

Учебное пособие (Фурманов, А.Г. Физическая рекреация: учеб. пособие для студентов вузов / А.Г. Фурманов. - Минск: МЕТ, 2009. - 495 с.) содержит 8 глав, 32 раздела, контрольные вопросы и темы для закрепления материала, рекомендуемую литературу.

Глава 1. Общие основы теории, методики и организации физической рекреации (6 разделов).

Глава 2. Виды и формы физической рекреации (5 разделов).

Глава 3. Средства и методы физической рекреации (2 раздела).

Глава 4. Объекты физической рекреации (4 раздела).

Глава 5. Организационно-управленческие аспекты физической рекреации (5 разделов).

Глава 6. Методика организации и проведения рекреационно-оздоровительных занятий (3 раздела).

Глава 7. Содержание и организация физической рекреации по месту жительства и отдыха населения (3 раздела).

Глава 8. Врачебный контроль и самоконтроль занимающихся физическими упражнениями, спортом и туризмом (4 раздела).

Для контроля знаний студентов разработаны 42 вопроса к зачету и 30 экзаменационных билетов.

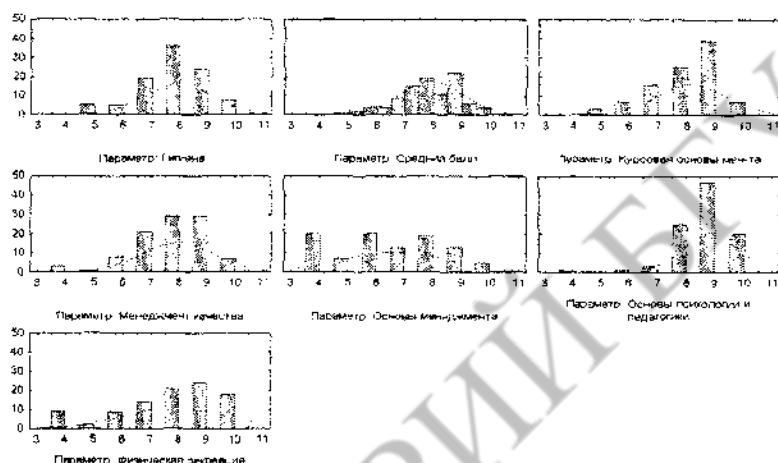


Рисунок – Результаты сессии 3-го курса за 4-й семестр (гистограмма накопленных частот)

При изучении качества преподавания дисциплины «Физическая рекреация» было отмечено, что она характеризуется «нормальностью» распределения баллов от 6 до 10, однако имелось большое количество оценок 4, что может свидетельствовать либо о демотивированности части студентов, ориентированностью их на получение минимально приемлемого балла, либо недостатками системы контроля.

Учебно-методический комплекс «Физическая рекреация» прошел апробацию в 2009/2010 учебном году и получил акт внедрения (акт № 115/10 от 08.12.2010).

1. Фурманов, А.Г. Физическая рекреация: учеб. пособие для студентов вузов / А.Г. Фурманов. - Минск: МЕТ, 2009. - 495 с.

2. Фурманов, А.Г. Физическая рекреация: типовая учеб. программа для высш. учеб. заведений по спец. 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» / А.Г. Фурманов. - Минск; БГУФК, 2010. - 27 с.

3. Горовой, В.А. Сущность и содержание мотивационно-целевого компонента физической рекреации студентов / В.А. Горовой, А.Г. Фурманов // Научный потенциал молодежи - будущему Беларуси: материалы IV Междунар. молодежной науч.-практ. конф., Пинск. -Пинск. 2010. - С. 237-239.

4. Фурманов, А.Г. Физическая рекреация как фактор укрепления и сохранения здоровья в структуре учебного и свободного времени студентов / А.Г. Фурманов, В. А. Горовой // Мир спорта. - 2009. - Ха 2. - С.64-67.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ТУРИСТСКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Хлюст Л.П.,

Белорусский государственный университет физической культуры.

Республика Беларусь

Научное познание туризма предполагает непрерывный поиск новых методологических и методических приёмов исследования. Методология географии туризма находится в стадии становления. Она характеризуется обилием и разнообразием методов, заимствованных у естественных и общественных наук. Остановимся подробнее на некоторых из них.

Оценочные методы. Индустрия туризма является отраслью, зависящей напрямую от ресурсного потенциала территории. Определение пригодности ресурсов окружающей среды и их оценка для целей отдыха и туризма - одна из главных задач географии туризма.

Существует три основных типа оценки туристского потенциала: медико-биологическая (физиологическая), психолого-эстетическая и технологическая. Разработаны также экономические методы оценки туристских ресурсов. Для определения интегральной ценности ресурса и форм его рационального использования требуется сочетание всех типов оценки [2].

Медико-биологическая оценка отражает влияние природных факторов на организм человека и характеризует степень их комфортности. Наиболее разработанными являются методические подходы к оценке погодно-климатических условий для отдыха и туризма. Оценка погодно-климатических условий устанавливает зависимость состояния человека от воздействия метеорологических факторов. Используя указанную методику, можно решать некоторые прикладные задачи, в частности, проводить географическое районирование по степени благоприятности погодно-климатических условий для целей отдыха и туризма.

Психолого-эстетическая оценка сводится к определению эмоциональной реакции человека на тот или иной природный комплекс. Эстетическое начало в психике человека, или потребность в красоте, - одно из сильнейших проявлений его духовного мира. Не случайно территории, обладающие большой эстетической ценностью, при равенстве других свойств пользуются повышенным спросом у туристов. Хотя методика психолого-эстетической оценки разработана слабо. В США проводилось исследование распределения туристов по участкам национальных парков. Оно показало, что наибольшей притягательной силой обладают краевые зоны и фокусные пункты. Под краевыми зонами понимаются пограничные полосы между двумя различными средами или природными комплексами: вода-суша (сильный эффект); лес-поляна (средний эффект); холм-равнина (слабый эффект). Другие методы психолого-эстетической оценки природных комплексов, разрабатываемые в последнее время, основываются на мере экзотичности (степени контрастности места отдыха по отношению к месту постоянного жительства) и уникальности (степени встречаемости или неповторимости объектов и явлений).

Технологическая оценка отражает взаимодействие человека и природной среды посредством «технологии» туристской деятельности и техники. В ней выделяется два аспекта: выявляется пригодность ресурсов для организации различных видов туризма или целой системы туристских занятий; определяются возможности инженерно-строительного освоения территории. В данном случае в качестве субъекта оценки выступает индустрия туризма. С точки зрения туристской отрасли природный ресурс должен обладать высокими качествами (комфортностью, целебными свойствами и т. д.), необходимыми и достаточными для организации отдыха и туризма массового контингента населения, а также запасами и площадями, продолжительным, с экономической точки зрения, периодом эксплуатации.

Разрабатываются также методы экономической оценки туристских (рекреационных) ресурсов с учетом механизма образования дифференциальной ренты, сравнения объема эксплуатационных затрат на освоение ресурсов одного типа, сопутствующего экономического эффекта от туристского (рекреационного) обслуживания в сфере материального производства, объема оказываемых услуг и прибыли, получаемой от эксплуатации этих ресурсов.

Метод опроса получил широкое распространение в географии туризма. Он используется в тех случаях, когда статистическая и картографическая информация об изучаемом объекте отсутствует или ее недостаточно для анализа. Поэтому часть данных о туризме получают с помощью специальных наблюдений, организуемых обычно в виде обследований. Опрос является наиболее популярным методом обследований. Его особенность состоит в том, что источником первичных данных выступает сам человек - непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений. В зависимости от формы общения с респондентами, различают два вида опроса - интервью и анкетирование. Сбор данных осуществляется по заранее разработанному плану, в котором находят отражение методологические, методические и организационные вопросы. Опрос должен обеспечить полноту получаемых сведений, их достоверность, своевременность и сравнимость. Эта информация необходима для разработки и реализации маркетинговых стратегий, усовершенствования предлагаемых или создания новых туристских продуктов. Научно организованная обработка материалов позволяет по данным, относящимся к отдельным единицам наблюдения, охарактеризовать совокупность в целом. Обработанная информация затем подвергается анализу. В ходе анализа закладывается прочный фундамент фактов, необходимый для формулировки выводов и разработки конкретных практических предложений.

Среди традиционных географических методов для географии туризма наиболее важны метод классификации, типологический, картографический.

Метод классификации является одним из методов исследований в географии туризма. Классификация - это «группировка изучаемых объектов по совокупностям (классам), различающимся между собой преимущественно количественными признаками, а наблюдаемое при этом качественное различие между соседними классами отражает, как правило, динамику развития объектов или их иерархический порядок» [1]. В географии туризма существуют разные подходы к классификации стран по уровню развития туризма. Некоторые авторы

ограничиваются лишь одним показателем вклада международного туризма в национальную экономику, обычно долей доходов от международного туризма в валовом внутреннем продукте. Более обоснованной представляется классификация на основе системы показателей, всесторонне характеризующих страны как туристские направления, их сходства и различия.

Важной проблемой при проведении международных сравнений является обеспечение сопоставимости данных по странам. Прежде всего это касается главных показателей международного туризма - числа туристских прибытий и объема туристских доходов. Однако существует система 12 показателей, дающих более или менее полную картину состояния рынка международного туризма:

- общие показатели социально-экономического развития - индекс развития человеческого потенциала, содержит комплексную оценку уровня и качества жизни, от которых зависит туристская активность населения страны;
- показатели туристского спроса: коэффициент туристского прибытия, доля страны в общем объеме туристских прибытий в мире, коэффициент туристского выбытия, доля страны в общем объеме туристских отбытий в мире, доля расходов на рекреацию в бюджетах домашних хозяйств;
- показатели туристского предложения: плотность средств размещения в стране, доля страны в общем гостиничном фонде мира;
- показатели значимости международного туризма в экономике страны: доля добавленной стоимости, созданной в международном туризме; доля занятого в международном туризме населения; доля инвестиций в международный туризм; доля туристских услуг в общем объеме экспорта страны. Однако в настоящее время эти показатели не могут быть использованы в классификации в одних случаях из-за слабой теоретической основы, отсутствия общепризнанной методики исчисления, в других - из-за узости информационной базы.

Типологический метод. Проблема типологии изучаемых объектов и явлений возникает при решении многих географических задач.

Типология - это метод научного познания, который состоит в группировке сложных объектов по совокупностям (типам), в основном по качественным признакам [2]. При его применении во внимание принимаются географически значимые признаки, раскрывающие особенности распространения, функциональное значение, пространственные связи объектов, а также взаимовлияние объектов и окружающих природных и социально-экономических условий, генетические признаки и историко-географическая специфика развития объекта.

На волне консолидации и интеграции в мировом масштабе, мощнейших процессов глобализации, в которые вовлечена и Республика Беларусь, особую актуальность приобретает типология туристских регионов и стран мира, составленная с мирохозяйственных позиций. Необходимость этого связана, с одной стороны, с осмыслением процессов дифференциации стран мира по степени зрелости системы международного туризма при глобальной интеграции мирового хозяйства, а с другой - с анализом происходящих территориальных сдвигов в международном туристском разделении труда. Разработка соответствующей типологии становится поэтому не только научной, но и практически важной задачей, так как помогает в обосновании маркетинговых стратегий и продвижении туристского продукта на мировом рынке туризма.

Типология раскрывает существенные черты пространственной структуры международного туризма, в которых находят отражение интенсивность и направленность международных туристских потоков, значение туристского сектора в национальной экономике, а также общие признаки территориальной организации международного туризма и динамики его развития.

Картографический метод. Задачи развития туризма и географического его изучения требуют соответствующего информационного обеспечения. Картографические произведения (атласы, карты, туристские схемы и т. д.), являясь наиболее емким и концентрированным носителем пространственно организованной информации, широко используются туристами на разных этапах подготовки и осуществления путешествий, служат эффективным и наглядным средством привлечения потенциальных туристов, а также инвесторов в туристскую сферу.

Вся картографическая продукция является важным научным инструментом, использование которого позволяет активно внедрять картографический метод исследования в географию туризма и получать новые сведения о закономерностях формирования и развития туристско-рекреационных систем.

Таким образом, современный этап развития географии туризма характеризуется стремлением к систематизации, классификации, теоретическим обобщениям, синтезу накопленных знаний. Единой методологической основой, органически увязывающей разные научные представления о туризме в общую концепцию, выступает системный подход. Он нацелен на раскрытие сущности объектов как систем, изучение их многообразных внутренних и внешних связей, определение механизмов формирования устойчивой структуры систем.

1. Алаев. Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. - М.: Мысль. 1983. - 114 с.

2. География туризма: учебник / под ред. А.Ю. Александровой. - М.: КНОРУС. 2008. - 592 с.