

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](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-