

УДК 291.37:37.013

Зеленюк Ю.О.,*аспірант Класичний приватний університет, м. Запоріжжя, Україна*

РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ВИХОВАННЯ ЛЮДСЬКОЇ ОСОБИСТОСТІ

У статті розглядаються особливості релігійного туризму святими місцями, культовими спорудами та об'єктами священної історії. Комунікаційна суть релігійного туризму полягає в його позитивному впливі на особистість туриста та на мікросоціум, який його оточує.

Ключові слова: комунікація, туризм, мікросоціум, виховний вплив, суб'єкт комунікації, об'єкт комунікації.

Zelenjuk Y.O. Religious tourism as a communication education's means of the human personality

В статті розглядаються особливості релігійного туризму святими місцями, культовими спорудами та об'єктами священної історії. Комунікаційна суть релігійного туризму полягає в його позитивному впливі на особистість туриста та на мікросоціум, який його оточує.

Ключевые слова: коммуникация, туризм, микросоциум, воспитательное воздействие, субъект коммуникации, объект коммуникации.

Zelenjuk Y.O. Religious tourism as a communication education's means of the human personality

The article deals with the features of religious tourism to holy places, religious buildings and objects of sacred story. Communication essence of religious tourism is in its positive impact on the individual tourist and the micro-society that surrounds him or her.

Key words: communication, tourism, micro-society, nurturing, communication subject, communication object.

За двадцять років незалежності України активно розвиваються гуманітарні науки, проблематизуються ті сфери знання, які донедавна не привертали уваги науковців. Однією зі сфер вивчення є релігійний туризм, обійдений мовчанням у період СРСР. Явище

релігійного туризму містить у собі не тільки потужний комунікаційний заряд, але й етично-виховні потенції, які вимагають вдумливого та серйозного дослідження.

Тема туризму та паломництва до релігійних споруд є абсолютно не вивченою, не репрезентованою в українській гуманітаристиці. Проте релігійний туризм як власне наукова проблема ще чекає своїх дослідників. Щодо педагогічного впливу на людську особистість корисними для нашого дослідження є праці К. Абульханової-Славської, В. Сухомлинського, Г. Ващенко.

Метою статті є проаналізувати релігійний туризм як явище комунікаційних впливів найрізноманітнішого спрямування на людську особистість.

Вищезазначена мета конкретизується в завданнях статті: 1) дати визначення релігійного туризму й окреслити його види; 2) проаналізувати комунікаційну суть туризму по культових спорудах; 3) наголосити на педагогічних впливах, застосовуваних до людської особистості; 4) охарактеризувати роль релігійного туризму у вихованні людської особистості.

Об'єктом дослідження є туризм.

Предметом дослідження є релігійний туризм як засіб впливу на людську особистість.

Явище релігійного туризму на даний момент складається з проблем, які є зовсім не висвітленими в українській науковій думці. Це проблеми наукової рецепції об'єктів релігійного туризму, суті та специфіки релігійного туризму як явища комунікації, сукупності впливів об'єктів релігійного туризму на людську особистість, ціннісно-смыслового об'єкту людської особистості, який актуалізується завдяки мандрівкам об'єктами релігійного туризму, етичного кодексу поведінки в культових місцях, проблем історичної пам'яті, співдії з громадами всередині полікультурного суспільства та багатьох інших, які тією чи іншою мірою пов'язані з суттю релігійного туризму. Отже, проблема релігійного туризму є абсолютно недослідженою в українській комунікативистиці.

Практичне значення дослідження полягає в можливості дослідження раніше невивчених проблем, пов'язаних із аксіологічним та виховним впливом релігійного туризму на людську особистість, у зв'язку з чим може використовуватися як матеріал для подальших досліджень комунікативної суті туризму та в можливості застосування наукових результатів статті для лекцій із теорії кому-

нікації, туризму, релігієзнавства, для написання студентами відповідних курсових, дипломних і бакалаврських робіт.

У всі часи, починаючи з древньої античності, туризм був унікальною діяльністю людини з пізнання довколишнього світу. Суть туризму полягає в тому, що людина безпосередньо, особисто, як сприймаючий суб’єкт, стає реципієнтом нового в результаті здійснення мандрівки, подорожі. В такому разі мета подорожі, об’єкт, заради якого здійснюється мандрівка, стає безпосередньо об’єктом сприйняття туриста як реципієнта. Турист у подорожі є суб’єктом – активною сприймаючою стороною комунікації. Відповідно до наявності в туристичній діяльності об’єкта та суб’єкта комунікації туризм є одним із проявів комунікаційної діяльності.

Туризм здійснюється з давніх часів. Як зазначив К. Леві-Стросс, французький дослідник, у давніх суспільствах комунікація здійснювалася «товарами, грошима і жінками» [4, с. 309]. Виняткова популярність туристичної діяльності в наші дні пояснюється тим, що в суспільстві зберігається стійкий інтерес до пізнання нових кодів і смислів та транслювання своїх кодів і смислів у іншу культуру безпосередньо під час її сприйняття. Іншими словами, відбувається взаємний обмін культурними кодами. Універсалізм туристської діяльності бере початок в універсалізмі людської особистості, в способах діяльності, спрямованих на здійснення її намірів і бажань. Тому туризм як різновид комунікаційної діяльності в частині свого здійснення залежить від суб’єкта – туриста.

Сенс релігійного туризму полягає в тому, що об’єктом туристського сприйняття є об’єкт або предмет культового поклоніння. З давніх часів відомі паломницькі мандрівки християн до Єрусалиму, а мусульман – у Мекку, що зазначають автори В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова: «І в період середньовіччя мільйони людей здійснювали подорожі. Релігійні переконання спонукали їх долати довгий шлях до святинь: мусульман – до Мекки, християн – до Єрусалиму» [8, с. 6]. Крім того, суб’єкти туристичної комунікації в процесі релігійного туризму мають на меті довершити, довести до кінця власні духовні практики з метою досягнення катарсису та особистісної цілісності. Тому релігійний туризм ще більш багатогранний і місткий, аніж звичайна туристична подорож. Отже, комунікаційне визначення релігійного туризму є таким: релігійний туризм – це подорож мандрівника з метою не тільки побачити

культовий об'єкт поклоніння, а й осягнути катарсис і таким чином здобути духовну цілісність.

Можна виокремити такі види релігійного туризму за об'єктом туристичної діяльності як паломництво до святих місць (джерел, каменів, гір, на яких «являлася» Матір Божа чи хтось зі святих), до культових споруд (церков, монастирів), а також до об'єктів священної історії (місць народження Ісуса, Божої Матері, розп'яття Ісуса, інших місць, що нагадують основні віхи біблійної історії). За суб'єктом туристичної діяльності релігійний туризм можна розподілити на паломництво та звичайний релігійний туризм. Паломництво можна трактувати як туристичну подорож суб'єкта до об'єкта культу, супроводжувану глибокою вірою суб'єкта в чудодійну, божественну силу святині. «Звичайним» релігійний туризм буде в тому випадку, якщо до культових споруд, до їх інформаційно-культурних смислів прилучатиметься атеїст.

Комунікаційна суть релігійного туризму полягає в можливості релігійного збагачення суб'єкта подорожі – туриста. В цьому сенсі культові споруди виступають не тільки об'єктами туристичної комунікації, але й її суб'єктами – коли після повернення туриста з мандрівки він починає ділитися побаченим і почутим або, інакше кажучи, транслює духовні цінності та смисли в близький йому соціум. Це узгоджується з тезою Г.-Г. Гадамера про взаємовпливи предмета вивчення на суб'єкта, який вивчає цей предмет [3, с. 114].

У цьому випадку релігійні пам'ятки та культові об'єкти стають неначе суб'єктами комунікації з усім набором інформаційних характеристик, який їх супроводжує. Тут культові споруди за посередництвом туриста, який здійснив мандрівку, комунікують із рідним туристу соціумом. Таким чином посилюється інформаційно-комунікаційний вплив на суспільство й закладаються передумови для подальших туристичних подорожей.

Слід зазначити, що релігійний туризм має значний комунікативний потенціал, завдяки якому здійснює вплив на формування аксіологічно-сміслового обр'ю людської особистості. Видатні українські педагоги, зокрема, В. Сухомлинський, Г. Ващенко наголошували на необхідності виховання в особистостях учнів добра та розуміння, потягу до пізнання та до підвищення свого культурного рівня, що посприяло б їх подальшій успішній діяльності та реалізації в житті. Слова В. Сухомлинського з цього приводу символічні: «Вчитель повинен стояти на службі добра...» [7, с. 92].

Проте загальноновизнаним є факт, що для повноцінного формування особистості учня необхідно залучати позанавчальні, позашкільні засоби, які цілком можуть стати факторами розвитку особистості. Одним із таких засобів, безперечно, є паломництво до святині.

К.А. Абульханова-Славська наголошує на усвідомлення самоцінності життя, на привнесення в нього само значущого смислу самою людиною [1, с. 92]. Водночас дослідниця проводить думку, що для повноцінного розвитку особистості слід сформувати її вміння послуговуватися ідеалами, в тому числі й релігійними [1, с. 49]. Ця думка в 1990 році в науці була революційною, оскільки давала підстави для досліджень різноманітних зв'язків і варіацій формування духовності від системи ідеалів і аксіологічних уявлень у психіці людини.

За умови, що людська особистість досить розвинута, вона може зрозуміти цінність і унікальність комунікаційного моменту прилучення до релігійної пам'ятки – об'єкта культового поклоніння. За уявленнями педагогів, прилучення учнівських особистостей до ідеалів, до ціннісного обр'ю відбувається поступово. Ще В. Сухомлинський наголошував, що погодження учнів із ідеалами й виховними цінностями проходить у кожній особистості по-різному: в дітей із благополучних сімей – без видимого супротиву, легко, а в дітей із проблемних сімей – зі значним доланням недовіри [7, с. 55].

Як зазначає Ф. Медвідь, митрополит Андрей Шептицький наголошував на необхідності раннього прилучення дітей до поцінування релігійних святинь, до врочистих обрядових дійств, які в них відбуваються [5]. Він рекомендував розвивати в дитячих душах прагнення до миру й толерантності на основі розуміння Іншого не як ворога, а як друга. За такої виховної спрямованості людської особистості комунікаційні взаємодії відбудуться набагато легше.

Християнський виховний ідеал у баченні Г.Вашенка, формується засобами певної форми релігії, скеровує віруючого на Царство Боже шляхом наслідування Христа. Істинному християнину потрібно так читати і вдумуватися у Святе Письмо, щоб не лише зрозуміти його думку, а й дух [2, с. 42]. Дієвим засобом при вихованні християнського ідеалу, який тісно корелює з «українським національним виховним ідеалом» (с. 56), є відвідання церков, присутність особистості, яка формується, на різноманітних обрядових дійствах, релігійних ритуалах.

Зрештою, релігійна подорож або паломництво здійснює вплив не тільки на життя окремого туриста й не тільки в плані інформаційно-комунікаційних аспектів, а й на мікросоціум, із яким він спілкується. Так – через туриста – поширюється і здійснюється комунікаційний вплив культових споруд, у якому об'єкти поклоніння виступають як суб'єкти комунікації.

У вихованні людської особистості релігійний туризм грає першорядну роль. Прилучення до релігійної святині стає визначальною подією для особистості.

За умови, що слід розрізняти паломництво та релігійний туризм, робиться висновок, що культові споруди й пам'ятки як об'єкти туристичної комунікації справляють більш потужний виховний вплив на особистість віруючого туриста, ніж атеїста. Загалом слід окреслити такі ланки інформаційно-комунікаційного впливу релігійного туризму:

- усвідомлення туристом цінності пам'ятки;
- організація туристом своєї подорожі відповідно до її мети;
- усвідомлення історико-культурних моментів, пов'язаних із пам'яткою;
- формування в туриста цілісного враження від подорожі;
- підведення підсумків подорожі, які полягають у відповіді на питання, чи було досягнуто мети;
- привнесення в життя туриста набору символічних значень, культурних кодів і символів, що пов'язані з пам'яткою: наприклад, ікона «Невипивана чаша» – заперука від алкоголізму, мирро – заперука достатку, свята вода – заперука святості в домі тощо;
- поширення в мікросоціумі туриста-паломника інформації про подорож до культового місця та про його смисли та вплив.

За позитивного вирішення цих моментів комунікація туриста з об'єктом культури може вважатися успішною, як і комунікація об'єкта культури через туриста в його мікросоціум. Успішність такої комунікації зростає, якщо турист внутрішньо готовий сприйняти високу духовну цінність, якщо турбується не тільки про власні їжу й відпочинок, а ще й про духовне та культурне збагачення, яке відбувається в місці зустрічі його з релігійною пам'яткою. Така готовність формується не тільки в мікросоціумі, який оточує туриста-паломника, а й в основному під час тривалої подорожі, яка психологічно готує людську особистість до сприйняття нового, незвіданого.

Комунікаційний вплив від паломницької подорожі та спілкування з релігійною пам’яткою турист може поширювати усно й письмово, а також через засоби масової комунікації – Інтернет, пресу, меншою мірою – через радіо, телебачення. Ключовим моментом у поширенні цієї інформації є фактор доступності: людині, яка працює в ЗМК, поділитися особистими враженнями з аудиторією набагато легше, ніж людині, далекій від ЗМК [6, с. 22]. Безумовно, Інтернет є найбільш доступним з-поміж інших засобів масової комунікації.

На нашу думку, тривале в часі паломництво допомагає туристові вивірити мету, уточнити очікування від поїздки, відчутти внутрішній органічний зв’язок святині зі своєю особистістю. Паломництво у внутрішньо-психологічному сенсі сприяє формуванню в характері людини таких рис як мужності та рішучості, а також виваженості та терплячості, сприяє загартуванню характеру в очікуванні труднощів від поїздки.

Отже, науковим результатом визначення релігійного туризму є той, що релігійний туризм – це подорож мандрівника з метою не тільки побачити культовий об’єкт поклоніння, а й досягнути катарсис і таким чином здобути духовну цілісність. В процесі дослідження наголошено на різновидах релігійного туризму – власне подорож (мандрівка атеїста, спрямована на досягнення інформаційно-культурологічних моментів пам’яток релігії) та паломництво (мандрівка глибоко віруючої людини, пов’язана з реалізацією глибоких внутрішньо-психологічних релігійних аспектів). Комунікаційна суть туризму, об’єктом якого є культові споруди, полягає в тому, що спочатку турист комунікує з об’єктом культу, а потім споруда здійснює комунікаційний вплив на мікросоціум туриста. Об’єкти релігійного паломництва можна розподілити на три типи за ступенем важливості: святі місця, культові споруди, а також об’єкти священної історії. Паломництво здійснює організуючий і виховний вплив на характер людини, в момент подорожі підсилює психологічну готовність туриста до сприйняття ним святині, сприяє вихованню кращих рис і загартуванню характеру. Інформація про паломницькі подорожі може поширюватися засобами комунікації, найбільш доступним із яких є Інтернет.

Перспективним є дослідження повідомлень у ЗМК, особливо у пресі, моментів паломництва та релігійного туризму, а також моментів виховного впливу на мікросоціум; а також зв’язку туризму та педагогіки, інфраструктури релігійного туризму тощо.

Список використаної літератури та джерел:

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. / К.А. Абульханова-Славская. – М.: Мысль, 1991. – 299, [2] с.
2. Ващенко Г. Виховний ідеал: підручник для педагогів, виховників, молоді і батьків: Т.1 / Григорій Ващенко. – Полтава: Ред. газ. «Полтавський вісник», 1994.
3. Гадамер Г.-Г. Герменевтика і поетика / Ганс-Георг Гадамер. – К.: Юніверс, 2001. – 235 с.
4. Леви-Стросс К. Структурная антропология. / Леви-Стросс Клод. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 394 с.
5. Медвідь Ф. Митрополит Андрей Шептицький як духовний будівничий української нації. / Федір Медвідь [Електронний варіант]. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=42&c=852>
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / М. Стівенс, Б.М. Олсон; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К.: КМА, 2008. – 407 с.
7. Сухомлинський В. О. Вибрані твори. / Василь Олександрович Сухомлинський. – К.: Радянська школа, 1976. – Т. 1. – 654 с.
8. 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.