємодій у мас-медіа.

- 
1. Веретенников Е.И., Дрогов И.А.. Общественный туристический актив: Подготовка, обучение, воспитание. / Евгений Иванович Веретенников, Игорь Алексеевич Дрогов. – М.: Профиздат, 1990. – 176 с.: ил. – (Библиотечка самодеятельности туриста).
  2. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект) / О.В. Зернецька. – К.: Наукова думка, 1993. – 130 с.
  3. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: Навчальний посібник / М.П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.
  4. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності: Підручник / М. П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Знання, 2010. – 310 с. + 1 СД-РОМ
  5. Науменко Г. П. Система потреб людини та туризм / Г.П. Науменко // Туристично-краєзнавче дослідження. – Вип. 6. – С. 3 – 14.
  6. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник. / В.К. Федорченко, Т. А. Дьорова, Передмова В.А. Смолія. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.: іл.

## TOURISM AS A COMMUNICATION IN THE LEARNING PROCESS

**Yuliya Zelenyuk**

*Classic Private University*

*Zhukovskogo str. 70-b, 69002, Zaporizhia, Ukraine*

In this article the definition of tourism as a communicative impact, which is based on movement. It is noted that the ability to learn travel traveling and learning (combine different activities) implemented by nesting tourism focus on the impact of information in this field of employment.

**Keywords:** tourism, communication, teaching, nesting, information activities.

## ТУРИЗМ КАК КОММУНИКАЦИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

**Юлия Зеленьюк**

*Классический частный университет*

*ул. Жуковского, 70-б, 69002, г. Запорожье, Украина*

В статье приведены определения туризма как коммуникативного воздействия, в основе которого лежит перемещения. Подчеркивается, что способность человека учиться путешествуя и путешествовать учась (совмещать различные виды деятельности) реализуется благодаря вложенности туризма, направленности на информационное воздействие этой сферы занятости.

**Ключевые слова:** туризм, коммуникация, учебный процесс, вложенность, информационная деятельность.

*Стаття надійшла до редколегії 23.12.12*

*Прийнята до друку 10.01.13*