

однозначно способствует осмыслению и запоминанию материала. Не использовать этот эффективный инструмент вербального общения – непростительная ошибка.

– сила голоса. Это не децибелы, не крик. Сила голоса заключается в способности посылать звук своего голоса в заданном направлении. Узконаправленность, посыл звука – вот что означает сила голоса в профессиональном понимании. Вы можете кричать, но вас не услышат, или не захотят услышать, так как крик раздражает, ассоциируется со слабостью аргументов и неуравновешенной нервной системой крикуна. Напротив, можно произнести фразу тихо, даже шепотом, но так, что ее услышат на значительном расстоянии. Уметь направлять звук своего голоса – поистине оружие, способное краткосрочно, точно воздействовать на людей.

Мы перечислили далеко не все особенности речи и голоса, но даже этого достаточно для понимания роли грамотного вербального общения, в том числе – в сфере туризма.

Подготавливая специалистов туризма, нельзя забывать и о таком направлении обучения студентов, как вербальное деловое общение. Считаем, что успешное развитие туризма в республике во многом зависит от способности работников отрасли строить свою речь грамотно, выразительно, убедительно.

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО»

И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Каждое поколение людей, будучи творцами общественного прогресса, осваивает опыт предыдущих поколений, обогащает и транслирует его потомкам в контексте определенных идейных и ценностных установок, провозглашаемых тем или иным сообществом. Идейная основа современного общества, базируясь на принципах гуманизма, предполагает целостное, универсальное становление человеческой личности и создание необходимых условий для реализации всех потенций человека и достижения гармонии в социально-экономической и духовной сферах жизни.

В качестве идеала, регулятивного образца служат общечеловеческие ценности, имеющие значение для всего человечества, а не для ограниченного круга людей (социальные группы, государства), и имеющие особенности выражения в зависимости от типа цивилизации, религиозных традиций, культурно-исторического развития страны. Это ценности, носящие абсолютный характер, вечные ценности, за которыми стоят многовековой опыт и культурная память человечества [1].

Для культуры туристической деятельности характерны присущие ей нормы или принципы, которые регламентируют, определяют и устанавливают закономерности внутри самой деятельности. Среди них выделяются принципы, постулирующие свободу выбора времени, места и формы путешествия; межкультурности или интеркультурности, что предполагает формирование установок на межкультурную коммуникацию; подлинности туристического продукта на основе культурного наследия и пр.

В узком смысле культура туристической деятельности связана с деятельностью туристических предприятий и организаций, являющихся поставщиками «культурных благ» – условий и услуг, предоставляемых для удовлетворения гражданами своих культурных потребностей в сфере туризма [2]. Профессиональные или корпоративные нормы и правила складываются на уровне отрасли, корпорации, отдельной туристической фирмы и представляются в виде кодекса или свода служебных обязанностей и установок в деятельности. Правила, связанные с осуществлением туристической деятельности, формулируются на уровне конкретного туристического тура или туристической группы, отдельного туриста. К таким правилам, прежде всего, можно отнести всевозможные ограничения и запреты, связанные с соблюдением физического и личностного комфорта и безопасности. Кроме того, правила туристической группы или отдельного туриста формируются с учетом целого ряда особенностей, характерных для страны посещения: социальных и этнокультурных, экономических и политических, климатических и географических. Таким образом, мы находим ряд соответствующих признаков и составляющих в определении культуры туристической деятельности как собственно культуры.

Безусловную значимость для студентов, особенно готовящих себя к профессиональной деятельности в сфере туризма, представляет полнота знаний об историко-культурном наследии мира и Беларуси в частности, поскольку культурный туризм в нашей стране имеет большие перспективы для дальнейшего развития. Тенденции развития мирового туризма показывают нарастание интереса к культурному туризму, объектом туристского интереса здесь служит разнообразие памятников, относящихся к материальному и духовному культурному наследию.

В рамках освоения ряда учебных дисциплин социально-гуманитарного цикла у студентов последовательно формируется особый вид компетентности в сфере культуры туристической деятельности. Под последним понимается, по определению В.С. Степина, культура в промежуточном смысле, т. е. «совокупность дости-

жений общества и система ценностей», основанных на деятельности по выявлению, сохранению, созданию, распространению и освоению культурных благ в сфере туризма. Идеалы и ценности культуры туристической деятельности представлены в Манильской декларации по мировому туризму, где отражены основные функции туризма как составляющие жизни, культуры и общества [3]. В ходе последовательного изучения таких учебных дисциплин, как «Введение в туризм», «Краеведение», «История путешествий и туризма», «Теория и история мировой культуры» у студентов первого курса формируется не только представление о функциях туризма, но и складывается структура в понимании самой культуры этого социального феномена. Так, итогом семинарского занятия по теме «Культурно-познавательный туризм» учебной дисциплины «Теория и история мировой культуры» является построение схемы, отражающей особенности культуры туристической деятельности (таблица).

Таблица – Схема «Культура туристической деятельности»

1.	Идеалы туризма	
2.	Ценности туризма	
3.	Нормы туристической деятельности	
4.	Правила туристической деятельности	

В режиме работы малых творческих групп (4–5 человек) студенты обсуждают и вносят в правую часть этой схемы необходимые элементы, характеризующие составляющие культуры туристической деятельности. Процесс выявления и анализа данных составляющих связан не только с их рефлексией, но и осмысленным освоением дефиниций этого вида профессиональной культуры. Итогом работы малых групп является групповая рефлексия, результатом которой и становятся грамотно представленные идеалы и ценности, нормы и правила туристической деятельности.

Как **идеалы** туристической деятельности студентами первокурсниками рассматриваются следующие понятия:

- баланс разума и окружающей среды (удовлетворение духовных, физических и культурных потребностей без нанесения вреда мировому природно-культурному наследию), на что указали 52 % первокурсников;
- доступный и качественный турпродукт (максимальное количество удовольствия за минимальную плату), что отметили 35 % студентов;
- довольный турист (круглогодичность, внесезонность и разнообразность) – 10 %.

3 % студентов выделили как идеал туристической деятельности «Возможность каждого познавать мир – туризм без преград», но 2 % студентов-первокурсников отметили, что «идеалов в туризме не существует, а существует стремление к ним».

Следует отметить, что данные умозаключения студентов первого курса совпадают с известным определением идеалов туризма, изложенным в Манильской декларации.

В определении **ценности** туристической деятельности студенты первого курса исходили из следующего понимания: «Ценность – это то, что мы боимся потерять, нечто значимое для нас, а следовательно, нечто ценное в самом туризме». К ценностям культуры туристической деятельности большинство студентов первого курса относят:

- здоровье с точки зрения восстановления сил и жизненного потенциала – 37 % студентов;
- отдых и умиротворение от созерцания прекрасного, впечатления необычности, нетрадиционности, нестандартности, отличности от собственной культуры, что в целом и составляет понятие «счастье», – 32 % студентов;
- свободу перемещения и лабильность личности – 11 %;
- саму жизнь в плане безопасности и полноты ощущений – 9 %.

В перечень ценностей попали также и желаемые для каждого человека позитивные переживания и ощущения: восторг и радость новых открытий (6 %), свершение мечты (5 %).

Как **нормы** туристической деятельности студентами были названы:

- высокие стандарты качества предоставляемых услуг – 37 %;
- санитарные, юридические и иные нормы деятельности, важные для туризма – 25 %;
- нормы поведения (этикет, общение, взаимодействие с другой культурой) – 23 %;
- нормы общественной морали – 15 %.

Таким образом, большинство первокурсников понимают соблюдение норм туристической деятельности как выполнение обязательств по предоставлению комфорта со стороны туристического предприятия.

Наиболее сложным для студентов первого курса было формулирование **правил** туристической деятельности, которые понимались в большинстве случаев как корпоративные нормы: вежливость, внимание, позитивность, привлекательность и пр. Но, тем не менее, правила были оформлены через следующие сентенции:

- корпоративная этика и правила работы в офисе – 46 %;
- «клиент всегда прав» – 31 %;

- учет индивидуальных особенностей и пожеланий клиента – 12 %;
- уважение любого клиента, каким бы он ни был – 11 %.

Итак, можно констатировать, что основные понятия культуры туристической деятельности представлены у студентов адекватно, сформированы грамотно и последовательно. Формирование в рамках вузовского обучения не только высококлассного специалиста, но прежде всего полноценной личности гражданина невозможно без изучения мировой и национальной, профессиональной и народной культуры, природного наследия своей страны.

Таким образом, в рамках комплексного подхода, осуществляемого в преподавании ряда таких учебных дисциплин, как «Введение в туризм», «Краеведение», «История путешествий и туризма», «Теория и история мировой культуры», а так же «Культурология», студентами последовательно усваивается материал, рассматривающий (с позиций каждой из учебных дисциплин) особенности туризма и туристической деятельности как части человеческой культуры, культуры нашей страны. Данное исследование, проведенное на выборке в 102 человека – студентов первого курса 2010/2011 учебного года, – также будет продолжаться в текущем учебном году на выборке студентов набора 2011 года для проведения сравнительного анализа сформированности понятий культуры туристической деятельности.

1. Жданов, Ю.А., Давидович, В.Е. Сущность культуры / Ю.А. Жданов, В.Е. Давидович. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005.
2. Степин, В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего / В.С. Степин. – М.: Прогресс, 1997.
3. Манильская декларация [Электронный ресурс] / Бизнес и право. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/.../DocumShow_DocumID_33268.html. – Дата доступа: 7.02.2011.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одним из эффективных средств решения учебных задач, поставленных высшей школой, является проектный метод. Учебный проект – это творческая форма учебной деятельности студентов, направленная на создание (реконструкцию) некоего продукта на основе имеющихся теоретических знаний.

Метод проектов возник во второй половине XIX века в сельскохозяйственных школах США, затем был перенесен в общеобразовательную школу. Джон Дьюи, американский философ-идеалист, один из ведущих представителей прагматизма, ставил целью сделать жизнь учащегося содержательной, насыщенной творческим трудом и существенными достижениями, предлагая для этого «строить обучение через его целесообразную деятельность, ориентируясь на его личный интерес и практическую необходимость полученных знаний в дальнейшей жизни» [1, с. 58]. Опыт и знания ученик должен приобретать в ходе исследования проблемной, обучающей среды, изготовления различных макетов, схем, производства опытов, нахождения ответов на спорные вопросы и в целом – восхождения от частного к общему. Дж. Дьюи, предлагая свой подход, искал способы приобретения знаний, сообразные природе познания, пытаясь перестроить современное ему школьное обучение в школьную систему, обучающую «путем делания» [1, с. 58].

Время выделило достоинства и недостатки теории Джона Дьюи. Несомненная ценность метода состоит в проблемном изложении материала, активной, самостоятельной позиции учащегося, связи обучения с жизнью, деятельностью, трудом. Ценность данного метода обучения для высшей школы и в современном прочтении нам видится в возможности освоения студентами способа самостоятельного познания, превращаемого в творчество, поиск нового.

Подробнее метод проектов разработан в трудах последователя и ученика Джона Дьюи профессора педагогики учительского колледжа при Колумбийском университете Уильяма Херда Килпатрика, который писал, что при использовании метода проектов нет места заранее составленной методистами учебной программе, «только педагог в процессе работы вместе с учеником должен создавать программу учебных действий» [2, с. 24]. Такой подход отрицал и классно-урочную схему. Процесс обучения предлагалось строить на основе расширения и обогащения индивидуального опыта учащегося, темы при этом следовало брать из окружающей действительности. Главная идея метода проектов по Килпатрику состоит в следующем: с большим увлечением выполняется учащимся та деятельность, которая выбрана им самим свободно и строится не в русле учебного предмета. Лозунг этой деятельности «Все из жизни – все для жизни» [2, с. 24]. Таким образом, проектом (по У.Х. Килпатрику) является любая деятельность, выполненная «от всего сердца», с высокой степенью само-