

Е. В. Рябова,
кандидат педагогических наук

ТУРИСТСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СРЕДСТВО ИНКУЛЬТУРАЦИИ ЛИЧНОСТИ

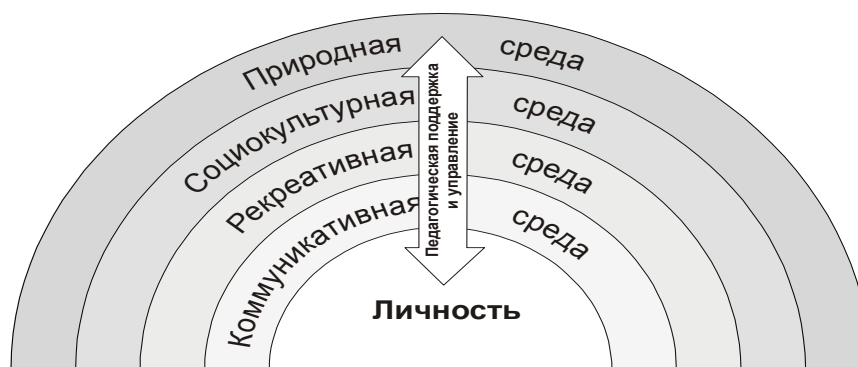
Туризм на рубеже XX и XXI вв. стал явлением, которое вошло в повседневную жизнь миллионов жителей планеты. Он представляет собой деятельность, имеющую важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившись в важную форму использования свободного времени отдельных граждан и основное средство межличностных связей, социально-экономических и культурных контактов.

Интенсивное развитие туризма приводит к необходимости научного осмысления этого социокультурного феномена, поэтому он является предметом научных исследований различных отраслей знания, в том числе педагогики. Так, в работах ведущих отечественных и зарубежных педагогов (Н. К. Катович, Ю. М. Лагусева, А. А. Остапца и др.) раскрыт гуманитарный характер туризма, проявляющийся в эффективном влиянии на процессы социализации и инкультурации личности.

Инкультурация есть вовлечение человека в мир культуры, в систему знаний о мировой и отечественной культуре и сложившихся в обществе ценностных и нормативно-регулятивных установках, а также в культуросозидающую деятельность [1], что в полной мере отвечает целям туризма и составляет его содержательную основу. Инкультурация протекает как сознательно, так и стихийно. Поэтому важно определить механизмы ее осуществления в туризме, ибо познание человеком достижений материальной и духовной культуры своего и других народов во время путешествий и экскурсий не обеспечивает априори процесс инкультурации.

В качестве одного из средств инкультурации в туризме выступает *туристское пространство* как искусственно созданная предметно-культурная среда.

Туристское пространство понимается нами как система связей и отношений, возникающих в результате взаимодействия аниматора с туристами, внутри туристской группы, с объектами природы и культуры во время туристского путешествия (рис.):



Модель структуры туристского пространства

Структура туристского пространства включает следующие компоненты:

1) коммуникативная среда (образована связями и отношениями, возникающими между участниками туристского путешествия во временном коллективе туристов и за его пределами);

2) рекреационная среда (включает рекреационные объекты места туристского назначения и создает условия для проявления инициативы и самостоятельности граждан при выборе видов деятельности в лично регулируемое свободное время);

3) художественно-культурная среда (образована феноменами художественной культуры, достопримечательностями, историко-культурными памятниками, которые являются объектами познания в процессе экскурсий);

4) природная среда (географические особенности, климатическое своеобразие, природные памятники и другие характеристики региона туристского путешествия, которые выступают в качестве непосредственных объектов изучения гражданами либо опосредованно воздействуют на физическое и нравственное развитие личности).

Названные компоненты можно представить в виде концентрических слоев, в центре которых находится ядро – личность туриста. Структура туристского пространства «пронизана» по диагонали интегральными понятиями *анимационный менеджмент*, образуя определенный каркас туристского пространства. Иными словами, оживление (анимация) внешней среды произойдет лишь в результате установления отношений между средой и человеком. Только человек и его взаимодействие с окружающим предметным

миром оживляет безжизненное пространство и придает ему культурологический смысл. Важно при этом придать анимации национальный оттенок, т. е. среда для анимационных программ должна быть не только насыщена определенными предметами, но и организована с точки зрения деятельности: памятники искусства должны побуждать к беседам, озера и лесные тропы – к путешествиям, оборудованные туристские трассы – к пробежкам и походам и т. п. [2]. Такая среда создает мотивацию к действиям, а специалист-аниматор помогает реализовать их.

Таким образом, в процессе туристско-экскурсионной деятельности происходит интериоризация новой социально-культурной и природной среды – богатство этой среды, познаваемое человеком во всей ее цельности, делает духовно богаче внутренний мир личности.

1. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 288 с.

2. *Гальперина, Т. И.* Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации : учеб. пособие / Т. И. Гальперина ; Рос. междунар. акад. туризма. – М. : Сов. спорт., 2006. – 164 с.