

**Грабар Н.Г.**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри культурних універсалій ХНТУСГ ім. П. Василенка

## МАС-МЕДІА В ТУРИЗМІ

*Сьогодні потребує, щоб висвітлення трансформаційних процесів у сфері туристичної індустрії втілювались завдяки активному впровадженню новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та поліпшенню ефективності створення інформаційних послуг.*

**Ключові слова:** туризм, медіа, інтернет, студенти.

*Настоящее требует, чтобы освещение трансформационных процессов в сфере туристической индустрии воплощались благодаря активному внедрению новейших информационно-коммуникационных технологий и повышению эффективности создания информационных услуг.*

**Ключевые слова:** туризм, медиа, интернет, студенты.

*Today, it is necessary that the coverage of transformation processes in the tourism industry be embodied through the active introduction of the latest information and communication technologies and the improvement of the efficiency of creation of information services.*

**Keywords:** tourism, media, internet, students.

Актуальність теми зумовлена необхідністю вивчення нових дієвих стратегій туристичної ідустрії, осмислення та затвердження перспективних форм впровадження туристичних маршрутів.

Науковці висвітлювали різні аспекти розвитку туристичної галузі, зокрема значний внесок у дослідження проблем зеленого туризму внесли відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: Л. Г. Агафонов, В. І. Биркович, В. В. Головацька, П. В. Горішевський, М. Й. Рутинський, А. І. Зінченко та ін.

З погляду нової форми суб'єктивності – свідомості користувачів-комунікантів – нові медіа є єдиний шлях знаходження свободи *разом* із засобами комунікації, а не ігноруючи їх [1]. Медіареальність є також однією із механізмів формування суспільних міркувань та соціального управління. Вона може виконувати як конструктивні функції інформування, створення загального комунікативного контексту, так і відігравати деструктивну роль, створивши ті чи інші стереотипи, які можуть спровокувати небезпечні для суспільства наслідки. Як відмічає Б. Марков, техніка «переформувала уявлення про «місце», як поселення, в якому привалилися солідарність і інші моральні і соціальні цінності. Старе місце розумілося як «ойкумена», що мала чіткий вид і межі [3]. В умовах телемобільності відбувається детериторізація людини.

Саме тому твори медійної культури стають соціокультурним середовищем, життєвим простором людини, основними втілювачами яких є телебачення та інтернет. Насьогодні корпорація Google презентує сайт «Мандруй Харківщиною», де для туристів зібрано цікаві пам'ятки архітектури та чудеса

природи регіону. Всі вони розміщені на інтерактивній мапі та об'єднані в уже готові маршрути [5]. Головне в тому, що кожен може онлайн скласти власний маршрут, включивши до нього уподобані пам'ятки.

Ще Джеймс Джуллі звертав увагу на те, що інтернет-мережі та інші новітні засоби зв'язку мають сучасну модифікацію того, що в основі своїй є людською комунікацією. Не дивлячись на те, що інформаційні технології змінили шляхи, способи, канали спілкування, спонукальні причини цього спілкування залишаються незмінними. Комунікативні технології відіграють вирішальну роль в соціокультурному просторі у всьому світі [4].

Викладачі кафедри культурних універсалій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка створюють такі умови в процесі навчання для студентів спеціальності 242 «Туризм», щоб зелений туризм в Україні як складова туристичного напрямку, розглядався як можливість пізнавально-дозвілєвого відпочинку з ментальною самобутністю і побутом. Адаже багато людей прагнуть до поглибленого вивчення традицій місцевої культури. Обравши на мапі локацію, турист отримує відомості про розташування, цікаві місця поруч, де зупинитись, а ще можливість перейти на офіційний сайт пам'ятки [2].

Оскільки Харківщина вже приєдналася до вже представлених раніше проектів інших областей України на порталі «Мандруй

Україною», студенти ХНТУСГ зі спеціальності 242 «Туризм» теж можуть докласти свої знання та уміння до цього проекту.

Відомо, що традиційні канали масової інформації - радіо, кіно, книги, журнали, ТБ, газети, на сьогоднішній день найважливіший сегмент інформаційного простору - інтернет. Всеохоплюючий аспект комунікації - її здатність до взаємодії. Людське спілкування так само необхідно сьогодні, як і тисячі років тому, але в епоху глобалізації соціальний обмін і культурний простір, які утворює взаємодія людей, набувають радикально інші форми. Сьогодні ми живемо у все більш взаємопов'язаному, глобалізованому, обплетеному мас-медіа світі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Мазоренко М.О.** Феномен мас-медіа в культурному просторі інформаційного суспільства: філософсько-антропологічний аналіз : автореф. дис. .... канд. філософ. наук : 09.00.04 / Мазоренко Марина Олегівна ; Харківський нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. Харків, 2012. 19 с.

2. **Грабар Н. Г., Мазоренко М. О.** Вивчення культурологічних дисциплін задля втілення українських народних традицій в туристичній галузі / Н. Г. Грабар, М. О. Мазоренко // Феномен туризму : розмаїття сенсів : монографія за ред. О.О. Красноручного, Н.І. Моїсєвої. Х. : Вид-во «Стильна типографія», 2019.

3. **Марков Б. В.** Образ современности в зеркале философии. Нева. 2008. № 8. С. 78–100.

4. Culture in the communication age / ed. by James Lull. – London : Routledge, 2001. 230 p.

5. <https://tsn.ua/tourism/google-stvoriv-interaktivnu-turistichnu-kartu-harkivschini-iz-chislennimi-pam-yatkami-1180653.html>

**Шемаєв С. О.,**

*викладач, кафедра культурних  
універсалий ХНТУ імені Петра  
Василенка, кандидат наук із  
соціальних комунікацій*

**Петер А.,**

*викладач школи соціальної  
роботи, Майнінген, Німеччина*

## **МУЗЕЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

*Розкривається місце музею у туризмі як засіб культурної комунікації, вплив музейної діяльності на міжкультурний обмін. Визначається, що українські музеї розширюють спектр послуг та обґрунтовується посилення просування нових форм роботи з користувачами та відвідувачами-туристами у віртуальному просторі.*

**Ключові слова:** музей, туризм, міжкультурний обмін, музейні сайти

*Раскрывается место музея в туризме как средство культурной коммуникации, влияние музейной деятельности на межкультурный обмен. Отмечается, что украинские музеи расширяют спектр услуг и обосновывается усиление продвижения новых форм работы с пользователями и посетителями-туристами в виртуальном пространстве.*

**Ключевые слова:** музей, туризм, межкультурный обмен, музейные сайты