

# ВІСНИК

---

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

---

**№ 10 (173) ТРАВЕНЬ**

**2009**

**2009 травень №10 (173)**

# **ВІСНИК**

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

---

---

## **ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ**

Заснований у лютому 1997 року (27)  
Свідоцтво про реєстрацію:  
серія КВ № 14441-3412ПР,  
видане Міністерством юстиції України 14.08.2008 р.

Збірник наукових праць внесено  
до переліку наукових фахових видань України  
(педагогічні, історичні, філологічні, біологічні науки)  
Бюлетень ВАК України. – 1999. – №4 (12)

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради  
Луганського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
(протокол № 9 від 24 квітня 2009 року)

Виходить 2 рази на місяць

**Засновник і видавець –**  
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

**Головний редактор – доктор педагогічних наук, професор Курило В. С.**

**Заступники головного редактора –**

доктор педагогічних наук, професор **Харченко С. Я.**

доктор педагогічних наук, професор **Савченко С. В.**

**Випускаючі редактори –**

доктор історичних наук, професор **Бур'ян М. С.,**

доктор медичних наук, професор **Виноградов О. А.,**

доктор філологічних наук, професор **Галич О. А.,**

доктор педагогічних наук, професор **Горошкіна О. М.,**

доктор сільськогосподарських наук, професор **Конопля М. І.,**

доктор філологічних наук, професор **Синельникова Л. М.,**

доктор філологічних наук, професор **Ужченко В. Д.**

**Редакційна колегія серії «Педагогічні науки»:**

доктор педагогічних наук, професор **Ваховський Л. Ц.,**

доктор педагогічних наук, професор **Гавриш Н. В.,**

доктор педагогічних наук, професор **Докучаєва В. В.,**

доктор педагогічних наук, професор **Максименко Г. М.,**

доктор педагогічних наук, професор **Ротерс Т. Т.,**

доктор педагогічних наук, професор **Хриков Є. М.,**

доктор педагогічних наук, професор **Чернуха Н. М.,**

доктор педагогічних наук, професор **Чиж О. Н.**

**РЕДАКЦІЙНІ ВИМОГИ до технічного оформлення статей**

Редколегія “Вісника” приймає статті обсягом 4 – 5 сторінок через 1 інтервал, повністю підготовлених до друку. Статті подаються надрукованими на папері в одному примірнику з додатком диска. Набір тексту здійснюється у форматі Microsoft Word (\*.doc, \*.rtf) шрифтом № 12 (Times New Roman) на папері формату А-4; усі поля (верхнє, нижнє, правє й лівє) — 3,8 см; верхній колонтитул — 1,25 см, нижній — 3,2 см.

У верхньому колонтитулі зазначається: Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № \*\* (\*\*\*) , 2009.

Інформація про УДК розташовується у верхньому лівому кутку без відступів (шрифт нежирний). Ініціали і прізвище автора вказуються в лівому верхньому кутку (через рядок від УДК) з відступом 1,5 см (відступ першого рядка), шрифт жирний. Назва статті друкується через рядок великими літерами (шрифт жирний).

Зміст статті викладається за планом: постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор; виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Усі перелічені елементи повинні бути стилістично представлені в тексті, але графічно виділяти їх не треба.

Посилання на цитовані джерела подаються в квадратних дужках після цитати. Перша цифра — номер джерела в списку літератури, який додається до статті, друга — номер сторінки, наприклад: [1, с. 21] або [1, с. 21; 2, с. 13–14]. Бібліографія і при необхідності примітки подаються в кінці статті після слова „Література” або після слів „Література і примітки” (без двокрапки) у порядку цитування й оформляються відповідно до загальноприйнятих бібліографічних вимог. Бібліографічні джерела подаються підряд, без відокремлення абзацем; ім'я автора праці (або перше слово її назви) виділяється жирним шрифтом.

Статтю заключають 3 анотації обсягом 3 – 4 рядків українською, російською та англійською мовами із зазначенням прізвища, ім'я та по-батькові автора, назви статті та ключовими словами (3 – 5 термінів).

Стаття повинна супроводжуватися рецензією провідного фахівця (доктора, професора).

На окремому аркуші подається довідка про автора (прізвище, ім'я, по батькові; місце роботи, посада, звання, учений ступінь; адреса навчального закладу, кафедри; домашня адреса; номери телефонів (службовий, домашній, мобільний).

## ЗМІСТ

### МЕТОДИКА. ПРАКТИКА. ДОСВІД

1.	<b>Віндюк А. В.</b> Роль дисципліни «Організація спортивної анімації» у професійній підготовці майбутніх спеціалістів готельно-курортної справи.....	5
2.	<b>Gabrielyan O. A., Chuzhik A. S.</b> Intercultural interview as a tool for better understanding.....	9
3.	<b>Горошкіна О. М.</b> Український мовленнєвий етикет: лінгвістичний та культурологічний аспекти.....	17
4.	<b>Дітковська С. О.</b> Туристське країнознавство як навчальна дисципліна (спеціальність «Туризм»).....	22
5.	<b>Жулий Т. Б.</b> Проблемы межкультурной коммуникации в системе профессионального образования специалистов туристического сервиса.....	27
6.	<b>Мальцева Л. В.</b> Понятійний апарат як базовий компонент теоретичної підготовки фахівців сфери туризму.....	34
7.	<b>Мартинова Н. С.</b> Досвід використання активних методів навчання в системі неформальної туристичної освіти.....	38
8.	<b>Романова Н. Н.</b> Обучение монологической публичной речи как часть обучения культуре речи.....	44
9.	<b>Швирка В. Н.</b> Естетичне виховання студентів сервісних спеціальностей як чинник успішної міжкультурної комунікації.....	51
10.	<b>Шевченко О. К.</b> Філософія туризму як навчальна дисципліна.....	57

### ПРОФОСВІТА

11.	<b>Гужвинський В. В.</b> Підготовка спеціалістів сфери туризму до здійснення комунікаційної діяльності на туристській фірмі.....	61
12.	<b>Казарницькова Я. Л.</b> Процес формування професійної компетентності та працездатності майбутнього фахівця туристської індустрії.....	67
13.	<b>Кобзова С. М.</b> Розвиток регіонального туризму як аспект підготовки фахівців туристичної галузі.....	74
14.	<b>Ковальов В. І.</b> Шляхи підвищення рівня комунікативної компетенції студентів у системі професійної підготовки спеціалістів у галузі туристичної індустрії.....	79
15.	<b>Свиридова С. В.</b> Педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування в процесі вивчення природничо-математичних дисциплін.....	85
16.	<b>Полковнікова І. В.</b> Професійна підготовка менеджерів туризму до використання інформаційних технологій.....	89

17.	<b>Черезова М. В.</b> Педагогічні ознаки екскурсії.....	96
<b>ВИЩА ШКОЛА</b>		
18.	<b>Сокол Т. Г.</b> Педагогіка туризму як наука.....	104
19.	<b>Щука Г. П.</b> Організація практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії.....	108
<b>МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ</b>		
20.	<b>Суслова И. А.</b> Современные технологии туристического образования.....	117
<b>КРАЄЗНАВСТВО</b>		
21.	<b>Кратінов Р. О.</b> Методологічні засади створення регіонального рекреаційно-туристичного комплексу.....	122
<b>ПЕДАГОГІКА ЗА КОРДОНОМ</b>		
22.	<b>Чорна Л. В.</b> Передумови становлення та тенденції розвитку туристичної освіти в США.....	128
	<b>Відомості про авторів</b> .....	134

## **МЕТОДИКА. ПРАКТИКА. ДОСВІД**

УДК 004.928:711.455

**А. В. Віндюк**

### **РОЛЬ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ СПОРТИВНОЇ АНІМАЦІЇ» В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-КУРОРТНОЇ СПРАВИ**

**Постановка проблеми.** Останнім часом у світі інтенсивно розвивається індустрія туризму. У зв'язку з цим пред'являються нові вимоги до професійної підготовки фахівців готельно-курортної справи. Особливо гостро відчувається недолік фахівців, так званих «аніматорів», для організації дозвілля в готелях, базах відпочинку, санаторіях, пансіонатах, В. К. Федорченко дає наступне визначення, аніматор – це фахівець і організатор рекреаційної діяльності туристів [1]. На думку С. І. Байліка, аніматор – масовик-витівник у сфері гостинності, що займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей і дозвіллям відпочиваючих [2].

**Мета роботи** – визначити рівень готовності студентів до організації різних видів відпочинку з особами різного віку, підлоги, інтересів, а так само шляхи вирішення даної проблеми.

В Класичному приватному університеті міста Запоріжжя здійснюється підготовка бакалаврів спеціальності «Готельне господарство». Студенти в літній період проходять стажування на базах відпочинку, у санаторіях, таборах відпочинку на побережжі Азовського, Чорного морів, а також в готелях Анталії, Туреччина.

Багато студентів працюють як аніматори. Необхідність введення даної дисципліни виникла після підведення підсумків проходження практик і стажувань студентів у літній період у готелях, базах відпочинку, санаторіях вітчизняних і закордонних курортів. Було з'ясовано, що студенти мають недостатній рівень професійної підготовки як спортивного аніматора, відчували утруднення при організації та проведенні рухливих ігор, заходів з використанням елементів різних видів спорту та аеробіки, особливо складність викликало проведення ігор і розваг на воді.

**Методи дослідження:** теоретичний аналіз літературних джерел, узагальнення досвіду і практики організації анімації, педагогічний експеримент.

**Організація дослідження.** З 2007-2008 учбового року в учбовий план підготовки бакалавра спеціальності «Готельне господарство» була введена нова дисципліна «Організація спортивної анімації» (72 години). Дисципліна віднесена до варіативної частини, «за вибором студента».

Дана дисципліна вивчається протягом року на другому курсі. У першому семестрі студенти вивчають методику організації та проведення рухливих ігор і аеробіку. Заняття проводяться в теплий час на стадіоні, у холодний час – в спортивному залі.

У другому семестрі вивчається теорія та методика проведення й організації аквааеробіки та продовжується вивчення організації й проведення рухливих ігор. Аквааеробіка проводиться в басейні «Спартак» Класичного приватного університету, рухливі ігри проводяться на стадіоні або в спортивному залі.

До занять допускаються студенти, віднесені до основної, підготовчої та спеціальної медичних груп. Студенти основної медичної групи виконують всі практичні завдання, студенти підготовчої групи не беруть участь у іграх великої інтенсивності, студенти спеціальної медичної групи практичну частину занять виконують вибірково відповідно до стану здоров'я. Всі студенти беруть участь в проведенні анімаційних видів діяльності на практичних заняттях.

Дисципліна «Організація спортивної анімації» включає теоретичну та практичну підготовку.

Задачі вивчення дисципліни:

- ознайомити студентів із історією розвитку спортивної анімації;
- сформувати вміння та навички володіння спортивними видами анімаційної діяльності;
- навчити організації та проведенню спортивної анімації з використанням елементів різних видів спорту.

Студент повинен уміти:

- організовувати та проводити різні рухомі ігри, естафети, конкурси для дітей різного віку;
- організовувати та проводити розважально-оздоровчі заняття аквааеробікою в басейні;
- володіти основними елементами базової аеробіки та використовувати їх в організації дозвілля відпочиваючих.

Курс дисципліни включає 64 аудиторні години:

- 8 годин лекцій, зразкова тематика лекцій: «Спортивна анімація», «Організація спортивної анімації в готелях», «Особливості організації та проведення рухливих ігор у місцях відпочинку», «Аеробіка», «Аквааеробіка»;
- 56 годин практичних занять.

Перший семестр – 4 години лекцій і 28 годин практичних занять (розділи «Рухомі ігри» і «Аеробіка»). Другий семестр – 4 години лекцій і 28 годин практичних занять (розділи «Аквааеробіка» і «Рухомі ігри»). У кінці кожного семестру, відповідно до результатів навчання студентам виставляється залік.

У першому семестрі студенти знайомляться з особливостями організації та проведення рухливих ігор для дітей різного віку. На перших заняттях викладачі проводять з ними ігри, естафети, конкурси.

Студентам пояснюються правила запису та схематичного зображення гри. Студенти одержують наступні домашні завдання, такі як: записати та схематично змалювати рухомі ігри, які проводилися на практичних заняттях, підготувати, записати, змалювати схематично, рухому гру, естафету з предметами або без предметів. На подальших заняттях студенти самостійно проводять ігри.

Також студенти проводять підготовчу частину (вправи на місці, в русі, елементи базової аеробіки).

Розділ «Аеробіка» Студенти вивчають основні рухи аеробіки, зв'язки, складають комбінацію з раніше вивчених елементів. У кінці семестру студенти самостійно проводять спортивне свято «Новорічні забави», який включає естафети між групами студентів спеціальностей «Туризм» і «Готельне господарство» другого курсу інституту здоров'я, спорту та туризму.

У другому семестрі вивчаються розділи «Аквааеробіка» та «Рухомі ігри». Заняття аквааеробікою проводяться в басейні. До занять допускаються студенти, що мають дозвіл від лікаря. У процесі вивчення розділу «Аквааеробіка» студенти освоюють: різновиди пересування в воді: ходьбу, біг, стрибки, махи, «ножиці», а також рухи руками, на мілкій та глибокій воді, з предметами (нудли, м'ячі) і без предметів, а так само різні конкурси (індивідуальні та командні) і естафети з предметами й без предметів. Студенти самостійно проводять естафети, конкурси, комплекси вправ із предметами, без предметів на мілкій та глибокій частині басейну

Зразковий зміст заняття по аквааеробіці:

- теоретична частина (5-10 хвилин), зал сухого плавання, студентам дається матеріал, який вони проходять у басейні;
- душ (5-10 хвилин);
- основна частина заняття, басейн (30-40 хвилин) – студенти розподіляються по 4-6 чоловік на одну доріжку.

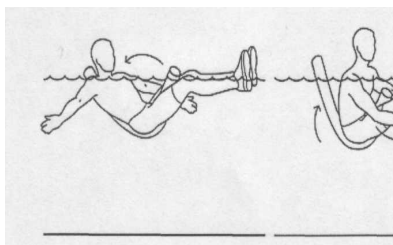
У мілкій частині басейну студенти виконують:

- різновиди ходьби, перегони (приставними кроками, із високим підйманням стегна, із нахльостуванням гомілки назад) із різними рухами рук;
- стрибки (на місці, із поворотами на 90°, 180°, 360°, із просуванням вперед, вліво, вправо);
- самостійне проведення студентами комплексу вправ на оцінку (проводять також студенти, які не можуть знаходитися у воді, але присутні в басейні в спортивній формі).

Глибока частина басейну:

- зразкові вправи з нудлами (нудл – фитнес-інвентар для аквааеробіки, для підтримки тіла в воді. Легкий, міцний і гнучкий циліндровий стрижень завдовжки 160 см, діаметром 7 см).



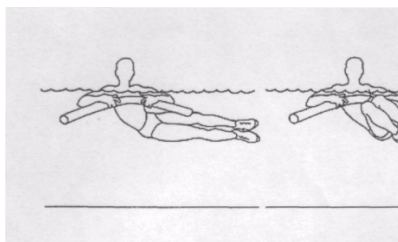


Положення «Складка».

П. п. – сидячи на нудлі, нудл між стегнами, руки убік.

Відвести руки назад, потім нахил вперед до колін, руками «виляск» під колінами.

8-12 разів.



П. п. – нудл у зігнутих руках перед грудьми, хват зверху на ширині плечей, ноги зігнуті в колінах біля грудей.

Випрямити ноги вліво, повернутися в початкове положення, потім випрямити ноги управо. 8-12 разів.

- естафета «Гонки», проводиться на мілкій частині. Студенти розбиваються на команди по кількості доріжок. На команду – один нудл. По команді «Марш!», перші гравці пливуть 6-10 метрів, нудл у витягнутих руках, працюють тільки ноги, назад – біг, нудл в руках. Нудл передається наступному гравцю, той пливе й т.д. Перемагає команда, що закінчила естафету першою.

- заключна частина (5-10 хвилин):

- підведення підсумків заняття;

- вільне плавання (за бажанням) – 5 хвилин

Душ (5-10 хвилин).

**Висновки.** Досвід дворічного вивчення студентами предмету «Організація спортивної анімації» показав, що студенти готові до організації різних видів відпочинку з людьми різного віку, підлоги, інтересів. Заняття викликають у студентів великий інтерес, сприяють професійному зростанню.

### **Література**

**1. Федорченко В. К.** Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Володимир Кирилович Федорченко. – К. : Видавничий Дім „Слово”, 2006. – 372 с. **2. Байлик С. И.** Вступление в анимацию гостеприимства: учеб. пособие / Станислав Иванович Байлик. – Х. : Изд-во «Кроссрод», 2008. – 128 с.

**Віндюк А. В.** Роль дисципліни «Організація спортивної анімації» у професійній підготовці майбутніх спеціалістів готельно-курортної справи

У статті аналізується досвід підготовки аніматорів в Класичному приватному університеті м. Запоріжжя, дається характеристика змісту дисципліни «Організація спортивної анімації». Велику увагу надається методиці організації і проведення рухливих ігор і аеробіці.

*Ключові слова:* анімація, спортивна анімація, аеробіка.

**Виндюк А. В. Роль дисципліни «Организация спортивной анимации» в профессиональной подготовке будущих специалистов гостинично-курортного дела**

В статье анализируется опыт подготовки аниматоров в Классическом частном университете г. Запорожье, дается характеристика содержанию дисциплины «Организация спортивной анимации». Большое внимание уделяется методике организации и проведения подвижных игр и аэробике.

*Ключевые слова:* анимация, спортивная анимация, аэробика.

**Vindiuk A. V. Role of discipline «Organization of sporting animation» in professional preparation of future specialists in hotel-resort business**

The article is about organization and methods of students teaching of new discipline «Organization of sporting animation». The study of this discipline is a tool of professional preparation of specialists of hotel-resort business perfection.

*Key words:* sporting animation, student, professional preparation.

УДК 811.111'272

**O. A. Gabrielyan, A. S. Chuzhik**

**INTERCULTURAL INTERVIEW AS A TOOL FOR BETTER UNDERSTANDING**

The movement of students across national boundaries for educational purposes has increased tremendously since World War II. In the former Soviet Union the practice of sojourners was common in the most famous educational establishments. University of Friendship Among Peoples named after Patrice Lumumba was founded with a special emphasis on giving a helping hand in the field of education for the young people from the so-called Third World countries and the member states of the Warsaw Pact.. Studying in the USSR was a vital chance for young people from developing countries without the connections and money to net a grant in the West. A lot of efforts and money has been invested in building a very strong bridge with the Third World people. Thus many friends were made, some of them became later very powerful in their respective countries. The quality of education was high,

grants were paid. Students from the above-mentioned countries considered their chance to study in the USSR as a big honour and privilege, and took it with a deep respect. The educational programmes covered all spheres of life, including military education.

By the end of the 20<sup>th</sup> century this mass migration for educational purposes has become a major component of the educational systems not only of the mainly American and Western European nations, but of the East European ones as well.

At the beginning of the 90s the doors for the young people in all new independent states became wide open for going and studying abroad. It was a novelty of a new geo-political situation. Hundreds of programmes sponsored by governmental authorities and foundations of the USA and West European countries attracted many young people from CIS to participate in different competitions for getting a grant or scholarship for studying abroad.

At the same time the economic crisis that struck all the CIS states put the local Universities into the search of additional financing. Payment for educational programmes and courses by foreign students has become a substantial article in Universities' budget. Many Universities were involved into this marathon for survival. The Luhansk National University was no exception. Young people from India, Pakistan, Jordan and some other countries became the first foreign students there. At the beginning they were a very small group. Few of them coped with culture shock successfully and adapted to their life in new environment, others gave up soon and decided to return home. The difference in life style, attitudes and behaviours was tremendous. Both sides were not really prepared for such interaction. No orientation programme was offered.. Intercultural communication was not known either as a branch of knowledge or as a practical tool. "Swim or sink" – that is how the situation in those years can be described. But there is no force that could stop the process of globalization and the consequences which it results in. The number of foreign students at the Luhansk National University continued to grow and the data show its constant increase since 2000. There were only 42 students in 2001-2002 academic year in comparison with 452 students in the last academic year.. The geography represented by foreign students expanded largely. Now it includes such countries as Azerbaijan, Iraq, Jordan, China, Kyrgyzstan, Columbia, Libya, Maldives, Moldova, Nigeria, Pakistan, Palestine, Russia, Syria, Tajikistan, Tunisia, Turkmenistan, Uzbekistan. Nowadays new contacts are being looked for on all continents.

Ukraine has always been a multinational country, the students of different ethnic background were taught and brought up within the same system of values: they went to the same type of schools, played the same games, watched the same movies and TV programmes, in other words they shared the same contexts of communication. The multinational picture nowadays is totally different. On the one hand, the students who come from the neighbouring countries are considered today to be foreign students despite that social contexts in the countries they were born and raised and Ukraine

bear much resemblance and many similarities. Oftentimes they speak the same language. These groups do not experience culture shock and they do not need special soft skills for adjustment. On the other hand, there is the other group of foreign students who come from the countries very much different from Ukraine and find themselves in a new environment, feeling like a fish out of water.

The teaching staffs who have been working with foreign students sometimes have not been trained in intercultural field, so all interpretations of the intercultural encounters are based mainly on their own culture which is not enough. Misinterpretations already start on the non-verbal level and are present in other spheres of communication. Today the courses on intercultural communication should be integrated into the University curriculum. Foreign language classroom is the best places to start with.

Intercultural interview exercise is proposed as a tool to get an insight into the atmosphere of the multinational campus, to discover potential problem zones and to contribute to the international education of the host students. The latter is of paramount importance these days as in the times of economic crisis the scapegoat for all the ills in the society can be easily found in the face of a foreigner. A danger which many independent states face today.

Intercultural interview can be an initial phase of the bigger project on intercultural communication in Luhansk National University . Our purpose in writing this article is to offer some practical suggestions concerning how to achieve competence when dealing with cultural differences.

Thorough preparatory work is very important to launch this kind of a project.

Several introductory sessions on intercultural communication with the students who are involved into this project, including the question of intercultural sensitivity; are highly recommended. Clear information should be also given to all participants of the project concerning who they may interview, how they can find a respondent, advice what to avoid.

Suggestions should be given how to write the report as well. It takes a good deal of time and efforts to prepare for the interview. The time span for this exercise should be thought over carefully.

It is important that respondents not to be known to other students or to the teacher because private details oftentimes distort the contents of the report. Relatives and friends are not allowed to be used for the interview. Privacy of all respondents should be respected and protected. False names should be used in the reports.

The usefulness of the exercise can be multiplied by having students present their results to the class and by integrating the reports into a comprehensive lecture on intercultural communication. Passing the summary of students' reports to the University International Student Office and the follow-up suggestions can be very useful.

There are many factors that constantly predict one or more types of adjustment, among them the following should be mentioned:

- Language proficiency
- Age
- Academic background
- Culture distance
- Previous cross-cultural experience
- Change in social status
- Personality traits and behavioural styles, including social skills
- Contact with host nationals
- Culture knowledge
- Expectations

The teacher should prepare Instructions and Guidelines which can cover the following issues:

I would like you to conduct a brief interview with an international student at our University from a culture different than your own. There are three main restrictions:

1. You must not approach the International Student Office for help in finding a respondent.
2. You must not use friends or relatives.
3. You must not use a graduate or undergraduate student of the Psychology Department as your respondent.

The interview should focus on the respondent's subjective experience of being in Ukraine, most important differences between the home and host societies, problems the person experienced in adaptation to Ukrainian society.

I would like you to write a short description of your findings (about 3-5 pages).

Be ready to give oral descriptions of your findings in class. Please attach the respondent checklist to your report.

Dates for the interview, writing and presenting the report should be clearly stated.

#### Some Suggestions for Conducting an Interview

One goal of the interview is to get the respondent's *story*. Every foreign student has a story. Some stories can be rather standard, but some are fascinating. Many are accounts of travail and triumph that will lead you to wonder at the strength of the human spirit, but others don't come out so well (at least not yet). You may find that your respondent has had very little interaction with Ukrainians even though he or she sits next to them in classes every day or lives next door in the halls of residence.

The respondent in his/her turn may be curious about Ukrainians and view the interview as a chance to learn something from you about Ukraine. You might have to do a little self-disclosure of yourself to get him or her to self-disclosure. The respondent may be interested in learning about you and about Ukrainian culture through you, which in a sense is his or her reward for granting an interview.

When comparing cultures, it is most useful to talk in relative terms with respect to specific situations, thus trying to minimize stereotypes which

are a major barrier to effective international relationships. The respondent as well as the interviewer might be already influenced by the incorrect judgments about each other's culture.

The respondent may be embarrassed by his or her language limitations. It is advisable to use the language which allows to come to a more authentic communication.

Observation of the body language can be very helpful.

If a respondent nods and smiles as you talk, it is necessary to check if that it means just what it seems to mean: or he or she has just gotten lost and is no longer tracking your monologue. As you may experience yourself, once you lose the train of thought in listening to another language it is hard to get back on track. Try speaking slowly, use common words and simple clear-cut sentences, and avoid idiomatic language, slang, and subordinate clauses. Wait for feedback after each statement. Humour or ambiguous comments should be avoided at all costs. Friendly disposition, openness and sincerity of your intentions can contribute a lot to a success of your interview.

You must begin and end by assuring the respondent of anonymity, and use of a false name in the report. It is possible to ask the respondent to supply a false name consistent with his her language or nationality. If the respondent claims he or she doesn't care what people think and wants you to use his or her real name, use a false name anyway.

The interview is explicitly a privileged type of communication, and you must not reveal the results of it in a manner that will compromise the anonymity of the respondent. You must abide by these rules of professional ethics.

An additional ethical issue that you must confront is how to deal with the respondent's potential request to see you again or to continue the relationship. The type of intimate interaction you have had with your respondent is more characteristic of real friendships than casual acquaintances in many cultures. Furthermore, you may find that the respondent is lonely, desperate for meaningful interaction with Ukrainian hosts, or both. You may find that you need to maintain some contact with the respondent after the interview, perhaps by telephone.

*Some examples of information to clear from the interview*

The following lists are provided to give you some ideas about what to look for in your interview. Please do not think of them as checklists or an interview schedule. Your report need not (and probably should not) cover most of these items. Instead, hit the main points and go with the flow.

Choosing and transitioning:

Why respondent (R) decided to come to Ukraine; why R chose this University; how R felt when he/she arrived; effects of R's leaving home or his/her family.

Attitudes:

What R likes/dislikes about Ukraine, this area, university; what R sees as the important differences between home and here; attitudes/opinions about Ukraine/Ukrainians

Activities:

What R does for recreation; special events or experiences in Ukraine; social relationships, dating, response to Ukrainian norms.

Somatic symptoms:

Difficulty with sleeping; tired; weak, fatigued; sick with colds, flu, respiratory problems; poor appetite, indigestion; stomach or disorders; chest pains; headache; dizziness; problems with concentrating

Psychological problems:

bored; loneliness, depression, unhappiness, anxious or worried, problems with studies, feelings of aimlessness, unclear goals, homesickness, frustration, heavy drinking or drug use

Communication problems:

Difficulty with meeting people outside the University or halls of residence, finding partners; making friends. Not being able to express oneself in Ukrainian/Russian, having non-verbal behaviour misunderstood, difficulty in communication related with cultural and contextual meaning of words

Material problems:

Difficulty with getting a part-time job; finding place to live; obtaining information; getting places and finding things; not having enough money

Study issues:

Not having enough time to study; lectures and seminars are too difficult, library resources are too little, etc.

Cultural problems:

Problems related to racial discrimination; cross-ethnic identification problems (e.g. wanting to be like/not to be like Ukrainians).

The first goal of this exercise is to help host nationals (e.g. Ukrainians at a Ukrainian University) appreciate the difficulties encountered by the many international students surrounding them. The semi-structured interview in this project is designed to lead the interviewer through many aspects of life of a foreign student. No amount of didactic, classroom instruction can convince a host national of the depth and difficulty of being a foreign student as can one hour of heart-to-heart conversation. Foreign students are oftentimes a 'silent minority' on most campuses, often forming communities of their own with little interaction with hosts. The intercultural interview sets the stage for a type of host-sojourner interaction that rarely occurs otherwise, providing a strong experience that leaves a mark on both interviewer and respondent.

The second goal of the interview is to facilitate such interaction for the benefit of both parties.

The third goal of the interview turns the focus from the respondent to the interviewer. The intercultural interview, in a small, brief, safe way, is a kind of fieldwork experience for the student. The student must:

- obtain a respondent, by being able to approach strangers individually
- find a way to establish rapport and interact with the respondent
- deal with language and communication barriers
- perform the crucial task of interpreting the respondent's meanings and translating them to concepts familiar in his or her own culture.

The intercultural interview experience forces the student to make a personal contact with another culture, through one particular member of it, in a focused manner that would be unlikely to occur otherwise, even if the student were to become a foreign student him/herself. The interviewer also gets a chance to look at his/her own culture from a different perspective.

Many students are profoundly touched by this experience. The positive feeling that arises from this experience is authentic. The results can be life-changing. Cultural interview exercise engages and challenges students, helping them to develop their own intercultural communication skills.

#### *Time*

The exercise requires a 1-hour interview, 4 hours to write the report, a classroom presentation time. The student must budget enough time prior to the due date to locate respondent and schedule an appointment for the interview.

#### *Requirements*

Sufficient international students on campus are necessary to make project feasible. The classroom discussion portion of the project is enhanced by having a variety of different nations represented. Students can require as much as 15 minutes each to discuss the interview. Detailed instructions should be given early in the course, a hand-out provided to students with detailed guidelines and suggestions for the interview. A checklist is also provided.

Presentations on cultural information about the countries involved into the interview is an advantage. Geography, history, political life should be the starting point. Listeners are usually very receptive when they hear about daily life of other people, habits and traditions, dos and taboos.

Competence in intercultural communication became a necessity today. In both private and public lives, in all personal and professional endeavours it is imperative that we learn to communicate with people whose cultural heritage makes them vastly different from us.

Any work in intercultural communication cannot present a ready-made recipe, it just provides ideas and information that can help us on the road to achieve a final goal- intercultural competence.

### **Literature**

**1. Steiner K.** Inter Views : an Introduction to qualitative research interviewing / Kvale Steiner. – Sage Publications Inc., 1996. **2. Gabrielyan O.** We live in a Multicultural World. Intercultural Communication in a Nutshell / O. Gabrielyan, A. Chuzhik, A. Basov. – Luhansk : Alma Mater, 2009.



**Габріелян О. А., Чужик А. С. Інтерв'ю як інструмент здійснення міжкультурної комунікації**

Статтю присвячено проблемі інтерв'ю як одному із засобів здійснення міжкультурної комунікації. Авторами представлено модель формування полікультурного світогляду та збагачення гуманітарної підготовки іноземних студентів ЛНУ імені Тараса Шевченка. Розроблено прийоми, які сприяють адаптивному входженню молоді в іноземний міжкультурний професійний простір. В процесі застосування такого інтерв'ю відбувається корегування та вдосконалення професійної компетенції та мотивації студентів.

*Ключові слова:* міжкультурні програми, багатонаціональна картина, інтерв'ю, міжкультурна комунікація.

**Габриэлян О. А., Чужик А. С. Интервью как инструмент осуществления межкультурной коммуникации**

Статья посвящена проблеме интервью как одному из способов осуществления межкультурной коммуникации. Авторами представлена модель формирования поликультурного мировоззрения и обогащения гуманитарной подготовки иностранных студентов ЛНУ имени Тараса Шевченко. Разработаны приемы, которые способствуют адаптивному вхождению студентов в иностранное межкультурное профессиональное пространство. В процессе применения такого интервью происходит корректирование и усовершенствование профессиональной компетенции и мотивации студентов.

*Ключевые слова:* межкультурные программы, многонациональная картина, интервью, межкультурная коммуникация.

**Gabrielayn O. A., Chuzhik A. S. Intercultural interview as a tool for better understanding**

The article is devoted to the problem of interview as a means of intercultural communication. The model of multicultural world view formation and enrichment of classical education of foreign students in Luhansk Taras Shevchenko National University is developed. The methods of youth adaptation to intercultural foreign professional field are worked out. Such interviews contribute to the correction of students' professional competence and their learning motivation.

*Key words:* intercultural programmes, multicultural picture, intercultural interview, intercultural communication.

УДК 811.161.2'27

**О. М. Горошкіна**

**УКРАЇНСЬКИЙ МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ:  
ЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ**

Протягом століть людство виробляло прийнятні форми співснунання, що ґрунтувалися на правилах і традиціях кожного народу, а також були зумовлені своєрідністю національної історії, традицій, ментальності, політичного устрою країни. Суспільство з давніх-давен виробило правила поведінки, наприклад, народна мудрість і “Біблія” навчали, що і як треба робити, тобто дотримуватися вимог етикету. Етикет – це встановлені норми поведінки і правила ввічливості в якому-небудь товаристві.

Виділяють чотири основні підсистеми етикету.

I – мовленнєвий, або вербальний, етикет, що регламентує словесні формули вітання, знайомства, поздоровлення, побажання, прохання, поради, запрошення, співчуття. Це ж стосується манери спілкування та мистецтва вести бесіду.

II – міміка та жести, або кінесика. У багатьох народів є своєрідні жести привітання, прощання, згоди, заперечення. Міміка, погляд, вираз обличчя свідчать про ставлення до співрозмовника.

III – організація простору в етикеті, або етикетна проксемика. В етикеті важливе значення має розташування співрозмовників у просторі, дистанція між ними, фізичний контакт. Необхідно також знати, яке місце в кімнаті чи за столом можна зайняти, які пози припустимі.

IV – речі в етикеті, або етикетна атрибутика, до якої відносять одяг, головний убір, прикраси, подарунки, квіти тощо [1, с. 10-11].

Отже, етикет регулює нашу поведінку відповідно до соціальних вимог, а мовленнєвий етикет як його підсистема регулює правила мовленнєвої поведінки.

Під мовленнєвим етикетом Наталя Формановська розуміє систему “стійких формул спілкування, рекомендованих суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримання спілкування у виразній тональності відповідно до їх соціальних ролей і рольових позицій відносно один одного в офіційних і неофіційних обставинах” [2, с. 413]. Отже, мовленнєвий етикет відображає правила мовленнєвої поведінки, властиві мовцям на певному історичному зрізі. На думку авторів Словника з етики, мовленнєвий етикет – “це сукупність правил поведінки, що стосуються ставлення до людей (поведінка з усіма, форми звертання, поведінка в громадських місцях, манери, одяг тощо)” [3, с. 180].

Марія Пентилюк зазначає, що “мовний етикет – це стійкі формули, що забезпечують прийняте в певному середовищі серед певних людей включення в мовленнєвий контакт, підтримання спілкування в обраній тональності; мовний етикет орієнтує на ті правила мовлення, за якими можливе змістовне спілкування” [4, с. 84].

С. Богдан вважає, що “мовний етикет – це національно специфічні правила мовної поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і виразів, що рекомендуються для використання в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співрозмовником” [5, с. 18].

Мовленнєвий етикет, наголошує М. Кочерган, характеризується “яскравою національною специфікою, пов’язаною з неповторною мовленнєвою поведінкою, звичаями, ритуалами, невербальною комунікацією представників певного етносу” [6, с. 163].

Отже, мовленнєвий етикет – це мікросистема національно специфічних формул спілкування, які використовують для встановлення контакту, підтримання спілкування в певній тональності. Тому завданням статті має бути визначення тих мовленнєвих формул, що сприяють розвитку комунікації в різних сферах діяльності в тому числі туризмі та сервісі.

Сукупність усіх можливих етикетних формул утворює систему мовленнєвого етикету кожної нації. Ось чому структуру мовленнєвого етикету визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій, які властиві всім мовцям: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада тощо. З-поміж них вирізняють ті, що “вживаються при зв’язуванні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; під час підтримання контакту – формули вибачення, прохання, подяки; під час припинення контакту – формули прощання, побажання тощо. Це власне етикетні мовленнєві формули”. Окрім власне етикетних формул, мовленнєвий етикет включає ще й “соціально-мовні символи етикетного рівня (наприклад, етикетні формули заперечення/незгоди і ствердження/згоди, формули запитань, що використовуються в певних соціально-культурних групах”. Отже, мовленнєвий етикет обслуговує весь комунікативний акт.

На вибір етикетного виразу суттєво впливає тональність спілкування (традиційно виділяють високу, нейтральну, звичайну, фамільярну і вульгарну тональність). Тональність спілкування найбільше залежить від характеру взаємовідносин співрозмовників та обстановки спілкування. Так, висока (підкреслено ввічлива, піднесена) тональність спілкування характерна для урочистих зібрань (“*Вельмишановне товариство*”, “*Мені невимовно шкода...*” тощо), нейтральна – для сфери офіційних установ, звичайна вирізняє спілкування в магазині, транспорті, на вулиці (“*Доброго дня*”, “*Вибачте*” тощо), звичайна (*інтимно-довірча, дружня, ласкава, фамільярна, іронічна*) можлива в сім’ї, у дружньому товаристві

(“Привіт”, “Бувай” тощо), вульгарна тональність побутує в соціально неконтрольованих ситуаціях.

Мовленнєвий етикет справедливо вважають культурним обличчям нації. Він втілює найтипівші риси мовленнєвої поведінки людини в найрізноманітніших життєвих ситуаціях. Увібравши давні традиції, звичаєві приписи, мовленнєвий етикет українців є унікальною універсальною моделлю їх мовленнєвої діяльності, що виявляється в системі стійких мовних виразів. Знання цієї системи, а ще більше – повсякденна її реалізація, гармонія знань і внутрішнього світу людини є своєрідним барометром духовної зрілості нації. І навпаки, нехтування законів мовленнєвого етикету, неприхована зневага до його регламентованих правил – ознака її глибоких корозійних процесів, які в останні десятиліття, на жаль, прогресують і виявляються в реаліях нашого буття. Самобутність кожного народу поряд із традиціями, ціннісними орієнтаціями, культурою виявляється передусім у мовленнєвих стереотипах поведінки. У них концентруються риси національної вдачі, національного характеру, що формувалися століттями.

Мовленнєвий етикет українців, утілений у системі мовних знаків, символів, словесних формул, жестів, міміки, увібравши найдавніші звичаї й традиції, утворює цілісну систему, що слугує їм у найрізноманітніших ситуаціях спілкування і є одним із кодів, які відкривають своєрідність національно-мовної картини світу. Так, закони спілкування українського народу відбито в приказках і прислів'ях, які можна вважати скарбницею перевірених поколіннями істин і знань, на основі яких формувалося цивілізоване суспільство. Наведемо лише кілька з них: 1. *Бережи хліб на обід, а слово на відповідь.* 2. *Краще мовчати, ніж брехати.* 3. *Дав слово – дотримай його.* 4. *Не хочеш почути дурних слів, не кажи їх сам.* 5. *Що маєш казати, то наперед обміркуй.* 6. *Хліб-сіль їж, а правду ріж.* 7. *Треба знати, де що сказати.* 8. *Ласкаве слово – як день ясний.* 9. *Погане слово проковтни.* 10. *Всякому слову свій час* тощо.

Мовна поведінка народу поєднана із його загальною культурою, етнопсихологічними рисами, народними традиціями. Наприклад, на мовному рівні етнопсихологічні ознаки українців, зокрема доброзичливість, шанобливе ставлення до співрозмовників і почуття власної гідності, виявляються в тому, що “семантичним центром багатьох висловів українського етикету є слова з коренем *добр-*, *здоров-*, *ласк-* (*добрідень, добривечір, доброго ранку, добрисвітанок, доброго вечора у вашій хаті, на все добре, добродію; здоров був, будьте здорові, здорові були, доброго здоров'я, дай Боже здоров'я, здрастуйте; будь ласка, ласкаво просимо, з вашої ласки* тощо)”.

Використання мовленнєвих етикетних формул відбувається з урахуванням мовленнєвої ситуації, що передбачає урахування мети,

місця, адресата спілкування й визначення конкретного комунікативного завдання.

Суттєвою диференційною ознакою мовленнєвого етикету українців є уживання форми кличного відмінка (*Ірино Олександрівно, Світланко, пане професоре, чоловіче добрий, людоньки, бабуню, добродію*). Однак, як свідчать спостереження, ця давня істотна риса мовленнєвого етикету катастрофічно, неприпустимо швидко зникає: молодь, школярі, люди середнього віку, міське населення майже не послуговуються кличним відмінком.

Одним із традиційних українських виявів шанобливості є вживання пошанної множини – граматичної форми висловлення ввічливості: *мама просили, тато говорили, батько взяли*. Така форма диктувалася високою повагою до найближчих людей. Нею користувалися навіть тоді, коли старші були відсутні, наприклад: *“Мені тато казали, щоб я вчасно прийшов додому”*.

У спілкуванні заведено вдаватися до пошанної множини, звертаючись до одного співрозмовника, якщо він незнайомий, малознайомий, старший за віком та посадою. Цим підкреслюється повага до співрозмовника. Займенник “ти” є виразником близьких стосунків між людьми. Він “передає повагу, що виникла на основі дружби, товариськості чи кохання. Використовуючи займенник “ти”, спілкуються між собою товариші, колеги, співробітники, друзі, брати і сестри, подружжя”.

Для мовленнєвого етикету українців важливими є й певні заборони. Таких “не можна” є кілька: говорити суржиком, виражати своє ставлення до чогось вигуками *ой, ігі, ага, угу* чи вживати слова *дідько, чорт, біс*, часто повторювати слова *страх, жах, Боже*, називати конкретну людину *він, вона*. Порушення мовленнєвого етикету показано в низці прислів’їв і приказок: 1. *Базіка – мовний каліка*. 2. *Ляпає язиком, як постолом*. 3. *Накрив мокрим рядном та ще й помелом*. 4. *Говорить, наче три дні не їв*. 5. *Гавкає, як собака на прив’язі*. 6. *Заторохтіла сорока, наче діжка з горохом*. 7. *Меле, як порожній млин*. 8. *Бесіди багато, а розуму мало*. 9. *Глухий слухає, як німий говорить*. 10. *На городі бузина, а в Києві дядько*. Цей перелік можна продовжити.

Протягом століть український мовленнєвий етикет не був позбавлений інокультурних впливів, тому варто з розумінням ставитись до всього, що прийшло до вітчизняної системи етикету з інших мов, і якщо воно не суперечить, не руйнує наші національні традиції, не поспішати “ворогувати” й витіснити кожне запозичення.

Отже, за багатовікову історію український народ виробив і відшліфував цікаву самобутню систему мовленнєвого етикету, певні одиниці мови й мовлення, які словесно виражають етикет поведінки, мовні засоби, що накопичилися в кожному суспільстві для вираження неконфліктного, “нормального”, доброзичливого ставлення до людей і

є феноменом і виразником його загальної культури. Використання етикетних формул у мовленні свідчить про вихованість, толерантність, високий рівень культури співрозмовника.

Мовленнєвий етикет є частиною загальної національної культури взагалі та української мови зокрема сприяють створенню довідкових посібників у вигляді термінологічних україномовних, або двомовних словників зі спеціальності в даному випадку – з туризму та сервісної сфери.

#### **Література**

**1. Бобир О.** Етикет учителя : навч.-метод. посіб. / О. Бобир. – К. : Ленвіт, 2004. – 192 с. **2. Формановская Н. И.** Речевой этикет / Н. И. Формановская // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М., 1990. – 687 с. **3. Словарь по этике** / под ред. И. С. Кона. – М. : Политиздат, 1989. – 447 с. **4. Пентилюк М. І.** Культура мови і стилістика : пробний підруч. для гімназій гуманіт. профілю / М. І. Пентилюк. – К. : Вежа, 1994. – 240 с. **5. Богдан С. К.** Мовний етикет українців: традиції і сучасність / С. К. Богдан. – К. : Рідна мова, 1998. – 475 с. **6. Кочерган М. П.** Загальне мовознавство : підручник / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2003. – 464 с.

#### **Горошкіна О. Український мовленнєвий етикет: лінгвістичний та культурологічний аспекти**

У статті розглядаються культурологічні та лінгвістичні аспекти українського мовленнєвого етикету, акцентується увага на людський мовленнєвий поведінці у різних життєвих ситуаціях.

*Ключові слова:* мовленнєвий етикет, правила мовленнєвої поведінки.

#### **Горошкіна О. Украинский речевой этикет: лингвистический и культурологический аспекты**

В статье рассмотрены культурологический и лингвистический аспекты украинского речевого этикета, внимание акцентируется на речевом поведении людей в разных жизненных ситуациях.

*Ключевые слова:* речевой этикет, правила речевого поведения.

#### **Goroshkina O. Ukrainian speech etiquette: linguistic and culturological aspects**

The article revealed linguistic and cultural aspects of the Ukrainian speech etiquette, to focus attention on the behavior human speech in a variety of life situations.

*Key words:* speech etiquette, rules of speech behaviour.

**УДК 338.48-44**

**С. О. Дітковська**

**ТУРИСТСЬКЕ КРАЇНОЗНАВСТВО ЯК НАВЧАЛЬНА  
ДИСЦИПЛІНА (СПЕЦІАЛЬНІСТЬ «ТУРИЗМ»)**

Туризм – одна із галузей світової економіки, яка розвивається найбільш динамічно. В Україні туризм відіграє велику роль у валютних надходженнях, формуванні валового національного доходу та забезпеченості зайнятості населення. У свою чергу, розвиток туризму залежить від ряду умов: природно-географічних, соціально-демографічних, культурно-історичних, економічних, політико-правових та інших. У зв'язку з цим збільшується значення країнознавчих досліджень. Автором статті були проведені опитування керівників туристичних фірм міста Луганська, які показали, що багато хто з працівників туристської сфери має досить неглибокі знання про особливості природи, населення, культури та економіки тих країн, з якими вони працюють. Крім того, частина з них слабо орієнтується в системі країнознавчих понять і мають труднощі в їх застосуванні.

На сьогодні існує загальна та спеціальна література з туристського країнознавства. Виявленню географічних, природно-кліматичних, соціально-економічних та історико-культурних характеристик країн світу присвячені роботи Г. де Блія, П. Муллера, В. Вольського, В. Бутова [1, 2, 3]. Однак, матеріали, викладені у їх дослідженнях, мають географічне спрямування, і туризм у них представлений слабо, в основному одним – двома економічними показниками. Роботи А. Романова, Р. Саакянца, Ю. Кисельова, А. Яворської, Т. Христова, В. Воскресенського відносяться до спеціальної літератури з “Туристського країнознавства” [4, 5, 6]. Хоча, на думку автора, вони написані в легкому стилі, мають описовий характер і тому розраховані на широке коло читачів, служать довідниками для допитливих людей як джерело інформації про країни, які б вони хотіли відвідати чи вивчити. Отже, сьогодні не існує досліджень, які б розглядали характеристики тієї чи іншої країни з точки зору їх впливу на розвиток туризму. Виходячи з цього положення, наукова та методична розробка курсу “Туристське країнознавство” як навчальної дисципліни є досить актуальною.

Метою статті є аналіз “Туристського країнознавства” як навчальної дисципліни професійного спрямування за спеціальністю “Туризм” 8.050.401. Відповідно до мети були визначені завдання дослідження: розглянути науковий апарат та структуру курсу; визначити форми організації занять з навчальної дисципліни.

У ХХ столітті, особливо в його другій половині, було опубліковано чимало теоретичних робіт з країнознавства, а також

характеристик та описів, присвячених різним країнам чи регіонам, але загально визнаного визначення терміна “країнознавство” не існує. У більшості словників цей термін трактується як географічна дисципліна, яка займається комплексним вивченням країн, систематизує та узагальнює різноманітні дані про їх природу, населення, господарство, культуру та соціальну організацію, тобто країнознавство розглядається лише як частина географічної науки. Не висвітлено питання про значення країнознавства в історії, загальній культурі, туризмі та інших сферах людської діяльності. Країнознавство – важливий складник туризму як виду діяльності та системи навчальних дисциплін для підготовки професійних кадрів.

Суттєвим чинником розвитку будь-якої галузі знань є суспільна потреба в ній. На сьогодні потреба в туристському країнознавстві є досить суттєвою. Задовольняючи її, навчальна дисципліна виконує такі функції:

- просвітницьку – створення “образів” країн, які необхідні широким верствам населення та ряду підприємств;
- інформаційну – збір, збереження та надання можливостей використання широкого набору відомостей про природу, населення, народ, культуру, економіку країни, її особливості та типові риси;
- навчальну – використання країнознавчих матеріалів у системі навчальних закладів, які готують спеціалістів з туризму;
- розвивальну – створення та публікація путівників; оптимізація діяльності підприємств і організацій, які існують у сфері комерційного туризму.

Туристське країнознавство використовує матеріали, підходи та методичні прийоми різних видів країнознавства: політологічного, історичного, демографічного, рекреаційного, культурологічного та інших, пов’язаних із суміжними науковими напрямками. Туристське країнознавство має більш ґрунтовні та багатопланові зв’язки з географічним (комплексним та проблемним). Воно запозичило від комплексного дуже багато: план характеристики країни, який різниться лише в деяких аспектах, відношення до природної складової, і усе це розглядається у зв’язку з географічною своєрідністю території. Основою змісту в комплексному країнознавстві є розкриття просторової організації країни як результату взаємодії її територіальних елементів суспільного та природничого характеру, тобто вивчення взаємозв’язків, поєднання компонентів, комплексу всіх складників. Відповідно, головним завданням туристського країнознавства стало створення образу країни, що можливо тільки шляхом виявлення специфічних особливостей поєднання, мозаїки, композиції усіх її компонентів. Але країнознавство в туризмі, на відміну комплексного географічного, розглядає тільки ті об’єкти (компоненти, явища, процеси), які визначають можливості та умови розвитку туризму в країні.



Туризм є комплексним – багатоцільовим та багатогалузевим – видом господарської діяльності. Він включає декілька напрямків, кожен з яких складається з низки спеціалізованих галузей. Так, наприклад, спортивний туризм включає горнолижний, мисливський, екстремальний та інші види туризму. Для кожного з них необхідний свій індивідуальний набір можливостей, тому необхідно розглянути та оцінити відповідні компоненти характеристики під належним кутом зору. Це зближує туристське країнознавство з проблемним географічним країнознавством. Сутність обох видів країнознавства полягає в тому, що країна розглядається з урахуванням відповідної господарської спеціалізації. У практиці туризму всі види діяльності мають однакове значення, тому студент повинен оволодіти навичками, вміннями визначати можливості організації та розвитку будь-якого виду туризму.

Сутність цієї галузі наукових знань впливає на вибір її об'єкта та предмета. У сучасній науці вживаються різні трактування об'єкта туристського країнознавства. Автор дотримується думки, що об'єктом вивчення є середовище суспільного розвитку на територіях, які окреслені державними чи історико-географічними кордонами. Іншими словами, об'єктом є країни як основні одиниці сучасної суспільно-політичної організації світу, а також їх великі частини, різні міждержавні регіональні та глобальні групування. Основна увага туристського країнознавства спрямована на всі компоненти країни, які складають умови та передумови для організації та розвитку туризму на її території. Таким чином, предметом є природно-географічні, культурно-історичні, соціально-демографічні, політико-правові та економічні характеристики країни, які мають відношення до туризму. Кінцевою метою вивчення держави є створення комплексної туристської характеристики як сукупності умов організації та розвитку туризму. Відповідно до цього метою “Туристського країнознавства” як навчальної дисципліни є формування вміння складати спеціальну характеристику кожного з компонентів навколишнього середовища на території країни чи її частині, та розкривати особливості її складу.

“Туристське країнознавство” використовує традиційні й нові методи, які необхідні для досягнення визначеної мети. Найбільш актуальними з них є спостереження та опис, картографічний, історичний, порівняльно-географічний, культурологічний, аналітичний, систематизації та узагальнення, термінологічного аналізу та операціоналізації понять, бальних оцінок і статистичний методи.

Структура навчального курсу визначена логікою самого предмету і становить систему понять, кожне з яких докладно розглядається в окремій темі, створюючи в сукупності цілісне уявлення про комплексну туристсько-країнознавчу характеристику. Відповідно до логіки дослідження курс поділений на два модулі: методологічні основи туристського країнознавства та характеристика туристських країн-лідерів.

Перший модуль дає уявлення про “Туристське країнознавство” як навчальну дисципліну; розкриває методичні та теоретичні основи вивчення географічного положення, природи, народонаселення, культури, історії, політики та економіки країни. У другому модулі вивчаються характеристики країн світу, які впливають на розвиток туристського бізнесу на їх території.

Основою професійної підготовки фахівців туристської сфери є формування спеціалістів з активною життєвою позицією, яка виявляється в мотивації досягнення. “Туристське країнознавство” як навчальна дисципліна не є виключенням і активно залучається до цього процесу. Досягти поставленої мети можливо лише в умовах особистісно орієнтованої педагогіки із залученням активних форм організації навчання.

На нашу думку, однією з основних умов формування професійно спрямованої мотивації до майбутньої діяльності може стати впровадження на практичних заняттях з курсу “Туристське країнознавство” групових творчих проєктів-презентацій з використанням комп’ютерних технологій. При їх підготовці та виконання реалізується ідея моделювання виробничого процесу туристичної фірми – надання потенційним клієнтам докладної інформації відносно тієї чи іншої країни. Ця ідея реалізується шляхом розбивки навчальної групи студентів на підгрупи (3 студенти) та підготовки ними творчих проєктів-презентацій за темою “Туристична характеристика країни”. Обов’язковим є використання комп’ютерних технологій – демонстрація проєктів у програмі Microsoft PowerPoint. Практичний досвід використання творчих проєктів-презентацій показав можливість досягнення таких ефектів, унаслідок чого:

- підвищується якість підготовки студентів до занять за рахунок покладеної на них відповідальності, якісного та доступного викладання навчального матеріалу;
- підвищується рівень засвоєння студентами нових знань завдяки активації мотиваційної діяльності;
- формуються навички та вміння роботи в малій групі;
- з’являється досвід прилюдного виступу – пропадає боязнь аудиторії, формується манера належним чином поводити себе під час виступу;
- виробляється вміння слухати;
- формується вміння ведення дискусії.

Можна стверджувати, що така форма організації занять, не знижуючи теоретичного рівня, створила для студентів умови, наближені до їхньої професійної діяльності. Студенти, які докладно підготували свої творчі проєкти, пережили ситуацію успіху та задоволеності результатами діяльності. Це викликає потребу в пізнанні, яка виступає як внутрішня умова та джерело різних форм активності особистості. У студентів з’являється потреба знову пережити ситуацію успіху, що

призводить до активної навчальної діяльності. Отже, виникає свідоме засвоєння знань, яке є однією з умов формування у студентів позитивного ставлення до майбутньої професії.

Таким чином, професійна підготовка спеціалістів набуває гуманістичної, особистісної орієнтації, яка передбачає приділення особливої уваги ціннісно-мотиваційному стрижневі особистості, який визначає її спрямованість, зокрема професійну. Сформоване ціннісне ставлення до майбутньої професійної діяльності сприяє формуванню на належному рівні таких чинників, як професійні знання та уміння, необхідні професійні якості. Перспективи подальших розробок науковця полягають у розробці авторської методики викладання курсу «Туристське країнознавство».

### **Література**

**1. Блій Г.** Географія: світи, регіони, концепти : підруч. для студ. геогр. і екон. спец. вищ. навч. закл. / Г. Блій, П. Муллер, О. Шаблій. – К. : Либідь, 2004. – 740 с. **2. Социально-экономическая география зарубежного мира** / под ред. В. В. Вольского. – 2-е изд. – М. : Дрофа, 2003. – 560 с. **3. Бутов В. И.** Экономическая и социальная география зарубежного мира и РФ : учебно-справочное пособие / В. И. Бутов. – М. : ИКЦ : МарТ, 2006. – 208 с. **4. Романов А. А.** География туризма : учеб. пособие / А. А. Романов, Р. Г. Саакянц. – М. : Сов. спорт, 2002. – 464 с. **5. Кисилев Ю. Л.** Страноведение – ОАЭ, Япония, Китай : учеб. пособие / Ю. Л. Кисилев, А. О. Яворская, Т. Т. Христов. – М. : ООО «Книгодел» : МАТГР, 2007. – 261 с. **6. Воскресенский В. Ю.** Международный туризм : учеб. пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463 с.

### **Дітковська С. О. Туристське країнознавство як навчальна дисципліна (спеціальність «Туризм»)**

У статті аналізується «Туристське країнознавство» як навчальної дисципліни професійного спрямування за спеціальністю «Туризм» 8.050.401. В її основній частині розглядається науковий апарат та структура курсу; висвітлюються активні форми організації занять з навчальної дисципліни, як засіб формування професійно спрямованої мотивації студентів до майбутньої діяльності.

*Ключеві слова:* туристське країнознавство, науковий апарат та структура курсу, форми організації занять, професійно спрямована мотивація.

### **Дитковская С. А. Туристское страноведение как учебная дисциплина (специальность «Туризм»)**

В статье анализируется «Туристское страноведение» как учебная дисциплина профессиональной направленности по специальности

«Туризм» 8.050.401. В ее основной части рассматривается научный аппарат и структура курса; освещаются активные формы организации занятий по учебной дисциплине, как средство формирования профессионально направленной мотивации студентов к будущей деятельности.

*Ключевые слова:* туристское страноведение, научный аппарат и структура курса, формы организации занятий, профессионально направленная мотивация.

**Ditkovskaya S. O. Tourist Country Studies how educational discipline is (the speciality «Tourism»)**

Educational discipline of professional direction after speciality «Tourism» 8.050.401 «Tourist Country Studies» is analyzed in the article. In its basic part a scientific machine and structure of course are considered; the educational discipline active forms of class organization are cleared up, as the means of students' professionally directed motivation forming to future activity.

*Key words:* tourist country studies, scientific vehicle and structure of course, form of organization of employments, professionally directed motivation.

УДК 338.48:378

**Т. Б. Жулий**

**ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА**

Межкультурная коммуникация как учебная дисциплина относится к связанному (поддерживающему основную программу) типу дисциплин базового уровня; в то же время она - важнейший системообразующий элемент комплекса предметов подготовки будущих специалистов в сфере туризма и сервиса. Введение в учебный процесс этой дисциплины стало особенно важным с момента начала работы вузов Украины в рамках Болонского процесса, который ориентирует на обеспечение профессиональной деятельности студентов в поликультурном, многоязычном мире.

Проблемы межкультурной коммуникации в последнее время стали предметом исследований разных областей знаний – и в теоретическом, и в практическом аспектах. Однако, этому посвящены учебники и учебные пособия А. П. Садохина, Т. Г. Грушевицкой, монография С. Г. Терминасовой, диссертационные исследования последних лет и др. Специфика межкультурного общения специалистов

туризма и сервисной сферы – своеобразная научная лакуна. Мы делаем попытки заполнить ее в дидактической проекции.

Освоение содержания курса «Межкультурная коммуникация» для студентов специальности «Туризм» направлено на формирование профессиональной компетентности будущих специалистов, их способности решать специальные задачи, возникающие в реальных ситуациях туриндустрии.

Подобный подход к предмету очевидно предполагает необходимость решения ряда задач, среди которых:

- ознакомить студентов с историей возникновения межкультурной коммуникации, ее теоретическими основами;
- сформировать представления о межкультурных коммуникационных образцах в сфере туризма и сервиса;
- представить сервисный феномен в сущностной характеристике межкультурной коммуникации;
- предъявить средства для реализации специфических «инструментов» межкультурной коммуникации в условиях ее интегрирования в специальные предметы.

Реализуя названные задачи, мы попытались определить оптимальные умения межкультурной коммуникации студентов, ориентируясь на классификацию, разработанную О. А. Чекун [6]. Учитывая контингент студентов, мы сочли целесообразным выделить следующие блоки - блок когнитивных умений, включающий культурно-языковую и культурно-информационную составляющие; блок практических умений, рассчитанный на посредническую и речевую составляющие; блок оценочных умений, представляющий лингвистический и рефлексивный компоненты.

В соответствии с названными целями профессиональной подготовки специалистов сферы туризма и сервиса строится содержание курса.

Оно включает в себя лекционный материал по теории межкультурной коммуникации, ее возникновении и развитии. Акцентируется внимание будущих работников сферы туризма на культурной многообразии мира, ценностных ориентациях в культурах; дается представление о взаимоотношении культуры и коммуникации. Вслед за этим естественным оказывается разговор о видах, моделях, типах межкультурной коммуникации и проблемах понимания в межкультурном общении.

Естественно, здесь не обойтись без представлений о языковой личности работников сферы туристического гостеприимства, о национальном компоненте в структуре языковой личности.

Учитывая специфику коммуникации профессионалов, по-видимому, говоря о слове в межкультурной коммуникации, возникает необходимость выделить понятия прецедентного имени и прецедентных высказываний. В этой связи интересен пример К. Менерта, который

говорит о невозможности адекватно перевести на европейские языки (а значит и воспринять европейцами – Т.Ж.) название повести В. Шукшина «калина красная» (в этом ряду – украинская песня «Одна калина» и др. - Т.Ж), хотя в каждом из названных языков есть слово, обозначающее это растение. Представления, стоящие за этими словами и обусловленные мифологическими и культурными традициями, у русского и украинца, конечно, другие, чем у европейцев[5].

Интересны в ряду других зооморфные характеристики значений слов, их национальная детерминированность. Зооморфизмы разных языков, ориентированные на одно и то же животное, могут представлять его эталоном разных качеств и свойств: «жаба» в русском языке означает «отвратительный человек», а в чешском – применительно к миловидной девушке; «свинья» - для русского, прежде всего – «нечистоплотный человек», для японца – «толстый человек» и т.д. [5].

Отдельно стоит проблема о языковой и речевой коммуникации, нормах культуры речи (иллюстративный материал дается на родном, государственном и иностранном языках).

Практические занятия помогают студентам овладеть умениями межкультурной коммуникации в деловой сфере туристического бизнеса: деловой этикет; дискурс диалога (с учетом делового общения социальных партнеров). Студенты включаются в деятельность по оформлению официально-деловых текстов в условиях межкультурной коммуникации. Предметом особого разговора является невербальная коммуникация работников сервисной сферы и туризма, т.к. она проходит исключительно в условиях разных макро- и микрокультур.

Органично продолжает аудиторные занятия самостоятельная работа студентов, в процессе которой они не только знакомятся с литературой курса, но и подбирают материал для профессиональной коммуникации.

Межкультурный тренинг в условиях туристической индустрии – заключительная, итоговая форма контроля знаний и умений студентов по предмету. Будущие специалисты в области туризма в письменной форме составляют проект межкультурной коммуникации в соответствующей ситуации (по выбору), а затем презентуют свой проект, естественно, мотивируя тип, стиль, формы и виды речевого общения на основе взаимодействия культур. Один из вариантов заданий выглядит так:

Распишите диалог с учетом выбора нужного стиля речи, соответствующих вербальных, невербальных, паравербальных средств. Обоснуйте свой выбор.

1. Вы экскурсовод. Ведете экскурсию по Луганску. Ваши слушатели: - иностранцы: а) Турция, б) Египет, в) европейцы; – среднего возраста (преимущественно): а) женщины, б) мужчины.

2. Вы турменеджер. Ведете переговоры с партнерами. Партнер: а) соотечественник, б) иностранец, в) мужчина, г) женщина, д) старше по возрасту, е) младше по возрасту.

3. Вы директор или владелец турагентства. Ведете переговоры с подчиненными коллегами.

Результативность описанной выше деятельности очевидна, если она учитывает индивидуальные качества и уровень развития межкультурной коммуникации обучаемых.

Серьезными помощниками в этом служат инновационные технологии обучения, среди которых культуроведчески-ориентированные игры, в которых создаются ситуации «встречи двух культур». Данные задания способствуют применению на практике полученных знаний и умений студентов, приобретению практического опыта взаимодействия с партнером по макро- и микрокультуре. Назовем основные: а) индивидуальные формы – рефераты, рецензии, решение ситуативных задач; б) групповые – подготовка проектов (экскурсионных, рекламных и др.): дискуссии (подготовка аргументов), тренинги, деловые игры.

В качестве примера расскажем о нескольких тренингах, введенных в практический курс межкультурной коммуникации на специальности «Туризм» Важно, что при этом учитывается ситуация общения с людьми разных макро- и микрокультур.

Цель тренинга: студенты должны подобрать текст сообщения, объявления, инструкции на русском языке, эквивалентный приведенному английскому. Затем они выявляют: а) текст традиционный для отечественного социума или желательный; б) пытаются совершенствовать тексты с точки зрения межкультурной коммуникации.

Размер группы: не ограниченный.

Ресурсы: компьютер, бумага, ручки.

Время: 30 минут.

Предлагаемые тексты из англоязычной культуры: «Мы в восторге от того, что вы остановились у нас, и спасибо за постоянство. Мы предлагаем домашние блюда, а также блюда из ля карт. (ознакомьтесь с нашим каталогом у себя в комнате)». Служба информации. «Доброе утро! Меня зовут Natali. Я горничная, которая делает уборку в вашей комнате. Я благодарна вам за то, что вы выбрали наш отель. Если у вас есть какие-то замечания, пожалуйста, запишите их на обратной стороне этой карточки. Их внимательно изучат. Спасибо».

«Полотенца, лежащие на полу, говорят «Поменяй меня», висящие на вешалке – «Оставь меня». Мы ведем такую политику по просьбе многих постояльцев, которые обеспокоены состоянием окружающей среды».

«Дорогие гости! Добро пожаловать в нашу гостиницу. Мы желаем вам приятно провести здесь время!».

«Пожалуйста, позаботьтесь о сохранении окружающей среды. Никто из нас не хочет менять природный баланс и цикл воды, а также нагружать окружающую среду излишним количеством стирального порошка».

«Пожалуйста, решение остается за вами: Если мы найдем полотенца висящими, это означает, что вы будете еще ими пользоваться. Если мы обнаружим их на душевой кабине или в ванне, мы поймем, что вы хотите, чтобы мы их поменяли. Большое вам спасибо».

#### Эстафета чувств

Цели: развить умение пользоваться языком жестов, мимикой, телом для эффективной невербальной коммуникации и передачи переживаемых эмоций; обсудить идеи, относящиеся к закономерностям передачи информации в процессе общения; способствовать созданию атмосферы доброжелательности и концентрации внимания на партнере.

Размер группы: 12-15 человек, иначе упражнение может затянуться.

Ресурсы: стулья для всех участников группы.

Время: 10-20 минут.

Ход упражнения. Группа сидит в кругу. Задание заключается в том, чтобы передать по кругу участникам невербально – лишь с помощью мимики и жестов - заданное ведущим чувство, эмоцию. Первый играющий получает от ведущего некое выражение определенной эмоции. Все остальные игроки не видят заданной эмоции, так как сидят с закрытыми глазами. Получив задание, первый игрок решает, как он может передать то же чувство другим способом, касается своего соседа рукой и, когда тот открывает глаза, передает ему пантомимически свой вариант того же чувства.

Так исходная информация передается по кругу с помощью различных выразительных средств. Отыгравшие участники уже не закрывают глаза, или имеют возможность наблюдать за тем, как трансформируется всякий раз исходное чувство, в каком месте происходит ситуация «испорченного телефона» из-за непонимания.

#### Тренинг «Психологическая дистанция»

Цели: экспериментальным путем показать участникам тренинга субъективное значение термина «психологическая дистанция» и проверить его важность понимания в коммуникации; помочь участникам тренинга сформировать (закрепить) навыки самоанализа процессов общения с целью самопознания и эффективной коммуникации.

Размер группы: до 20 человек.

Ресурсы не требуются.

Время: 45 минут.

Ход упражнения. В этом упражнении принимает участие группа плюс один игрок – ведущий – предполагаемый туроператор.

Ведущий выходит из комнаты. В его отсутствие группа распределяется на три колонны. В первой стоят те, кто считает себя наиболее психологически близким ведущему человеку. Вторую колонну составят те, кто чувствует, что находится от ведущего на средней психологической дистанции: не приближены к нему, но и не удалены. В третьей группе - те, кто считает себя достаточно далеким от



ведущего человеком. Каждый участник запоминает свое место и определяет свою ситуативную роль.

Затем приглашается ведущий. Ему предлагают вступить в общение с представителями каждой группы участников с учетом его возможной ситуативной роли.

После того, как ведущий справился со своей задачей, зададим ему несколько вопросов.

- Уверен ли ты в том, что именно эти места выбрали товарищи по отношению к тебе? В чьем месте ты наиболее уверен? Почему? Если необходимо, переставь этих людей в более подходящее, по твоему мнению, место. Не забудь, что ты комментируешь не собственный выбор!

- Постарайся спрогнозировать точность своего ответа! Как ты считаешь, велика ли погрешность, допущенная тобой, - в сторону приближения или удаления от тебя твоих товарищей по группе?

Завершение упражнения проходит в процессе беседы с участниками:

- Как чувствует себя ведущий/группа после окончания упражнения?

- Что запомнилось им в ходе игры? Что понравилось? Что заставило задуматься?

- Есть ли среди участников группы те, которые считают, что мнение ведущего по их поводу обосновано, даже если сначала их место было в другой колонне?

- Какие выводы для себя они могут сделать после проведения упражнения?

Формат статьи, естественно, не позволяет изложить или даже назвать ведущие проблемы курса «Межкультурная коммуникация». Однако идея многоаспектного подхода к предмету, как нам представляется, очевидна.

В перспективе исследования – определение условий минимизации вербальных, невербальных и паралингвистических средств для межкультурной коммуникации профессионалов сферы туриндустрии.

### **Литература**

**1. Гойхман О. Я.** Речевая коммуникация : ученик / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина ; под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 272 с. **2. Грушевицкая Т. Г.** Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Понков, А. П. Садохин ; под. ред. А. П. Садохина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с. **3. Почепцов Г. Г.** Теория коммуникации / Георгий Почепцов. – М. : “Рефл-бук” ; К. : “Ваклер”, 2001. – 656 с. **4. Сидоренко Е. В.** Мотивационный тренинг : практ. рук. / Елена Сидоренко. – СПб. : Речь, 2000. – 233 с. **5. Тер-Минасова С. Г.** Язык и межкультурная

коммуникация : учебное пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. “Лингвистика и межкультурная коммуникация” / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2008. – 262 с. **6. Чекун О. А.** Педагогические условия подготовки студентов к межкультурной коммуникации : на примере неязыковых факультетов вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Чекун О. А. – М. , 2007. – 19 с.

**Жулий Т. Б. Проблеми міжкультурної комунікації в системі професійної освіти фахівців туристичного сервісу**

У статті зроблена спроба визначити зміст курсу «Міжкультурна комунікація» для студентів туристичного сервісу, представити деякі інноваційні технології оволодіння професійними вміннями.

*Ключові слова:* міжкультурна комунікація, мовленнєва комунікація, професійна освіта, туристичний сервіс, інноваційні технології.

**Жулий Т. Б. Проблемы межкультурной коммуникации в системе профессионального образования специалистов туристического сервиса**

В статье сделана попытка определить содержание курса «Межкультурная коммуникация» для специалистов туристического сервиса, представить некоторые инновационные технологии овладения профессиональными умениями.

*Ключевые слова:* межкультурная коммуникация, речевая коммуникация, профессиональное образование, туристический сервис, инновационные технологии.

**Zhuliy T. B. Problems of cross cultural communication of tourism service specialists in the system of professional education**

The article gives an attempt to define the content of the course “Intercultural communication” for tourist service professionals, to present some innovative technologies of professional skill acquirement.

*Key words:* speech communication, verbal vehicle, professional education, tourism service, innovative technologies.

УДК 338.48:378

**Л. В. Мальцева**

### **ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ЯК БАЗОВИЙ КОМПОНЕНТ ТЕОРЕТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

Система знань будь-якого навчального предмету складається з наукових фактів, понять, законів і закономірностей та теорій. Ці структурні одиниці перебувають у тісному зв'язку, але можуть розглядатися і як самостійні складники процесу пізнання. Майже неможливо встановити між ними різко окреслені межі, ще складніше визначити провідну роль одного з них у засвоєнні певних наукових знань. Однак, у науковій літературі з філософії, психології та педагогіки зазначається, що саме поняття відіграють важливу роль у структурі наукових знань. Тому їх визнають головною одиницею, фундаментом знань. Від якості вивчення їх значною мірою залежить якість навчання: повнота, глибина, обґрунтованість знань і навіть якість умінь та навичок. У цьому сенсі звернення до ролі понять в оволодінні науковими знаннями є вельми актуальним.

Узагалі, проблема визначення понять, їх ролі в оволодінні певними науковими знаннями завжди досліджувалась ученими і працівниками освіти. В Україні ця проблема розглядалась прямо або опосередковано А. В. Усовою, С. У. Гончаренком, Я. Б. Олійником, О. М. Топузовим. Її вирішенням займалися відомі зарубіжні філософи Є. К. Войшвіло, Б. М. Кедров та інші. Д. П. Горський вважав, що поняття – “найважливіший засіб упорядкованого мислення, а система наукових понять є зосередженням знання, що дозволяє людині осмислювати навколишні явища” [1, с. 46].

Основи вчення про мислення в поняттях, основні закономірності оволодіння ними, різні аспекти формування понять та фактори, що впливають на їх засвоєння висвітлювалися в працях психологів П. П. Блонського, Л. С. Виготського, С. Л. Рубінштейна, П. Я. Гальперіна, Л. В. Занкова, Є. М. Кабанової-Меллер.

Таким чином, у науковій філософській та психолого-педагогічній літературі однією з ключових тем є проблема понять. Така постійна увага пояснюється їх вагомістю в засвоєнні системи знань основ науки. Для оволодіння ними потрібні теоретичні надбання цих наук, які віддзеркалюються в поняттях, методика викладання навчального предмета, навчальні програми та підручники. Тільки за таких умов можна гарантувати якісні знання, однак цим умовам не відповідає певна кількість навчальних дисциплін, які вивчаються на спеціальності “Туризм”.

Навчальні дисципліни з цієї спеціальності покликані розвивати у студентів пізнавальний інтерес, сприяти поповненню та закріпленню

знань із питань країнознавства, краєзнавства, рекреалогії, окремих видів спеціалізованого туризму тощо.

У системі підготовки фахівців сфери туризму особливе місце займає навчальна дисципліна “Екотуризм”. Таке положення можна пояснити не тільки її професійно-орієнтованим спрямуванням, а й тим, що сьогодні екотуризм – найбільш затребуваний напрям у туризмі. У різних регіонах світу спостерігається щорічне зростання відвідувань і прибутків від екотуризму на 30%. Цю тенденцію підтверджують і результати дослідження “Туризм: 2020 Vision”, яке проводили експерти ВТО. Його результати були оголошені на конференції Всесвітньої туристської організації у Лісабоні, і серед п’яти перспективних туристських напрямів ХХІ століття названий і екотуризм, тому вивченню навчальної дисципліни, яка розкриває принципи й ознаки екотуризму, технологію розробки екотурів, специфіку організації й проведення екомаршрутів, необхідно приділити належну увагу.

Як зазначила у своїй статті Г. А. Цехмістрова, сьогодні освітянами та провідними спеціалістами сфери туризму України підготовлено 70 підручників та навчальних посібників [4, с. 84]. На жаль, нових підручників вітчизняних авторів з екотуризму серед них нема. Основні підручники, якими можуть скористатися студенти, – підручники російських авторів О. Б. Косолапова, Т. К. Сергєєвої та В. В. Храбовченка.

Щоб з’ясувати відповідність підручників сучасним вимогам туристської освіти, ми розглянули більш використовувані з них (О. Б. Косолапова та Е. Т. Храбовченка) і виконали детальний аналіз, приділивши особливу увагу висвітленню ними системи знань про екотуризм та основним поняттям цієї навчальної дисципліни [2, 3].

Специфіка дисципліни “Екотуризм” визначила зміст та структуру підручників, тому навчальний матеріал, який вони містять, схожий за характером викладу. Обидва підручники подають навчальний матеріал у розділах та параграфах. Вони висвітлюють проблеми дефініції, передумови виникнення, принципи, мету та завдання, види, об’єкти екотуризму тощо. Достатньо докладно в них розглядається проблема дефініції поняття “екотуризм”. І хоча це поняття було уведено в побут на початку 80-х років минулого століття, але до сьогодні нема єдиного його визначення. Автори наводять безліч визначень екотуризму (близько 20), які сформульовані різними міжнародними організаціями: Міжнародною Спілкою охорони природи, Спілкою екотуризму, Всесвітнім Фондом дикої природи тощо. Ці визначення різняться тільки формулюванням та контекстом, але жодне з них не відповідає вимогам, які в логіці називаються правилами визначення.

Розмитість та неоднозначність наведених визначень поняття “екотуризм” унеможливають якісне засвоєння і, у подальшому, приводить до помилкового віднесення до нього інших видів туризму, як-от: “зелений”, “сільський” і “агротуризм” або “пригодницький”.

Узагальнюючи всі наведені авторами дефініції поняття та враховуючи правила логіки, дамо таке визначення: “Екотуризм – це туристська діяльність, спрямована на реалізацію потреби в пізнанні природи під час подорожі і внесенні особистого вкладу в її збереження при поважному ставленні до інтересів корінного населення”.

Це визначення окреслює особливості (ознаки) екотуризму, а саме:

- подорож, під час якої туристи вивчають природне середовище переважно в межах охоронних природних територій (ОПТ) або особливо охоронних природних територій (ООПТ);
- подорож, під час якої туристи особисто беруть участь у природоохоронних заходах;
- подорож, під час якої туристи дотримуються місцевих законів, звичаїв корінного населення;
- подорож, під час якої мінімізується негативний вплив на природне середовище.

Ці особливості будуть своєрідним індикатором при розгляді питань щодо видів екотуризму.

У підручниках, які ми аналізуємо, автори розглядають види екотуризму. Наведені ними класифікації різняться. Так, наприклад, В. В. Храбовченко залежно від мети та основного об'єкта, виділяє чотири види екотуризму: науковий, пізнавальний (історії природи), пригодницький і його різновиди та подорожі у природні резервати. Ураховуючи особливості екотуризму, із названих видів до екотуризму можна віднести науковий, пізнавальний та подорожі у природні резервати.

На наш погляд, помилково відносити до екотуризму пригодницькі подорожі, мета яких – “...одержання нових відчуттів, вражень, покращення туристом фізичної форми і досягнення спортивних результатів” [3, с. 23]. Це суперечить визначенню й основним ознакам екотуризму. Відносити до екотуризму подорожі, що припускають рибалку, сафари та ін., узагалі неприпустимо. Такі подорожі можна віднести хіба що до антиекологічних.

Автор навчального посібника “Теорія та практика екологічного туризму” О. Б. Косолапов наводить декілька класифікацій видів екотуризму залежно від територіальної ознаки, мети та географічної ознаки. Так, усі види екотуризму за територіальною ознакою він поділяє на дві основні групи: подорожі в межах особливо охоронних природних територій і акваторій та подорожі поза їх межами. Обидві групи екологічно орієнтовані, тому можуть бути віднесені до екотуризму. За переважанням тієї чи іншої мети подорожі О. Б. Косолапов виділяє науковий, пізнавальний та рекреаційний види екотуризму. Запропонована класифікація менше викликає дорікань, хоча в тексті йдеться і про екстремальний туризм. Автор відносить до нього подорожі та екскурсії, які проходять у складних умовах і потребують від туристів

спеціальної підготовки. При цьому переважають спортивні цілі таких подорожей, але за своєю суттю вони відносяться до “високоемоційних” видів екотуризму.

Як бачимо, навчальний матеріал цих підручників істотно відрізняється, кожен з авторів використовує різні системи понять та дає їм власне визначення. Таке можливо тільки тому, що навчальна дисципліна ще не має достатньої теоретичної бази, навіть відсутнє єдине визначення основного поняття “екотуризм”, дуже проблематичне й виділення видів екотуризму. Усе це стає перешкодою в засвоєнні студентами міцних теоретичних знань із цієї дисципліни.

Перспективи подальших розробок науковця полягають у вдосконаленні понятійного апарату дисципліни «Екотуризм», як основи якісної підготовки фахівців сфери туризму.

### **Література**

- 1. Горский Д. П.** Вопросы абстракции и образования понятий / Дмитрий Павлович Горский. – М. : Мысль, 1961. – 351 с.
- 2. Косолапов А. В.** Теория и практика экологического туризма: учеб. пособие / Александр Борисович Косолапов. – М.: КНОРУС, 2005. – 240 с.
- 3. Храбовченко В. В.** Экологический туризм: учебно-методическое пособие / Владимир Владимирович Храбовченко. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
- 4. Цехмістрові Г. С.** Підготовка працівників сфери туризму на шляху європейської інтеграції / Г. С. Цехмістрові // Нові технології навчання. – 2008. – № 52. – С. 84 – 87.

#### **Мальцева Л. В. Понятійний апарат як базовий компонент теоретичної підготовки фахівців сфери туризму**

У статті йдеться про визначальну роль понять в оволодінні науковими знаннями з екотуризму. Також висвітлюються проблеми щодо визначення поняття “екотуризм”, виділення його особливостей та різновидів.

*Ключові слова:* поняття, дефініція, екотуризм, види екотуризму.

#### **Мальцева Л. В. Понятийный аппарат как базовый компонент теоретической подготовки специалистов сферы туризма**

В статье рассматривается вопрос о роли понятий в освоении научными знаниями по экотуризму. Также освещаются проблемы определения понятия “экотуризм”, выделения его особенностей и разновидностей.

*Ключевые слова:* понятие, дефиниция, экотуризм, виды экотуризма.

#### **Maltseva L. V. Notion set as a basic component for theoretical training of tourism industry specialists**

The article considers prominent role of notions in mastering scientific knowledge in ecotourism. Issues concerning determination of notion “ecotourism”, highlighting its peculiarities and types are also featured.

*Key words:* definition, concept, ecotourism, types of tourism.

УДК 379.851:37

**Н. С. Мартинова**

### **ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ АКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В СИСТЕМІ НЕФОРМАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОСВІТИ**

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток в умовах високого ризику і невизначеності – характерна ознака функціонування вітчизняного туристичного бізнесу за останнє десятиріччя. На нашу думку, за будь-якими обставинами, в тому числі й у період кризи, одним з стратегічних завдань індустрії туризму в Україні є створення, удосконалення та збереження потужного кадрового потенціалу.

На сучасному ринку праці в сфері туризму поряд з придбаними в період професійного навчання специфічними знаннями, вміннями та навичками особливо цінними є творчий підхід до професії, здатність і бажання до саморозвитку та постійне вдосконалювання комунікативних якостей. Молоді фахівці – випускники профільних навчальних закладів за оцінкою професіоналів туристичного бізнесу не спроможні скласти конкуренцію працівникам діючих туристичних фірм з причини недостатнього рівня розвитку практичної складової в професійній підготовці та мотивації в самонавчанні. Тому більшість керівників підприємств сфери туризму, усвідомлюючи значення висококваліфікованого персоналу для успіху власного бізнесу, всіляко сприяють професійному зростанню та освіті підлеглих, як новачків так і професіоналів. Таким чином, складаються умови для поступового формування системи неформальної туристичної освіти, яка за допомогою альтернативних форм і методів навчання, поряд з відповідною системою формальної освіти сприятиме забезпеченню вітчизняної індустрії туризму професіоналами.

**Мета статті** полягає у висвітленні досвіду використання активних методів навчання в системі неформальної освіти та впровадження найефективніших у процес підготовки майбутніх менеджерів туризму на рівні професійного навчання в системі формальної освіти. **Завданням** є визначення можливості впровадження найефективніших з них у процес підготовки майбутніх менеджерів туризму на рівні професійного навчання в системі формальної освіти.

**Аналіз публікацій** з проблеми підготовки майбутніх фахівців для сфери послуг і туризму свідчить про її актуальність. Окреслена проблема

висвітлена в працях В. Лозовецької, О. Любіцевої, Н. Ничкало, Л. Сақун, Т. Ткаченко. Застосування інноваційних технологій навчання в професійній освіті майбутніх фахівців туристичної галузі розглядали вчені С. Сисоєва, В. Федорченко, Н. Фоменко, Г. Цехмістрова.

За результатами багаточисельних досліджень визначено, що «неформальна освіта – це будь-яка освітня діяльність, організована поза формальною освітою... Неформальну освіту здійснюють різні органи, фізичні та юридичні особи, ВНЗ...» [1, с. 583-584]. Неформальна освіта може бути одержана в будь-якому місці, тобто необов'язково в навчальних закладах, у будь-який час, який жорстко нерегламентований; тісно пов'язана з інтересами людини; здійснюється компетентними фахівцями, але не обов'язково професійними педагогами [2, с. 106].

Перераховані ознаки характерні й для неформальної освіти, яка склалася і поширюється у вітчизняній індустрії туризму та поступово стає системною.

За результатами власних досліджень навчання в системі неформальної туристичної освіти можна отримати:

- в профільних навчальних закладах;
- за допомогою державних програм підвищення кваліфікації працівників індустрії гостинності;
- скориставшись послугами спеціалізованих консалтингових агентств;
- в навчальних відділах і центрах провідних туристичних фірм;
- відвідуючи спеціалізовані масові заходи (туристичні виставки, асамблеї, з'їзди, фестивалі тощо);
- отримуючи консультації зі страхового, юридичного, фінансово-економічного, інформаційного супроводу підприємств, які забезпечують успішне функціонування туристичного бізнесу;
- працюючи в системі франчайзингу, який є поширеним й у вітчизняній сфері туризму та ін.

Навчання працівників туристичного бізнесу в неформальній освіті здійснюється за допомогою наступних заходів:

- рекламних турів;
- спеціалізованих конференцій, семінарів, презентацій тощо;
- різноманітних тренінгів;
- заходів типу «workshop»;
- тематичних майстер-класів;
- медіа-проектів;
- самонавчання тощо.

Нещодавно, відчувши гостру потребу в постійному підвищенні кваліфікації працівників сфери туризму, на ринку з'явилися певні структури приватної форми власності, які пропонують широкий спектр короткострокових освітніх програм, консалтингових, юридичних та ін. послуг, орієнтованих на індустрію гостинності. У туристичних колах



відомі такі компанії, як: «Академія туризму та готельного сервісу», «Гештальт Консалтинг Груп», «Тренінговий центр «Скриптур», «BML Consulting», «Блакитна хвиля» та ін. Мета фахівців таких установ полягає в тому, щоб за допомогою нестандартних методик навчити активно використовувати власні знання на практиці, а також удосконалювати професійні знання та настанови, перетворюючи їх на стійкі навички.

В арсеналі бізнес-тренерів – різноманітні активні методи та форми навчання, які є дуже популярними серед працівників туристичних фірм:

- міні-лекції;
- групові дискусії;
- моделювання типових і найбільш проблемних ситуацій;
- кейси;
- рольові ігри з відео-аналізом;
- виконання практичних вправ і завдань;
- метафорична ділова гра;
- обговорення конкретних проблем учасників занять та ін.

Останнім часом стала поширеною робота у кейс-студіях, студіях управлінської практики, започатковано тематичні дискусії з відеомодулями.

Звернемо увагу на деякі з перерахованих методів та форм.

*Кейс-студії.* Засідання в кейс-студіях проводяться у відповідності з заданою тематикою кейсу. Кейси розробляються на основі діяльності успішних вітчизняних та світових лідерів туристичного бізнесу. Тематика кейсів обирається з проблемних моментів діяльності підприємств з деталізованим розглядом реального рішення «авторів проблеми». Рішення учасників кейс-студії обговорюються на загальному відкритому засіданні.

*Студії управлінської практики.* Засідання в студіях відбуваються на основі роботи постійного клубу. На передодні засідання задається його тематика та обирається проблема. На прикладі роботи фірми одного з учасників клубу спільно розробляються та обговорюються рішення з певного управлінського питання. На наступних засіданнях клубу обговорюються наслідки рішення (наприклад, тема дискусії: стратегічний менеджмент в туристичній компанії; конкретна проблема в темі дискусії: система забезпечення якості послуг у туристичній фірмі).

*Тематичні дискусії з відеомодулями* – дискусія побудована на спільному перегляді актуальних відеороликів (тривалістю 5-10 хв.). Надалі відбувається обговорення відеороликів у процесі якого, учасники отримують можливість висловлювати власну точку зору на оглянутий матеріал, вислухати думку співучасників та наприкінці експерту. Далі експерт сприяє в придбанні персональних навичок та вмінь запроваджувати їх в реальні професійні ситуації (наприклад, тематика відеоролику «Інструменти маніпуляції у риториці туриста: його «за» та «проти» покупки туру»).

*Метафорична ділова гра* – створюється ігрова ситуація, що обрана з реальної практики роботи персоналу туристичних фірм, у яких працівники туристичних компаній намагаються створити і вжитися в образи, та з якими в реальній роботі їм треба працювати кожного дня. Прикладом цього методу навчання є ділова гра «Комунікації в команді туристичного агентства». Цілі гри: підвищення якісних показників сервісу, ефективності спілкування з клієнтами турфірми, досягнення результативності командної роботи. Цільовою аудиторією є співробітники, що мають пряме відношення до обслуговування клієнтів.

Також останнім часом фахівці спеціалізованих консалтингових агентств активно започатковують різноманітні дипломні програми призначені для того, щоб:

1. Визначити рівень теоретичної і практичної підготовки слухачів.
2. Відстежити ефект від проведеного навчання.
3. Намітити шляхи подальшого професійного розвитку користувачів програм навчання.

Тривалість таких програм складає 3-4 години. За цей час учасники проходять декілька оцінних процедур; причому, оцінюються як теоретичні знання, так і практичні навички, володіння технологією створення, реалізації і просування туристичного продукту та прийомами його презентації і продажу.

Отже, в неформальній туристичній освіті використовуються відомі в педагогічній науці та практиці активні методи та форми навчання, такі як кейси, ролеві, ділові ігри тощо, але є особливості, які роблять навчання в консалтингових компаніях більш популярним серед працівників туристичної сфери, ніж у профільних закладах освіти.

В чому ж полягає привабливість навчальних заходів, що організуються та проводяться бізнес-тренерами?

По-перше, динамічність та мінливість сучасного бізнесу взагалі, а особливо – туристичного, не залишають шансу працівникам туристичного сфери до поступового професійного зростання в умовах довгострокового навчання в системі формальної освіти. Професіонали туристичного бізнесу вкрай необхідні вже сьогодні. Тому в основу професійного навчання в спеціалізованих консалтингових агентствах покладений принцип інтенсивності навчання за короткий термін. Однією з найефективніших технологій навчання за цим принципом є *навчальний тренінг*.

З досвіду вивчення тренінгових технологій навчання ми знаємо, що цілі і засоби активізації і інтенсифікації діяльності тих, хто навчається, складають головну ідею та є основою ефективності результатів навчання [3, с. 196]. Головною перевагою тренінгу є те, що він допомагає перетворити доволі одноманітний процес навчання у динамічну гру, змагання.

За допомогою тренінгу як методу активного навчання, створюються умови для саморозкриття учасників та самостійного пошуку ними способів рішення професійних проблем. Цей факт має особливе значення у зв'язку зі специфікою діяльності у туристичній сфері, рівень кваліфікації в якій переважно залежить від уміння діяти в умовах постійних змін, ефективно долати перешкоди, творчо ставитись до виконання своїх обов'язків. Особливе значення має створення атмосфери, в якій працівники можуть розвиватися, розкривати свої ідеї і таланти. У створенні спеціального навчального середовища ключову роль грає особистість тренера.

За нашими спостереженнями, учасники тренінгів, які проводяться бізнес-тренерами спеціалізованих консалтингових компаній, отримують наступне:

1. Цілісне і структуроване розуміння проблеми, що вивчається на тренінгу.
2. Рішення (технології, навички, алгоритми), які дозволяють ефективно впливати на проблемну ситуацію.
3. Можливість апробувати ефективність отриманих рішень, формулювати власні рішення і ділитися ними з учасниками тренінгу.
4. Збагачення свого емоційної і соціального стану (нові позитивні емоції, нові знайомства).
5. Зростання професійної впевненості.

**Висновок дослідження.** Навчальна діяльність у системі неформальної освіти в сфері туризму характеризується високим рівнем мотивації слухачів, усвідомленою потребою в засвоєнні знань та вмінь, тобто можливістю отримання «самоспрямованих знань та вмінь». Особливу роль у неформальній туристичній освіті грають практикоорієнтовні активні методи навчання. Тому, на нашу думку саме за допомогою активних методів, що використовуються у підготовці та підвищенні кваліфікації фахівців сфери туризму стає можливим досягнення однієї з головних завдань професійної підготовки майбутніх менеджерів туризму – набуття туристичного досвіду вже в період навчання.

**Перспективи подальших досліджень.** Необхідно виділити та детально проаналізувати ігрові технології навчання в системі неформальної туристичної освіти, які відтворюють реальну виробничу ситуацію, з метою впровадження найефективніших з них у процес підготовки майбутніх менеджерів туризму.

### **Література**

1. **Енциклопедія освіти** / під ред. В. Г. Кременя. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
2. **Огієнко О. І.** Дослідження структури та функцій освіти дорослих / О. І. Огієнко // Педагогічні науки : зб. наук. праць. – Суми, 2002. – Ч. 1. – С. 103–111.
3. **Селевко Г. К.** Энциклопедия образовательных технологий : в 2 т. / Г. К. Селевко. – М. : НИИ школьных технологий, 2006. – Т. 1. – 816 с.

**Мартінова Н. С. Досвід використання активних форм та методів навчання в системі неформальної туристської освіти**

У статті розглянутий досвід використання активних форм та методів навчання в системі неформальної туристської освіти, а також можливість їх уведення у професійну підготовку майбутніх менеджерів з туризму. Також висвітлено, що використання практичних технологій у процесі навчання майбутніх менеджерів з туризму сприяє підвищенню досвіду вже під час навчання.

*Ключові слова:* активні форми та методи навчання, неформальна туристська освіта.

**Мартінова Н. С. Опыт использования активных методов в системе неформального туристского образования**

В статье освещен опыт использования активных форм и методов в системе неформального туристского образования, а также возможность их введения в профессиональную подготовку будущих менеджеров по туризму. Также показано, что использование практических технологий в процессе обучения будущих менеджеров по туризму способствует повышению опыта уже в период обучения.

*Ключевые слова:* активные формы и методы обучения, неформальное туристское образование.

**Martynova N. S. The experience of use of active teaching methods in the informal tourist education system**

In the article experience of use is presented in the process of teaching in the informal tourist formation system of active forms and teaching methods, and also possibility of introduction them in professional training of future managers of tourism. It is shown, that the use in the educational process of future managers of tourism of practice technologies of teaching, above all things educational training, is instrumental in gaining tourist experience already in the period of teaching.

*Key words:* active forms and methods of studies, informal tourist education.

УДК 808.2

**Н. Н. Романова**

### **ОБУЧЕНИЕ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ КАК ЧАСТЬ ОБУЧЕНИЯ КУЛЬТУРЕ РЕЧИ**

Понятие публичной речи очень тесно соприкасается с понятием «культура речи». В современном вузе в курсе «Культура речи» достаточно много места уделяется публичной речи, а в курсе «Риторика» иногда освещаются и другие вопросы культуры речи. То и другое образует неразрывное сцепление, интегрированное в одно целое. См., например, учебник «Культура русской речи» [7], «Риторику» Н. Н. Кохтева [6].

В интересах дела обучения публичной речи следовало бы, насколько возможно, вычленив обучение публичной речи из остальной культуры речи и обучать ей отдельно, хотя и используя определенные междисциплинарные связи и понятия теории культуры речи. Одновременно с этим, как нам представляется, необходимо очень конкретно определить, в чем заключается культура именно монологической публичной речи в ораторском стиле.

Традиционно культуру речи толкуют как «владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, стилистики), а также умение использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи» [8, с. 247]. В этом определении заметно некое разделение культуры речи на две части. Мы прослеживаем это разделение и у других исследователей. С. И. Ожегов пишет: «Что такое высокая культура речи? Высокая культура речи – это умение правильно, точно и выразительно передавать свои мысли средствами языка. Правильной речью называется та, в которой соблюдаются нормы современного литературного языка.... Нормы языка – это общепринятые в общественной речевой практике (в художественной литературе, в речи образованных людей, в сценической речи, на радио и т. п.) правила произношения, грамматики и словоупотребления. Но высокая культура речи заключается не только в следовании нормам языка. Она заключается еще и в умении найти не только *точное* средство для выражения своей мысли, но и наиболее *доходчивое* (т. е. наиболее выразительное) и наиболее *уместное* (т. е. самое подходящее для данного случая и, следовательно, стилистически оправданное)» [9, с. 287 – 288].

Л. И. Скворцов также выделяет два уровня культуры речи – правильность речи и речевое мастерство [8, с. 247].

По замечанию Е. С. Истриной, «как ни существенны вопросы нормы литературного языка, все же ими не ограничивается дело; за

вопросами нормы следуют другие, более широкие и важные вопросы, – это вопросы культуры языка» [3, с. 29].

Определенный прогресс того же разграничительного подхода находим у В. Г. Костомарова: «В учение о культуре речи следует включить иные категории, прежде всего связанные с правильностью на уровне текста и сообщения, а не только с нормативной правильностью на уровне единиц. Культура речи должна быть представлена как проблема функции современного русского литературного языка и условия, в которых он функционирует» [5, с. 47]. М. Р. Кондубаева проводит мысль о том, что «высшей ступенью освоения литературного языка является культура речи в собственном смысле слова» [4, с. 11], то есть, по М. Р. Кондубаевой, культура речи – это стиль, свойственные индивиду предпочтения в использовании тех или иных выразительных средств языка, его манера изложения мыслей и построения своих высказываний, что ведет к речевому мастерству, к развитию искусства речи [см. там же]. Здесь, вероятно, вообще устранено представление о стадии нормы владения языком как низшей ступени культуры речи и подчеркивается индивидуальное стилистическое начало.

С одной стороны, мы видим из этих цитат, что иногда смутно, иногда более четко прослеживается деление речи и ее культуры на обычную нормированную, литературную речь и на нечто большее. С другой стороны, анализ такого подхода оставляет впечатление, что правильность и мастерство речи, понимаемые традиционно, так, как мы это констатировали посредством цитат, недостаточно, не слишком явно противостоят друг другу, недостаточно параллельны; нет четкого логического основания их разделения. Дело также в том, что речь, правильная «на уровне текста», может содержать отдельные обычные нарушения общестилевых литературных норм, а речь, неправильная на уровне текста, может быть точной и выразительной, лингвопрагматически безукоризненной. В делении на правильность речи и мастерство речи не предусмотрен (по крайней мере, не очень четко заявляется) различительный признак большой-малой неспециальной-специальной компетенции говорящего, а возможность ошибок обычной нормы (нарушения орфографических, акцентологических, синтаксических правил) в речи, которая в целом может быть отнесена к уровню мастерства, высокой культуры (характеризуясь доходчивостью, уместностью, выразительностью), ставят такое двухуровневое деление культуры речи вообще под сомнение.

Ввиду этого мы предлагаем логически более четкое и дидактически, как думается, более полезное разделение речевых произведений, охватываемых родовым понятием «культура речи» – по основанию «квалифицированность-неквалифицированность речи». Человеческая деятельность во многих случаях разделяется нашим сознанием на квалифицированную и неквалифицированную. Эти условные обозначения можно заменить на обозначение

спеціалізована-неспеціалізована, регламентована-нерегламентована, компетентна-некомпетентна, професійна-непрофесійна мова, які будуть достатньо синонімічні. Всім цим ми хотіли б позначити існування справи: діяльність може бути не дуже вмілою, не дуже професійною; вмілою, але не професійною і, навпаки, вміло-професійною. Одна передбачає спеціальну підготовку до неї, спеціальне і систематичне навчання, знання і вміння; друга – некваліфікована діяльність – передбачає відсутність, обмеженість або недостатність знань і умінь, незнання з ними або неусвоєння їх в достатньому обсязі. Ср. праця журналіста – співробітника шанованої газети і студента, пишущого записку в інститутську багатотиражку. В зазначених випадках існує добре прослідковуваний «розділ» – різниця якості, різниця вміння, компетентності, успішності дій.

Ми маємо в увазі, що кваліфікована мова властива особам, чья спеціальність або чье становище як постійна умова передбачає підвищене або спеціальне (або те і друге одночасно) володіння мовними вміннями і навчаннями, а також, поряд з цим, підвищені або спеціальні, спеціалізовані лінгвістичні знання – знання мови, її системи, природи, історії. Виробництво некваліфікованої мови всього цього не вимагає: тут потрібні загальні, а не спеціальні середнестатистичні, усереднені знання рідної мови, мовні вміння і навчання.

В науковій літературі описувані нами явища (кваліфікована або, скажемо іншими словами, компетентно виконувана мова) освітаються досить скупо. Так, Л. А. Введенська пише: «Вміння чітко і ясно висловити свої думки, говорити грамотно, вміння не тільки привертати увагу своєю мовою, але і впливати на слухачів, володіння культурою мови – своєрідна характеристика професійної придатності для осіб різних професій: дипломатів, юристів, політиків, викладачів шкіл і вишів, працівників радіо і телебачення, менеджерів, журналістів» [1, с. 69]. О спеціалізованій і професійній мові пише К. А. Долинин, відносячи до неї мову журналістів, радіокоментаторів, лекторів, юристів і т. п. [2, с. 277].

Ця думка висловлюється і В. Г. Костомаровим: «В цілому, наприклад, передавання знань лінійно-нормативною правильністю поставлено краще, ніж розвиток вміння застосовувати мову в різних життєвих ситуаціях. Але навіть якщо досягти тут навчального відповідності, обсяг умінь користування мовою буде різним у письменника або селянина, вченого і робітника, вчителя і школяра... Мовна компетенція вимірюється, рідко досягає і в рідній мові вищої повноти, бо окремі рівні володіння мовою, скажемо,

научным или художественным, осваиваются далеко не всеми...» [5, с. 45].

Ср.: употребляют выражения *высококласная профессиональная речь журналиста, профессиональный переводчик, профессиональные правила дипломатической речи, опытный лектор, редактор высокого профессионального уровня, писатель-профессионал*. Мы констатируем это различие, разводим эти понятия как различные и предупреждаем о нецелесообразности их смешивать.

То, что мы обозначаем как *квалифицированная речь*, во многом, но не во всем соприкасается, перекликается с понятием культуры речи. Здесь немало общего, но немало и различного, и мы также должны развести то и другое, чтобы избежать смешения терминов и понятий, потому что понятие «культура речи» не может заменить более четкого по смыслу понятия «квалифицированная речь»; его популярность не избавляет его от неопределенной многомерности, расплывчатости.

В этой связи, отталкиваясь от традиционного деления культуры речи на степени соблюдения норм и владения мастерством речи, мы предложили бы другое общее деление конкретных качеств или, лучше сказать, набора конкретных компонентов культуры речи – на компоненты, составляющие основу культуры речи, и компоненты, определяющие ту или иную разновидность культуры речи. Попробуем произвести такое деление, располагая при перечислении компоненты культуры речи по возможности в их ступенчатой последовательности и по их профессиональной отнесенности.

*К основе культуры речи можно отнести знания и/ или умения:*

- орфоэпически грамотного произношения слов;
- орфографически и пунктуационно грамотного письма;
- писать графически четко;
- оформлять письменный текст по существующим правилам;
- правильного словоупотребления;
- соблюдать грамматические нормы;
- правильно использовать функциональные стили, до степени недопущения грубого смешения их элементов;
- адекватно и полно пересказать устно или письменно чужую монологическую речь, не слишком сложную по содержанию;
- читать и говорить на иностранном языке (умение изъясняться на самые ходовые темы и понимать несложный текст, читая его со словарем);
- правильно использовать невербалику во время речи.

К компонентам, определяющим *разновидности культуры речи*, можно прежде всего отнести:

- умение говорить бегло, свободно, обладать гибкостью и динамичностью речи;



- умение вести «светскую» беседу;
- владение культурой спора, умения соблюдать ее правила;
- умение писать профессионально быстро;
- умение вести деловую переписку, составлять различные документы, в том числе объемные (отчет и др.);
- умение написать научную работу;
- владение очень большим запасом слов родного языка и умение активно употреблять до 20 тысяч слов в своей речи – в житейском обиходе, в профессиональной деятельности, в беседах на культурные, научные, политические, экономические и другие темы;
- умение в большой, повышенной мере учитывать ситуацию общения, ее отдельные компоненты, правильно оценивая значимость каждого из них для производимой речи и ее цели;
- умение приспосабливаться к уровню внимания, понимания собеседника, к уровню аудитории;
- умение определять речевые тактики для разговора, использовать их, в том числе по необходимости варьировать их, зная их разнообразие;
- умение качественно конспектировать устную и письменную монологическую речь;
- умение профессионально редактировать чужую письменную работу;
- ораторские умения (умение составить и произнести убедительную и красочную речь политического и другого характера);
- умение подготовить лекцию и выступить с ней;
- умение эристически грамотно и плодотворно вести дискуссию или спор;
- владение иностранными языками и умение их применять в профессиональной деятельности, в том числе умение свободно читать литературу на таком языке;
- умение писать художественные произведения различных жанров;
- владение жанрами, связанными с журналистикой.

При таком разделении культуры речи – не на ее уровни, а на варианты, разновидности, с определением объема ее достаточной обязательности для любого ее варианта, – она, конечно, будет гораздо лучше соотноситься с понятиями неквалифицированная и квалифицированная речь. С этой точки зрения, если индивид владеет только основой культуры речи (пусть даже не в полной мере, даже в очень малой мере), его речь всегда будет неквалифицированная – как в жанрах неквалифицированной речи (письмо к другу, чисто житейский разговор и т. д.), так, естественно, и в жанрах, относящихся к квалифицированной речи (если, например, он будет выступать на

митинге, с застольной речью, писать деловое письмо, писать материал в газету и т. д.). Если же индивид владеет не только основой культуры речи (опять-таки пусть не в полной, но не в ничтожной мере), но и какими-то компонентами, определяющими специальную разновидность культуры речи, то это или гарантия, или надежные предпосылки, что его речь в определенных соответствующих жанрах при необходимости будет квалифицированная, а речь не в специфических жанрах (письмо родственнику и т. п.) будет, естественно, неквалифицированной, поскольку здесь она и должна быть неквалифицированной.

Таким образом, мы, конечно, признаем многие существующие представления о культуре речи, но со сделанными оговорками и уточнениями. Думается, что последние полезны в дидактическом отношении, так как «дисциплинируют» обучение той или иной речи, могут дать лучшие ориентиры в этом отношении.

Дальнейшие исследования, по нашему мнению, должны предполагать развитие следующих компонентов и разновидностей речи: умение говорить бегло, свободно, гибко и динамично; умение говорить выразительно; владение очень большим запасом слов родного языка, умение активно употреблять их; знание лексической синонимии и стилевой дифференциации лексических единиц, умение выбрать синоним из синонимического ряда, адекватный ситуации, стилю и теме речи; знание лексической полисемии и умение учитывать ее при словоупотреблении; умение в повышенной мере учитывать ситуацию общения, ее отдельные компоненты, значимость каждого из них для производимой речи и ее цели, умение приспособливаться к аудитории, к ее особенностям и состоянию; умение произносить речь строго целенаправленно; умение достигнуть наивозможного положительного результата в связи со своим публичным выступлением; умение составить и произнести убедительную и красочную речь.

### **Литература**

- 1. Введенская Л. А.** Русский язык и культура речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2000. – 148 с.
- 2. Долинин К. А.** Стилистика французского языка / К. А. Долина – М. : Просвещение, 1978. – 256 с.
- 3. Истрина Е. С.** Нормы русского литературного языка и культура речи / Е. С. Истрина – М.-Л. : Просвещение, 1948. – 168 с.
- 4. Кондубаева М. Р.** Основы культуры речи. – Алматы: РИК, 1997. – 138 с.
- 5. Костомаров В. Г.** Преподавание русского языка в национальных вузах и проблемы культуры речи / В. Г. Костомаров // Изучение русского языка в национальном вузе. – Фрунзе: Мектеп, 1984. – С. 44 – 56.
- 6. Кохтев Н. Н.** Риторика / Н. Н. Кохтев – М. : Просвещение, 1994. – 395 с.
- 7. Культура русской речи** / под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. – М. : Норма, 2000. – 145 с.
- 8. Лингвистический энциклопедический словарь** – М. : Советская

энцыклапедыя, 1990. – 273 с. 9. **Ожегов С. И.** Лексикология. Лексикография. Культура речи / С. И. Ожегов. – М. : Высшая школа, 1974. – 382 с.

**Романова Н. Н. Навчання монологічному публічному мовленню як частині навчання культурі мовлення**

У статті розглянуті питання культури та мовлення, її рівнів та мовленнєві вміння у різних сферах комунікації. Культура мовлення описується у додатку до риторики. Публічне ораторське мовлення кваліфікується як вид спеціального професійного мовлення зі складовими власних необхідних мовленнєвих вмінь.

*Ключові слова:* культура мовлення, кваліфіковане мовлення, публічне мовлення, ораторська компетенція.

**Романова Н. Н. Обучение монологической публичной речи как часть обучения культуре речи**

В статье рассматриваются вопросы культуры и речи, ее уровней и речевые умения для различных сфер коммуникации. Культура речи описывается в приложении к риторике. Публичная ораторская речь квалифицируется как вид специальной профессиональной речи с набором собственных необходимых речевых умений.

*Ключевые слова:* культура речи, квалифицированная речь, публичная речь, ораторская компетенция.

**Romanova N. N. Teaching of monologic public speech as a part of teaching culture speech**

The article deals with the questions of speech culture, its levels and speech skills for different spheres of communication. The speech culture is described as applied to rhetoric. The public rhetorical speech is qualified as a kind of special professional one with a set of necessary speech skills of its own.

*Key words:* speech culture, public speech, qualify speech, oratorical competence.

УДК 378.036

**В. Н. Шwirка**

**ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ СЕРВІСНИХ  
СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ  
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Одне з завдань професійної підготовки фахівців у сфері туризму та сервісу полягає в формуванні їх міжкультурної свідомості. Партнери міжкультурної комунікації будь-якої сервісної спеціальності в умовах регіону, у тому числі й сходу України, вже самі по собі повинні бути полікультурними людьми.

Особливо актуальним це положення виявляється в умовах появи таких нових понять, як «культурна індустрія», «культурні технології», «культурно-освітній простір» та ін.

Виховання в майбутніх працівників сфери туристичної гостинності відчуття краси в широкому сенсі цього слова – одне з серйозних завдань ВНЗ. Вирішенню цієї проблеми присвячена наша стаття.

Проте, основні роботи Л. Вукулової, О. Чекуна, А. Садохіна, В. Квартальнова та ін., у тому числі й навчальні посібники, адресовані фахівцям цієї сфери, не дають наукових зразків міжкультурної професійної поведінки, тим більше з урахуванням естетичних цінностей відповідної культури.

Соціологи останніми роками фіксують в своїх дослідженнях тенденцію витіснення культурологічних цінностей на останнє місце в ієрархії основних змістовних компонентів молодіжної свідомості. Сьогодні можна з повною підставою говорити про реальну небезпеку відчуження молоді від культури, від мистецтва, що в цілому повинне розумітися як загроза майбутньому. Саме молоді належить примножувати і зберігати все те, що створене в культурі по-справжньому цінного попередніми поколіннями.

Підбадьорюючим свідоцтвом того, що у молоді не всі культурологічні «імпульси» втрачені, є психолінгвокультурологічне дослідження, проведене в студентському середовищі, яке визначило мовну компетентність молоді в міжкультурному аспекті. Так, студенти I курсу університету висловили свої думки про Україну й українців. Відповідно опиту сучасне життя українця представлене не тільки словами «бідність», «корупція», «відсталість», «страйки» і ін., але й поняттями «краса», «пісні». У списку особистих імен в числі діячів літератури й мистецтва такі: Т. Шевченко, М. Гоголь, І. Франко, Леся Українка, І. Котляревський, М. Лисенко, М. Пімоненко та ін.

Важливу роль грає знання мистецтва як частини етнічної культури і естетичної свідомості фахівця.

Значною мірою допоможуть вирішити цю проблему взаємодія мистецтв (комплексу), створення так званих інтеграційних курсів, реалізація міжнаочних зв'язків. Відомо, що прийшло час розробляти проблему інтеграції, в даному випадку, сервісних дисциплін – близьких до мистецтва. Необхідно шукати шляхи повної (або частковою) інтеграції їх змісту, і інтеграції педагогічних технологій.

Успіх такого підходу до підвищення рівня культури майбутніх фахівців в цілому, і характеру їх міжкультурної комунікації, зокрема, залежить від «включення» національно-естетичного (зокрема мистецтвознавчого) компонентів в ті або інші предмети спеціальних дисциплін. У зв'язку з цим нам представляється правильним подивитися на навчальний план спеціальності «Туризм» з точки зору:

а) культурологічного (у тому числі й естетичного) потенціалу блоку спеціальних дисциплін;

б) регіонального компоненту в структурі навчального плану;

в) кількості предметів, пов'язаних безпосередньо з культурою і мистецтвознавством;

г) наявність інтеграційних курсів, орієнтованих на мистецтво різних країн;

д) об'єму навчальних предметів, які забезпечують необхідні соціокультурні передумови для спеціальних дисциплін, наприклад: для курсів «Туристичне краєзнавство», «Дитячий туризм», «Організація екскурсійних послуг», «Основи музеєзнавства», «Історія мистецтв», «Реклама в туризмі» й так далі.

Особливу увагу викликає внеаудиторная робота, що підтвердила її освітню та виховну значущість. Серед різноманітних форм такої діяльності слід зазначити вечори, присвячені святам країни мови, що вивчається, участь в засіданнях дискусійного клубу, проведення культурологічних вікторин, зустрічей з носіями мови, перекладацькі конкурси, конкурси творчих робіт, зокрема, туристичної реклами, конкурс на кращого екскурсовода, свят-презентацій туристичних об'єктів і так далі. Різноманітні види позааудиторної роботи сприяють розширенню мовної сфери застосування міжкультурних знань і умінь міжкультурної комунікації, придбаних в обов'язковому курсі.

Думається, що саме екскурсії, як виду позааудиторної роботи, слід віддати перевагу на спеціальності «Туризм», оскільки у всіх її видах: навчальній та загальноосвітній, очній та заочній, найактивніше, як нам представляється, експліцируються позиції країнознавства і краєзнавства, пов'язані із сприйняттям культурного компоненту семантики слова. Екскурсія, як відзначає Л. Савіна, - особливий ідентифікуючий і соціалізуючий засіб, яким кожна людина може скористатися, щоб отримати або звірити уявлення про свою приналежність до тієї або іншої системи цінностей, культури, соціальної групи [3]. Це місце дії один на

одного носіїв різних систем, знань, і, як наслідок, - отримання відчуття спільності, з одного боку, і усвідомлення своєї індивідуальності, з іншою.

Здійснюючи таку роботу, студент усвідомлює, що кожна країна, кожен народ володіє символами етнокультурної історичної значущості, які відображають своєрідність історичного шляху народу і його культурної спадщини. Знання суспільне значущих державних і етнокультурних символів, їх сприйняття і інтерпретація сприяють розвитку загальної культури молодих громадян, оволодінню ними сучасною картиною світу, що дозволяє їм успішно адаптуватися до складних умов життя і займати активну, діяльну позицію.

Особливо важливими є знання про символи країн професійної взаємодії і країни рідної мови і культури; вони допомагають формувати власний світогляд, сприяють становленню майбутнього фахівця, готового брати участь в діалозі культур і що дбайливо відноситься до національної і іншомовної культури.

Фахівці в міжкультурній комунікації виділяють наступні групи символів культури:

- символи, етнокультурні витоки, що мають, зокрема своєрідні народні традиції і звичаї;
- знакові імена видатних діячів історії і культури народів;
- знакові імена літературних персонажів;
- матеріальні об'єкти – пам'ятники історії культури.

Ми вважаємо, що до цієї групи символів слід віднести також і деякі побутові об'єкти культури, зокрема, кухню, що включає «національно-пріоритетні» продукти харчування.

Відомо, що в засвоєнні студентами цінностей національної культури велику роль грає емоційно-чуттєвий шлях пізнання, при якому зазвичай буває задіяна естетична функція мови. Саме такий підхід дозволяє органічно включати в мовну комунікацію слова з національною семантикою і значущими країнознавчими. Знайомство тих, що навчаються з сумою всіх знань «природних» слів, крім того, сприятиме адекватному сприйняттю точної інтерпретації національних, індивідуально-авторських художніх образів творів літератури і мистецтва.

Сьогодні в системі міжкультурного діалогу все більш значущими стають народно-художні промисли, які володіють унікальними комунікативними властивостями як в національних рамках, так і в світовому масштабі. Твори народно-художніх промислів можна зрозуміти як особливу форму рефлексії кодових знань народної традиції в образотворчому мистецтві, як глибоке здійснення культурно-історичних сенсів. Універсальні якості народного мистецтва перетворюють його на об'єкт найпильнішої уваги при вирішенні проблем міжкультурного діалогу на мікро- і макро рівнях. Пошук практичних вирішень проблеми приводить до розгляду його регіонального аспекту.

«Розкручування» найбільш значущих в цьому сенсі понять в міжкультурній свідомості майбутніх працівників туристичної сфери – завдання надзвичайно важливе. Основним колоритним фоном поняттям, безумовно, є слово «рушник» (присилати за рушниками – свататися). Напевно, у всьому декоративному мистецтві немає іншого такого предмету, як рушник, який би концентрував в собі стільки різноманітних символічних значень. Тут знайшли відображення орнаменти, пов'язані з образами добра, краса, захисту від всього злого на землі. Тому в старі часи рушники мали не тільки утилітарне, прикладне застосування, але і ритуальне, культове.

Вінок – обрядовий предмет, виготовлений з трав, квітів, вічнозелених рослин, хвої, віток, соломи, папери і так далі. Ритуальне використання його пов'язано з осмисленням Вінка як круга, що зближує з іншими предметами, що мають отвір (кільце, обруч, калач).

Дуже багатий і різноманітний народний музичний інструментарій України. Відомі в світі інструменти, які прижилися на українській землі, - наприклад, скрипка, бандура, гуслі, цимбали – музичні символи України.

Цікаві символи національної культури, пов'язані з природою.

Верба – справжнє українське дерево, краса сільських городів, домашнє дерево в народній поезії, свідок людських занять, символ зборищ і побачень. Верба також умовне дерево військової ради запорожців. Народна поезія відзначає дві властивості дерева: його особливий шум, і що воно стрієть над водою. Іноді верба символізує нещастя.

Калина в українців – дерево незвичайно поетичне. Ягоди її служать прикрасою в кожній хатині. Коханий всіма слов'янами червоний колір, який мають стиглі ягоди калини, зображає дівочу красу – «Ой ти, дівчино, червона калина! Вуста твої рум'яні, як калина!». Калинові гілки, опущені вниз, – образ смутку і печалі, пучки ж калинових ягід, зв'язані в букет – знак любові. Ходити в луг по калину вважається улюбленим заняттям українських дівчаток. Разом з тим калина – дерево і похоронне, пам'ятне – «посадите ви, мої сестри, в голові мені калину». Не випадкові багато пісень і історичних, і сучасних – про калину.

Квіти – загальнолюдський культурний символ. Проте кожна з квіток і його різновидів по-своєму «живе» в різних культурах.

Знання цією специфіка допомагає фахівцям в області туризму і сервісу здійснювати міжкультурну комунікацію.

Вікторина «Символіка квітів»

Приведемо приклад навчальної гри, активізуючої знання студентів в цій області. Умови вікторини: на столі в центрі виставкового залу стоїть «барабан». Ведучий обертає «барабан», витягує одне з питань і зачитує його. Той, хто першим відповість на поставлене питання, отримує приз від організаторів виставки.

Включені у позааудиторну роботу питання про символіку квітів не тільки розширяють світогляд студентів, але і допоможуть в професійній комунікації.

1. Яку квітку вважають в Японії імперською сонячною квіткою? [хризантема].

2. У якій країні в середні віки лілія символізувала процвітання і королівську владу? [Візантія].

3. Яку квітку символізує згоду в Китаї? [орхідея].

4. Яка квітка в Китаї, як і в інших країнах Сходу, вважають символом радості, успіху і щасливого шлюбу? [нарцис].

Докладніші, повніші відомості, пов'язані з символікою квітів учасники можуть отримати в «Словнику символів» Джека Тресіддера.

Цікавою для представника іншої культури є кухня народу. Продуктом, що найбільш вживається, в українській кухні служить свиняче сало у всіх видах. Безумовним національним колоритом володіє борщ український. Спочатку борщем називали юшку з борщевика (рослини сімейства зонтичних з гострим перістим листям), а потім – і перше блюдо з буряка і капусти. Національними блюдами-символами вважаються вироби з простого бездріжжівого тіста: вареники, галушки, шулики, лемишки, гречаники, коржі, вергуни.

Фольклорні поетичні, музичні твори, та і авторські, такі, що представляють національну культуру, мають конкретно-художній сенс. У їх текстах по-особливому проявляють своє значення символи (в першу чергу – культурні). Національна семантична представленість в текстах не тільки не перешкоджає сприйняттю витворів мистецтва, але і, як нам здається, підсилює рівень міжкультурної комунікації. Не дивно, що пісенне мистецтво України, зокрема фольклорне, відобразило «істивні» символи в хітах, які звучать у виконанні М. Поплавського на національному українському телеканалі:

Український талісман,  
Віковичний наш талант,  
Завжди символ сили і достатку,  
Буде сало, буде все в порядку.

«Сало» (музика Ю. Пономаренко, слова Н. Багмут)

Чи я ж не українець, не козак?  
І до смачної страви не мастак?  
Багато я чого у світі їв,  
А до макітри серцем прикипів.  
Бо розляглися в ній на всі смаки  
Вареники! Вареники!

«Вареники» (музика і слова Н. Багмут)

Гостинність наша переповнює по вінця,  
Усі упевнені, що ми в раю живем.  
То щоб пізнати справжню душу українця,  
Вам необхідно причаститися борщем.



«Борщ» (музика і слова Н. Багмут).

Таким чином, вивчення різних аспектів культури рідної країни, сприйняття її естетичних цінностей – безумовна запорука грамотного, цивілізованого підходу до здійснення професійної міжкультурної комунікації фахівців сфери туристичної гостинності.

У зв'язку з цим, слід вважати перспективним створення підручника з туризму і культурологічних матеріалів для анімаційної роботи в туріндустрії, звертаючи увагу дітям як особливій категорії споживачів сервісних послуг.

### **Литература**

**1. Основы межкультурной коммуникации:** практикум. / под ред. Л. Г. Вукуловой. – М. : 2008. – 264 с. **2. Савина Л. А.** Музейная экскурсия как опыт речевой коммуникации в аспекте культурного взаимодействия. / Л. А. Савина – М. : 2004. – 172 с. **3. Садохин А. П.** Введение в теорию межкультурной коммуникации. / А. П. Садовин. – М. : Высшая школа, 2005. – 375 с. **4. Украинско-русский словарь** / [под ред. В.С. Ильина]. – К. : 1965. – 275 с. **5. Чекун О. А.** Педагогические условия подготовки студентов к межкультурной коммуникации: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.04 / О.А.Чекун – М., 2007. – 37 с. **6. Шwirka В. М.** Естетичне виховання майбутнього вчителя-філолога засобами мистецтва: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / В. М. Шwirka. – Луганськ, 2003. – 276 с.

**Шwirka В. Н. Естетичне виховання студентів сервісних спеціальностей як чинник успішної міжкультурної комунікації**

У статті розглядається проблема формування естетичних цінностей студентів спеціальності «туризм» як однієї з умов успішної професійної міжкультурної комунікації.

*Ключові слова:* міжкультурна комунікація, естетичні цінності, культурні символи, позааудиторна робота.

**Шwirka В. Н. Эстетическое воспитание студентов сервисных специальностей как фактор успешной межкультурной коммуникации**

В статье рассматривается проблема формирования эстетических ценностей студентов специальности «туризм» как одного из условий успешной профессиональной межкультурной коммуникации.

*Ключевые слова:* межкультурная коммуникация, эстетические ценности, культурные символы, внеаудиторная работа.

**Shvirka V. N. Esthetic teaching of tourism service specialty students as a factor of successful cross cultural communication**

The article deals with the problem of aesthetic values formation of students of "Tourism" speciality as one of successful professional intercultural communication conditions.

*Key words:* cross cultural communication, aesthetic values, cultural symbols.

УДК: 1+379.85

**О. К. Шевченко**

### **ФІЛОСОФІЯ ТУРИЗМУ ЯК НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА**

**Актуальність.** Туризм, будучи в тій або іншій формі представлений у більшості цивілізацій і культур планети, завжди був значущим як комунікаційний чинник їх розвитку, впливав на вдосконалення міжетнічного діалогу та збагачення духовного світу людини. Проте, зараз він набуває абсолютно виняткового і багато в чому вирішального значення не тільки в заявлених аспектах, але й у таких сферах як економіка та політика. Це дає привід багатьом фахівцям затверджувати, що туристична діяльність має свої власні онтологічні підстави, освітити які здатний тільки філософський дискурс. Це положення обґрунтовує актуальність заявленої теми.

Виходячи з актуальності статті її **об'єктом** слід визначити філософію туризму, а **предметом** – визначення форм діалогу філософії та туризму.

Об'єкт і предмет дослідження визначають мету та задачі. **Мета** статті – виявити потенціал філософії у вдосконаленні туристичної освіти.

#### **Завдання:**

- виявити ступінь розробленості проблеми;
- визначити потенціал філософії в вивченні туристичної діяльності;
- проаналізувати дидактичні можливості філософії у формуванні професіоналів туристичної сфери;
- запропонувати проект філософії туризму як учбової дисципліни.

#### **Ступінь розробленості теми в існуючій літературі**

Сучасна дійсність пістрявить усілякими «Філософіями» у діапазоні від «Філософії зачіски» до «Філософії дверних ручок». Не уникнувши цієї модної тенденції й туризм. У численних публікаціях, прямо [1, 3] або опосередковано [4] затверджується про якусь дисципліну: «Філософія туризму». Більшість текстів із цією назвою лежить у площині історії туризму й якихось, вельми плоских узагальнень [2, 5].

Але всі ці й багато інших спроб академізувати аморфну область філософствування з приводу туризму – дуже схожі на прожект. До пропонувананих *стратегій* не готовий ні екскурсовод, ні підприємець, ні організатор туристичної діяльності. навіть філософ – повний скепсису. Це ясно вже з тієї простої підстави, що філософії туризму в СНГ ще *належить знайти не те що авторитет академічної дисципліни, а просто – формальний статус області знання.* Потрібен час і зусилля, щоб її сприймали не як дивацтва піарників, не як яскравий бренд, а як базовий напрям знання разом з фізикою або історією. Але. це все критика. Головне питання: «Що робити?», зберігає свою значущість.

Якщо говорити конкретніше «яке вимірювання доступно філософії туризму або, якщо завгодно, яку сходинку вона повинна здолати в своєму *формальному академічному* становленні? Де та реальність, якою може оволодіти ідеал на шляху до академізму, який *опредмечується?*».

Відповідь бачиться в отриманні філософією туризму статусу учбової дисципліни, як етапу боротьби за академічні права і за визнання в середовищі інтелектуалів. Лише затвердившись в університетах, обкачавши в стихії живого спілкування свої ідеї, пропрацювавши тактичні питання в дослідницьких лабораторіях семінарів – ідеал філософії туризму зможе виліпити той вигляд, який, володіючи дидактичним авторитетом, здатний дати бій академічному знанню.

Про перспективність цього напрямку зросту філософії туризму, зі всією очевидністю говорять фундаментальні положення цього знання.

Для більшості дослідників і практиків, які зіткнулися з філософським осмисленням туризму на пострадянському просторі, останнє цікаво не стільки в вигляді фіксованого знання або скарбнички методологій, а скільки в формі майданчика інтеграції різноманітних стратегій пізнання цієї форми людської діяльності, поля для експериментів і апробації найфантастичніших ідей. У всій своїй красі та потужності цей інтерес може виявитися не на сторінках журналів, не в рамках докладів, а в межах учбового курсу. Такого курсу, який у своїх підставах виступає як пропедевтика проблеми, як дидактика суперечки, як форма дискусії, як атомарна одиниця дослідницької практики. При його допомозі можна сміливо формувати й переформатувати свої ідеї, концептуальні положення, творити практичну, *а не абстрактну* філософію туризму. Ту філософію, яка зможе подолати найхворобливіші проблеми сьогоденної туристичної діяльності:

- виділення туризму в об'єкт вивчення самостійної науки;
- формування міждисциплінарного підходу до розуміння ролі та значення туризму в сучасному світі.
- нормалізація кроскультурного діалогу;
- формулювання стратегії розвитку туризму в довгостроковій перспективі;

- здійсненні конкретної екскурсійної діяльності не по шаблонних скоромовках, а з позицій творчого підходу до об'єктів показу.

Лише в цьому випадку, визрівши в учбових аудиторіях, засвоївши імунітет до схемної та прожектерства, заявивши про свої концептуальні м'язи та **практичну** забезпеченість – філософія туризму здатна виплатити дивіденди по своїх рекламних векселях, які так щедро вона роздавала в кінці ХХ – початку ХХІ століття.

Якими параметрами повинна володіти ця учбова дисципліна?

По-перше, вона повинна бути універсальною. Тобто бути орієнтованою не тільки на вищі учбові заклади, але й на курси підготовки (перепідготовки) екскурсиводів, не тільки для спеціальності туризм, але й мати загальний гуманітарний характер.

По-друге, спецкурс повинен строго враховувати специфіку певного регіону. Це призведе до насичення дисципліни не тільки, безумовно необхідною інформацією загальнофілософського характеру, але й конкретикою зв'язаної як з польовою роботою представників туристичної діяльності, так і з формуванням смаку в споживачів туристичного продукту.

По-третє, туризм повинен розглядатися як суттєвий вид людської діяльності, важливий чинник формування національної та регіональної ідентичності.

По-четверте, філософська насиченість дисципліни зобов'язана вивести слухачів із кола звичних шаблонів і стійких стереотипів, відкрити горизонти до вільної творчості.

Нижче пропонується один з можливих проектів подібної дисципліни.

**Назва:** «Туризм – як спосіб освоєння ойкумени».

**Об'єм у годинах:** 12 г. лекцій і 6 г. семінарів.

### **ЛЕКЦІЇ.**

**Лекція №1.** Туризм як особливий спосіб освоєння світу.

**Лекція №2.** Базові підстави туристичної діяльності.

**Лекція №3.** Проблема становлення і розвитку туристичної практики.

**Лекція №4.** Значення туризму в умовах суспільства перехідного періоду.

**Лекція № 5.** Специфіка туристичного дискурсу в АРК і його проблеми.

**Лекція №6.** Перспективні форми туризму ХХІ століття.

### **СЕМІНАРИ.**

**Семінар №1.** Роль туризму в сфері людського спілкування.

**Семінар №2.** Специфіка дискурсу: навколишній світ – екскурсивод – екскурсанти.

**Семінар №3.** Світоглядна роль туристичної діяльності в умовах суспільства перехідного періоду.

**Висновки.** Кажучи про філософію туризму слід у першу чергу розуміти під нею не якісь аморфні розмови “про все й про ніщо”, а

навчальну дисципліну, що має свою теорію та виходи на практику. Лише в цьому випадку можливе формування філософії туризму як академічної дисципліни, проникнення її ідей у світогляд учасників туристичної діяльності, що надасть поза сумнівом благотворну дію на розвиток туризму в Україні в XXI столітті.

#### **Література**

- 1. Гализдра А. С.** Феномен туризма: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. на получение науч. степени канд. филос. наук: спец 09.00.11 «Социальная философия и философия истории» / А. С. Гализдра. – Саратов, 2006. – 23 с.
- 2. Джафар Джафари.** Феноменология туризма / Джафар Джафари. – Режим доступу до вид.: <http://lib.sportedu.ru>
- 3. Катарина.** Философия туризма. – Режим доступу до вид.: <http://www.proza.ru/avtor/gachki>
- 4. Кулік В. В.** Теоретичні основи культурного туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. культурології: спец 26.00.01 «теорія та історія культури» / В. В. Кулік. – Сімферополь, 2009. – 20 с.
- 5. Философия туризма .** – Режим доступу до вид.: [http://scripts.online.ru/cgi-bin/gogo.pl?company\\_internationalcenter\\_com=www.washprofile](http://scripts.online.ru/cgi-bin/gogo.pl?company_internationalcenter_com=www.washprofile).

#### **Шевченко О. К. Філософія туризму як навчальна дисципліна**

У статті піддається філософському аналізу туризм, як частина людської діяльності, розглянуто якими параметрами повинна характеризуватися ця дисципліна.

*Ключові слова:* туризм, філософія, формальне академічне становлення.

#### **Шевченко О. К. Философия туризма как учебная дисциплина**

В статье подвергается философскому анализу туризм, как часть человеческой деятельности, рассмотрено какими параметрами должна обладать эта дисциплина.

*Ключевые слова:* туризм, философия, формальное академическое становление.

#### **Shevchenko O. K. Philosophy of tourism as a subject matter**

In the article tourism, as a part of human activity is exposed to the philosophical analysis. It is considered what characteristics this discipline should have.

*Key words:* tourism, philosophy, formal academic formation.

## **ПРОФОСВІТА**

УДК 338.48:378

**В. В. Гужвинський**

### **ПІДГОТОВКА СПЕЦІАЛІСТІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ДО ЗДІЙСНЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТУРИСТСЬКІЙ ФІРМІ**

Сьогодні з'являється можливість інтеграції України в європейський простір, і тому підвищується інтерес до встановлення тісних суспільних стосунків у цьому регіоні. Україна переживає складний період трансформації суспільного розвитку й радикальних перетворень у багатьох його сфери. Особливо це відчувається в галузі освіти, оскільки країна намагається вийти на рівень світових стандартів професійної освіти, яка покликана забезпечити підготовку людини до життя у світі різноманітних зв'язків – від контактів із найближчим оточенням до глобальних. Найбільш відчутними такі вимоги стають у підготовці висококваліфікованого фахівця сфері послуг, зокрема в туристській. Це пов'язане з її бурхливим розвитком та різноманітною діяльністю.

Постійне збільшення обсягу знань, які необхідно засвоїти майбутньому фахівцю за роки навчання у вищому навчальному закладі, підвищення вимог до його професійної і спеціальної підготовки породжує соціальну потребу всебічного, глибокого дослідження системи педагогічних шляхів, зовнішніх і внутрішніх чинників становлення спеціалістів, вимагає розкриття закономірностей і особливостей їхньої професійної підготовки, зокрема комунікаційної, та урахування їх у навчально-виховному процесі вищої школи. Постала гостра необхідність формування високопрофесійного, компетентного спеціаліста нової генерації, який змінив би сенс і характер професійно-педагогічної комунікації відповідно до вимог сучасного ринкового середовища, поклавши в основу гуманізм, повагу до співрозмовника й самоповагу, суверенність особистості, неупереджене ставлення до суб'єкта комунікації, врахування інтересів співрозмовника. Перелічені чинники здебільшого складають соціальне замовлення системи професійної освіти, яке має чітко окреслену законодавчу базу: Національну доктрину розвитку України у ХХІ ст. (2002 р.), Закон України Про вищу освіту», Державну національну програму «Освіта» («Україна ХХІ століття»), Закон України «Про туризм», Державну програму розвитку туризму на 2005-2010 роки, у яких передбачено заходи, спрямовані на становлення спеціаліста як носія ефективних форм взаємодії із суб'єктами педагогічного процесу, сучасного ринку товарів та послуг.

Завдання будь-якої науки – слугувати практиці, визначати розвиток галузі, розробляти рекомендації і програми розвитку, створювати методику обліку і контролю, аналізувати статистику. На це спрямовані освітні програми і моделі спеціаліста. У моделі спеціаліста туристської галузі повинні бути закладені ідеї випереджальної освіти, мета якої – визначити перспективи розвитку цієї сфери діяльності, що має багаторівневу структуру освіти [2, с. 15].

Питанням формування навичок професійного спілкування в процесі підготовки майбутніх спеціалістів займались В. Кан-Калик, Н. Кузнецова, Ю. Сенько. Роль професійного спілкування у становленні особистості спеціаліста розглядали Л. О. Савенкова О. І. Куліш. Створенням і впровадженню моделі мовленнєвої підготовки та апробації технологій формування професійного мовлення майбутніх учителів займались В. Г. Пасинок, В. В. Полторацька, Л. О. Савенкова.

Мета дослідження полягає у визначенні специфіки роботи спеціалістів сфери туризму, у пошуці шляхів покращення педагогічних умов для їхньої фахової підготовки.

Індустрія турпослуг, як правило, є висококонтактною сферою, де якість обслуговування невіддільна від якості постачальника послуг. Висока контактність означає, що продажі послуг відбуваються в процесі зустрічі покупця і постачальника послуг. Постачальник послуги привносить у результат обслуговування певну матеріальність, яка виявляється у створенні купівельного досвіду, образу, заснованого на тому, що покупець бачить продавця послуги, який поводить себе упевнено, професійно дає поради під час обслуговування і прислухається до зауважень і вимог покупця, використовує сучасне устаткування й інструменти впливу. Усі ці елементи є видимими для покупця при купівлі невидимої послуги й тому створюють враження впевненості в тому, що послуга буде виконана й покупець буде задоволений. Таким чином, продавець послуги стає ніби частиною результату обслуговування, частиною самої послуги. Це вимагає від його підготовки високопрофесійних знань та умінь кваліфіковано застосувати їх у процесі комунікації з партнером [3, с. 158].

Виходячи з того, що комунікативні вміння виступають природним компонентом у структурі всіх видів підготовки спеціалістів, а у сфері туризму є найголовнішими, постає необхідність дослідження та розкриття оптимальних можливостей механізму їх формування у навчально-виховному процесі вищої школи. Створення технології формування та розвитку у студентів професійних комунікативних умінь буде сприяти подальшому використанню творчого потенціалу самих студентів, і педагогічних умов та чинників, які впливають на рівень цих умінь. Використання механізму актуалізації спрямованості студентів на оволодіння професійними комунікативними вміннями допоможе розробити умови для педагогічного підходу, який має спиратись на педагогічні технології формування таких умінь. Враховуючи вимоги

сучасного ринку, робиться спроба пошуку таких напрямків покращення комунікаційної діяльності майбутніх спеціалістів сфери туризму.

Комунікація в туристичній діяльності за рівнем позитивного потенціалу, спрямованого на об'єднання світового суспільства, сильніше за комунікацію в політиці та економіці. Професіонал у галузі туризму має глибоко усвідомлювати місце і роль комунікації в суспільному процесі як засобу координації професійної діяльності, самореалізації, самовизначення й самоствердження. Він має вільно організовувати діалог із різними за фахом людьми, реальними й віртуальними партнерами, вдаючись до вербальних і невербальних засобів комунікації, активно використовуючи можливості комп'ютерних мереж для організації плідного взаємообміну інформацією. Спеціаліст повинен не тільки застосовувати сучасні інформаційні технології, але й співпрацювати, конкурувати з ними та з необмеженими інформаційними ресурсами, користуватися комплексом комунікативних послуг, передбачених інформаційно-освітнім середовищем.

Сучасні туристичні фірми вимушені управляти складною системою комунікаційних зв'язків. Фірма має комунікаційні відносини зі своїми посередниками, споживачами, конкурентами, різними представниками влади і громадськості. Необхідно послідовно формувати й розвивати вміння спеціалістів фірми адекватно реагувати на ситуацію та вимоги туристичного ринку, шукати нові підходи до здійснення ефективної комунікації. Програма підготовки повинна включати технологічні прийоми покращення комунікаційної діяльності.

Такими прийомами посилення впливу комунікації можуть бути:

- збір інформації про місцеві соціально-культурні цінності та змістовне збагачення ними інклюзив-турів, презентування та рекламування культурної спадщини в процесі комунікації з партнерами;
- посилення індивідуалізації та адресності комунікаційного звернення турфірми до споживача (персональна кореспонденція, електронна пошта, особиста та сімейна туристська історія);
- уніфікація та модернізація інформаційної системи туристичної фірми (системи знаків, маршрутів, сервісу тощо) відповідно до ринкової ситуації та категорії партнерів;
- включення персоналу турфірми в другу цільову аудиторію та стимулювання (зацікавлення) його до ініціативної комунікації шляхом рекламного показу під час роботи;
- посилення надійності, достовірності й безпечності комунікаційної інформації, що забезпечить привабливість і довіру до такої інформації (сертифікати якості, страхові поліси, гарантійні листи, книга відгуків);
- збільшення інформативності й візуальності комунікації для посилення уявлення та мотивованості споживача (показ відеороликів, експонатів);



- створення позитивної думки в суспільстві про турпослугу, турфірму за допомогою використання незалежних джерел інформації (виступ професіонала з туризму);

- стимулювання цікавості, інтересу потенційного споживача (інформування про знижки, новинки, відомих клієнтів, цікаві події в місцях відпочинку);

- покращення комфортності умов проведення комунікації;

- створення сприятливих умов для подальшої комунікації туриста з навколишнім природним і соціокультурним середовищем;

- розміщення рекламної інформації в місцях зосередження цільової аудиторії турфірми (аеропорти, паспортні столи, мережі салонів краси, магазини туристських товарів, купальних принад тощо);

- адаптування, пристосування поведінки комунікатора (турфірми) до культури, потреб та можливостей партнера по комунікації.

Спостереження показують, що найбільшу зацікавленість партнерів за підсумками комунікацій виявлено в результаті використання соціально-культурних стимулів просування туристської продукції.

Підготовка фахівців туристської комунікаційної діяльності повинна враховувати логічну послідовність планування та здійснення комунікації. Комунікаційну діяльність на туристській фірмі можна виділити в три етапи.

Першим етапом комунікації природно є планування та збір інформації про стан середовища (кон'юнктуру) туристського ринку загалом і його складників зокрема. Менеджер з організації туризму повинен уміти створювати за допомогою економічних і психологічних показників картину певного туристського ринку, формулювати готові моделі дій.

Другим етапом планування та здійснення комунікації є спілкування з усіма потенційними партнерами, учасниками туристської діяльності. Менеджер спрямовує весь арсенал засобів та форм на досягнення поставлених цілей, а результатам таких комунікацій повинен надати економічну та психологічну оцінку.

Останнім етапом професійної комунікації є здійснення зворотного зв'язку з партнерами, тобто отримання інформації про їх реакцію або дії у відповідь на таку комунікацію. Менеджер повинен уміти зробити за результатами аналізу зворотного зв'язку висновки та надати предметні рекомендації щодо їхнього подальшого використання.

XXI сторіччя – сторіччя комунікацій, полілогу суб'єктів і культур. Американський бізнесмен Лі Якокка підкреслював, що якщо людина не здатна правильно будувати відносини з собі подібними, то вона не на своєму місці. Тому творчі студенти і фахівці сфери туризму, яким властивий ефективний самоконтроль, організованість, комунікативна компетентність, які відрізняються розвиненим відчуттям індивідуальності, упевненістю в собі, врівноваженістю і напористістю, отримують певні переваги в професійній діяльності.

У зв'язку з цим постає завдання – підготувати спеціаліста в туристській сфері, який здатний відповідно до вимог сучасного конкурентного ринку різноманітними формами комунікації досягти максимального можливого ефекту.

Процес становлення майбутнього фахівця перебуває під особливою дією загальносвітових тенденцій розвитку освіти, загальнокультурної підготовки й діалогізації освітнього процесу. Тому при підготовці фахівця у вузі необхідно враховувати й зарубіжний досвід. У країнах Західної Європи, Японії і США тенденційною залишається стратегія професійної освіти менеджерів на рівні міжнародного диплома MBA (Master of Business Administration). У програмах цього рівня намітився перехід від об'ємних академічних дисциплін до вирішення практичних ключових проблем, з якими стикаються фахівці на робочому місці. Американська педагогіка в навчанні студентів комунікативності бачить засіб успішної інтеграції індивіда в соціальну структуру суспільства на основі досягнення взаєморозуміння в процесі комунікативного обміну. Серед програм, розроблених останнім часом у провідних освітніх центрах Європи, пропонуються програми, що базуються на цільових установках формування та розвитку компетенцій і лідерських якостей фахівця, необхідних у міжнародному бізнесі. До таких найважливіших якостей, серед інших, віднесена компетенція професійного спілкування. Удосконалення умов підготовки фахівця у вузах повинно бути спрямоване на дослідження нових, нетрадиційних і експериментальних методів навчання, які сприяють формуванню та розвитку компетенцій, зокрема компетенції професійної комунікації; розробку програм підготовки менеджерів, що формують загальні для більшості зарубіжних країн цінності, а саме: вміння спілкуватися і пошана до культурних відмінностей [1, с. 86].

Таким чином, процес підготовки спеціалістів сфери туризму до комунікаційної діяльності вимагає врахування вимог сучасної освіти та галузевої специфіки.

Для подальшого дослідження визначені такі напрямки: 1) розкрити особливості професійного портрету майбутнього спеціаліста в галузі туризму; 2) розробити та експериментально перевірити спроектовану програму професійної підготовки, яка буде забезпечувати: особистісно-орієнтований інтерес до формування та розвитку комунікативних умінь, компетентність у розумінні суті й особливостей туристської комунікації, здатність ефективно використовувати сформовані вміння у професійному спілкуванні, координацію процесу комунікації у теоретичній та практичній діяльності.

### **Література**

**1. Зникина Л. С.** Формирование профессионально-коммуникативной компетенции менеджеров: монография / Л. С. Зникина, Г. В. Неупокоева. – Екатеринбург : Куз ГТУ, 2004. – 146 с.

2. Лук'янова Л. Г. Освіта в туризмі : навч.-метод. посіб. / Людмила Григорівна Лук'янова. – К. : Вища школа, 2008. – 719 с.: іл. 3.  
Митягина В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия: монография / В. А. Митягина. – Волгоград: Изд-во Вол ГУ, 2007. – 356 с.

**Гужвинський В. В. Підготовка спеціалістів сфери туризму до здійснення комунікаційної діяльності на туристській фірмі**

У статті розглянуті вимоги сучасного ринку до підготовки спеціалістів сфери туризму. Запропоновані прийоми, які посилюють комунікаційний вплив на партнерів по комунікації. Поставлено завдання розробити спеціальну програму підготовки спеціалістів до ефективної комунікаційної діяльності в туризмі.

*Ключові слова:* сфера туризму, підготовка фахівця, комунікація, комунікативні уміння, туристична фірма.

**Гужвинский В. В. Подготовка специалистов сферы туризма к осуществлению коммуникационной деятельности на туристской фирме**

В статье рассмотрены требования современного рынка к подготовке специалистов сферы туризма. Предложены приемы, усиливающие коммуникационное влияние на партнеров по коммуникации. Поставлена задача разработать специальную программу подготовки специалистов к эффективной коммуникационной деятельности в туризме.

*Ключевые слова:* сфера туризма, подготовка специалиста, коммуникация, коммуникативные умения, туристская фирма.

**Guzshvinskiy V. V. Tourist Sphere Specialist Preparation for the Communicative Activity Implementation in Tourist Company**

The modern market requirements are considered to preparation of tourism spheres specialists. Receptions which strengthen communication are offered influence on communications. The task is to develop special specialists preparation programme to effective of communicational activity both in tour operators and tour agencies.

*Key words:* tourist sphere, specialist preparation, communication, communicative skills, tourist company.

УДК 338.48-1:378

**Я. Л. Казарницькова**

**ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ  
КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ПРАЦЕЗДАТНОСТІ МАЙБУТЬОГО  
ФАХІВЦЯ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ**

Головною метою діяльності туризму в XXI столітті є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища, формування конкурентоспроможного ринку туристських послуг на основі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки.

У зв'язку з цим змінюється характер професійної діяльності, її структура, зміст, принципи, технічна база та організаційні форми і, як результат, умови й вимоги до підготовки спеціалістів сфери туризму. Ця галузь стрімко розвивається, тому прогнозується потреба у висококваліфікованих спеціалістах, які повинні забезпечити відповідне теоретичне та практичне підґрунтя для розвитку цієї сфери діяльності. Дедалі очевиднішим стає той факт, що професійно, отже й ефективно, займатися туризмом без фахової освіти складно, а у сфері обслуговування споживачів туристських послуг просто неможливо.

Для успішного вирішення всього розмаїття завдань з обслуговування гостей персоналові туристських закладів необхідно оволодіти професійними знаннями й постійно їх удосконалювати.

Питання формування професіоналізму фахівців туристської сфери не залишаються поза увагою науковців і є предметом досліджень у працях І. Балабанова, М. Біржакова, І. Зоріна, А. Мазаракі, С. Мельниченко, Т. Ткаченко, Л. Шульгіної та інших авторів. Водночас, теоретичний аналіз досліджень дозволяє констатувати відсутність у науці узагальнених знань щодо формування професійної компетентності фахівців туризму.

Однією із проблем є те, що туристським закладам не вистачає добре підготовлених спеціалістів, які б уміли застосовувати отримані теоретичні знання на практиці. Очевидним є те, що лише спеціаліст з високим рівнем професіоналізму зможе бути конкурентоспроможним на туристському ринку, здатним до активної роботи, глибокого аналізу ринкової ситуації, постійного самовдосконалення. Як джерело професійної підготовки, оновлення знань і перепідготовки кадрів важливо систематично враховувати тенденції, які виникають на ринку праці, а також у сферах економіки, права, готельного господарства, менеджменту тощо.

Мета статті - дослідити (або проаналізувати) процес формування професійної компетентності та працездатності майбутнього фахівця туристської індустрії.

Відповідно до мети роботи були встановлені такі завдання дослідження:

- розкрити поняття «професійна компетентність»;
- виявити основні вимоги до професійних якостей, знань і умінь майбутнього фахівця туристської індустрії;
- охарактеризувати процес формування та підготовки майбутнього фахівця туристської індустрії;
  - пропонувати рекомендації (заходи) щодо процесу формування професійної компетентності та працездатності майбутнього фахівця туристської індустрії в Україні.

У професійній педагогіці під поняттям “формування” розуміють процес становлення людини як соціальної істоти під впливом усіх факторів: природних, економічних, соціальних, культурних, екологічних, політичних, ідеологічних, психологічних тощо.

Людина, яка вирішила працювати у сфері туризму, стати фахівцем і присвятити себе розвитку цієї галузі, проходить низку етапів професійного становлення. Кожен із цих етапів – це певний ступінь підготовки, що вимагає володіння необхідним обсягом знань, умінь, навичок, особистісних професійних якостей. Найважливішою рисою фахівця нової формації є становлення професійної компетентності і, як наслідок, професіоналізму.

**Професіоналізм** – цілісне особистісне утворення, що включає цілий комплекс особливостей людини. Професіоналізм – ступінь відповідності характеристик особистості й підготовленості до успішного здійснення професійної діяльності, можливості досягати найвищих результатів при її здійсненні [1, с. 141].

Невід’ємною частиною професіоналізму є професійна компетентність працівника.

“Компетентна” у своїй справі людина (від лат. *competents* – відповідний, здатний) означає “обізнана, яка є визнаним знавцем у якому-небудь питанні, авторитетна, повноправна” [2, с. 162].

На основі вищевикладеного можна дати комплексне визначення професійної компетентності, її структури.

**Професійна компетентність** – якість, властивість або стан фахівця, що забезпечує разом або окремо його фізичну, психічну й духовну відповідність потребам, вимогам певної професії, спеціальності, спеціалізації, стандартам кваліфікації, службової посади, яку він обіймає.

Науковці, які досліджують психологію професіоналізму, виділяють такі види компетентності:

- **професійно-кваліфікована компетентність (спеціальна)** – підготовленість до самостійного виконання професійних виробничих завдань, уміння оцінювати виконання праці, здатність самостійно здобувати нові знання й уміння;

• **соціальна компетентність** – здатність до колективної діяльності і співробітництва з іншими працівниками, готовність до прийняття на себе відповідальності за результати своєї праці, навколишнє середовище й інші цінності;

• **індивідуальна компетентність** – готовність до постійного підвищення компетентності, здатність до самомотивування, рефлексії, саморозвитку особистості в професійній праці [3, с. 10].

Можна відзначити, що кожний з вищеназваних видів компетентності містить загальні міжпрофесійні компоненти та якості, які необхідні для будь-якої професії, але специфіка туризму визначає певні правила при відборі персоналу. Зокрема, для персоналу, зайнятого в індустрії туризму, формування професійних навичок особливо важливо тому, що надає можливість вирішення нестандартних ситуацій, які часто виникають у процесі надання туристських послуг різним категоріям споживачів. На користь наведеного зазначимо, що якщо йдеться про професійну компетентність у сфері туризму, то в першу чергу претендент повинен бути психологічно готовим надавати послуги та мати певні для цього особистісні якості. Наприклад, такі якості як комунікабельність та швидкість реакції. Можна зробити висновок, що вища школа має готувати студентів в обох напрямках: і як суб'єкта психічної активності, і як суб'єкта активної дії, тобто не тільки з позицій технократичних, але й з урахуванням людського чинника.

Особистість професійно компетентного фахівця туризму представляється в його внутрішній цілісності, де професійне й особистісне тісно пов'язані системою цінностей. Будь-які професійні знання, перш ніж втіляться в діяльності, наповнюються ціннісним змістом, стають внутрішнім переконанням фахівця, частиною його оціночних і понятійних категорій, установок, поведінкових стереотипів. Професійно значимі індивідуальні якості виступають як атрибут, у якому зовнішні характеристики й вимоги створюють індивідуальну значимість фахівця. Виходячи з цього, визначають такі складові професійної компетенції фахівця туризму:

- інтелектуальна;
- практична;
- ціннісно-орієнтаційна;
- емоційно-почуттєва.

Формування професійно компетентного працівника галузі туризму вимагає розвитку всіх компонентів особистісного потенціалу майбутнього фахівця – пізнавального, ціннісного, творчого, комунікативного, соціального, що обумовлює сформованість основного мотиву розвитку потенціалу особистості – потребу в самодіагностиці, саморозвитку та самореалізації [5, с. 60].

Реформування вищої школи й ті вимоги, що висуваються до випускників університетів, академій, інститутів, повинні докорінно змінити навчальні методики вищої школи. Сьогодні намітився перехід

від авторитарної педагогіки до гуманістичного розвитку особистості, від накопичення знань – до вміння оперувати знаннями, від “одноразової” освіти – до безперервної, від поточної організації навчання – до індивідуальної. Нова парадигма освіти обумовила оновлення фахової освіти. Ефективність реформування системи освіти і професійної підготовки значної мірою буде залежати від того, наскільки вища школа звільниться від шаблонів старих ідей та почне використовувати нові освітні ідеї та концепції [6, с.5].

Для підготовки фахівців у сфері туризму пропонують **концепцію системи туристської освіти** (єдність місця, структури і змісту теоретичної і практичної професійної підготовки):

- 1) методологія визначення потреб у фахівцях сфери туризму;
- 2) методологія визначення якості туристської освіти;
- 3) структура навчальних закладів туристського профілю;
- 4) дидактика навчального процесу в профільному ВНЗ;
- 5) структура навчальних планів і зміст навчальних програм туристської спрямованості;
- 6) обов’язкове місце практики в навчальному процесі;
- 7) кредитно-модульно-рейтингова система навчання й контролю;
- 8) кваліфікаційні рівні і стандарти;
- 9) сучасна модель структурних компонентів професійної компетентності фахівця сфери туризму;
- 10) підвищення кваліфікації і перепідготовка.

Важливим складником у встановленні системи туристської освіти є кредитно-модульно-рейтингова система навчання й контролю студентів. Технологія організації навчального процесу підготовки фахівців для сфери туризму містить систему модулів і рейтингових оцінок.

Уже неодноразово наголошувалось суспільством на тому, що навчання з використанням модульної методології дає позитивні результати. Тому з пріоритетних напрямків у навчанні персоналу, що відповідають сучасним вимогам, є модульна методологія, розроблена Міжнародною Організацією Праці (МОП).

Порівняно з традиційною формою організації навчання модульна організація має ряд переваг:

- суттєво скорочуються терміни навчання залежно від індивідуальних характеристик особистості;
- підвищується якість навчання й засвоєння матеріалу;
- реалізується принцип індивідуалізації процесу навчання;
- підвищується мотивація навчання;
- оптимізується вартість навчання.

Для формування професійної компетенції на основі модульної методології необхідно використати такі основні критерії:

- знання і вміння в області сфери послуг і туризму;

- використання знань і умінь на робочому місці на рівні встановлених вимог (стандартів) до певного виду роботи;
  - здатність відповідально виконувати обов'язки й забезпечувати очікуваний результат у професійній сфері;
  - уміння знаходити вирішення нестандартних ситуацій;
  - здатність застосовувати знання і вміння в нових умовах.
- Модульна методологія у професійній підготовці фахівця сфери послуг і туризму із застосуванням компетентнісного підходу сприяє:
- поліпшенню взаємозв'язку з ринком праці;
  - підвищенню професійних компетенцій персоналу;
  - оновленню змісту, методологій і відповідного середовища навчання.

Сучасні технології оцінки ефективності навчального та виховного процесів дозволяють на різних етапах перевірки студентів оцінювати конкретні здібності та готовність до професійної діяльності на вказаному рівні компетентності, який обумовлений стандартами компетентності.

Галузь застосування стандартів компетентності повинна охоплювати всі програми професійної підготовки студентів, навчальні дисципліни, що її забезпечують, іспити, які проводяться у вищому навчальному закладі, а також кваліфікацію й досвід, які вимагаються від екзаменаторів і інструкторів.

Це характерно для всіх національних і регіональних систем підготовки кадрів для туристської галузі. Цю концепцію необхідно визнати базовою й використовувати її на національному рівні в Україні [3, с. 12].

Дуже важливим також при складанні програм професійного навчання є структурування діяльності (роботи), вичленення відносно самостійних, завершених операцій, комплексів дій, технологічних циклів і т. п. Отже, для вичленення складових компетенції можуть бути використані модульні блоки, а саме:

- вивчення фахових предметів з туризмології, туризмознавства, туристичної логістики, технології та організації туристської індустрії;
- вивчення іноземних мов на професійному рівні, підготовка фахівців нової генерації із знанням двох і більше іноземних мов (англійської, німецької, французької, іспанської);
- вивчення блоку економічних дисциплін: економіки ціноутворення в галузі туризму, економічної теорії, бухгалтерського обліку у сфері туризму, маркетингу й менеджменту туризму (та інші).

Для розробки певних компетенцій для навчання майбутніх фахівців необхідно врахувати можливості конкретного навчального закладу, у якому регіоні він знаходиться, які фахівці знадобляться для забезпечення бізнес-системи організації кадрами, як ці фахівці повинні



поєднати знання й уміння всієї бізнес-системи (корпорації). Зростання ролі людського фактору в сучасній сфері послуг і туризмі, яка спирається на наукоємні технології, висуває підвищені вимоги до компетентності працівника. Адже, якщо проаналізувати потреби суспільства п'ятирічної давнини, то можна зробити висновок, що вони суттєво відрізняються від потреб, які суспільство висуває на сьогодні (умови зовнішнього середовища).

Таке використання модульних блоків дозволить створити індивідуальний навчальний пакет для освоєння певних професійних компетенцій і як результат – здійснити випуск кваліфікованого спеціаліста.

Отже, **головне завдання підготовки фахівця** – навчити його ухвалювати рішення й вільно орієнтуватися у своїй професійній галузі.

**Мета підготовки професійних кадрів туризму** – формування духовності, високих морально-етичних якостей особистості майбутнього фахівця, який повинен мати глибокі теоретичні знання й необхідні навички практичної діяльності для вирішення психологічних, соціальних та економічних конфліктів, породжених науково-технічною революцією.

У результаті наукового дослідження цієї проблеми на підставі ряду джерел, а саме: документів, статей наукового характеру, журнальних публікацій видатних економістів, соціологів, психологів, які працюють у сфері туризму, вдалося виявити найбільш загальні вимоги до моделі майбутнього працездатного фахівця туристської індустрії, а саме: професійна компетентність, високий рівень підготовки у сфері менеджменту, обізнаність у теоретичних питаннях туризму та економіки, уміння самостійно й оперативно приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу; відношення працівника до справи, його особистої відповідальності, уміння працювати в колективі, виконувати додаткові функції за власною ініціативою, гнучкість у розумінні своїх функціональних обов'язків, участь у прийнятті рішення, готовності до перемін і т. п. А це, у свою чергу, вимагає певного комплексу компетенцій, які забезпечать гнучкість універсального працівника, наявність у його професійній підготовці соціальної складової й визначення резерву компетенції.

Туристська освіта повинна бути універсальною, неперервною, з диверсифікованими програмами, комбінованим характером навчання, ступеневістю підготовки. Здійснити оновлення змісту професійно-технічної освіти передбачається шляхом розробки та впровадження державних стандартів нового покоління на основі накопичення компетенцій, національної системи кваліфікацій, інтелектуалізації та наукового забезпечення професійно-технічної освіти, впровадження в навчально-виробничий процес науково-технічних досягнень та новітніх освітніх технологій.

Проведене нами дослідження лише започатковує висвітлення проблеми. Є необхідність у подальшій розробці та вдосконаленні шляхів

формування компетентності працівників сфери туризму, бо відсутність науково обґрунтованої проблеми не дає змоги виробити перспективні плани підготовки кваліфікованих робітничих кадрів і ускладнює визначення потреби в підготовці фахівців різного рівня.

### **Література**

**1. Столяренко А. М.** Психология менеджмента : учеб. пособие / А. М. Складенко – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 608 с. **2. Иванова Е. М.** Психология профессиональной деятельности / Е. М. Иванова. – М. : ПЕРСЭ, 2006. – 382 с. **3. Проблеми освіти:** наук.-метод. збірка. – К. : Наук.-метод. Центр вищої освіти, 2003. – Вип. 33. – 316 с. **4. Ильина Е. Н.** Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 192 с. **5. П'ятакова Г. П.** Сучасні педагогічні технології та методика їх застосування у вищій школі : навч.-метод. посіб. / Г. П. П'ятакова, Н. М. Заячківська – Львів : Видав. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 55 с.

#### **Казарницькова Я. Л. Процес формування професійної компетентності та працездатності майбутнього фахівця туристської індустрії**

У статті проаналізовано особливості професійних проблем фахівців сфери туристських послуг щодо адаптації до вимог і потреб ринкового середовища, набуття відповідних професійних цінностей. Акцентовано увагу на ролі особистісних компетенцій у професійному становленні й конкурентоспроможності працівника на сучасному ринку праці.

*Ключеві слова:* професійна компетентність, туристична індустрія, фахівець.

#### **Казарницькова Я. Л. Процесс формирования профессиональной компетентности и работоспособности будущего специалиста индустрии туризма.**

В статье был сделан анализ особенностей профессиональных проблем специалистов сферы туристских услуг касательно адаптационных процессов к требованиям и потребностям рыночной среды. Акцентируется внимание роли личностных компетенций в профессиональном становлении и конкурентоспособности работника на современном рынке труда.

*Ключевые слова:* профессиональная компетентность; индустрия туризма, специалист.

#### **Kazarnytskova Y. L. The process of forming of professional competence and capacity of the future specialist in tourism industry.**

The specifics of professional problems of a specialist in service sphere concerning adaptation to requirements and needs of market

environment, acquiring appropriate professional values are analyzed in the article. The role of personal competencies in professional development and competitiveness of a specialist in the contemporary labour market is emphasized.

*Key words:* professional competence, tourist industry, specialist.

УДК 338.48(477.61):378

**С. М. Кобзова**

### **РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК АСПЕКТ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Згідно зі Стратегією розвитку туризму та курортів та Програмою розвитку туризму в Луганській області на 2002-2010 роки розвиток в'їзного та внутрішнього туризму визнається одним із стратегічних завдань Луганської області.

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та ін.). Туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню українців та іноземних громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги.

Щодо теоретичних та методичних основ дослідження рідного краю, то ці питання висвітлено в роботах А. Дістервега, Я. Коменського, К. Ушинського, В. Сухомлинського, а також Х. Алчевської, В. Гаршина, Б. Грінченка, В. Даля, С. Локтюшева, С. Рижкова, М. Чернявського. Питання теорії і практики краєзнавчо-туристської роботи розглянуті у працях А. Даринського, О. Остапця, М. Крачило, В. Обозного, О. Тімець та ін.

Проблемами екскурсійної справи займалися такі науковці: М. Анциферов, М. Гейнике, В. Герд, І. Гревс, Р. Дьякова, Б. Ємельянов, Л. Курило, Ф. Курлат, Б. Райков, Є. Рафієнко, Ю. Соколовський.

**Метою** статті є аналіз розвитку регіонального туризму на Луганщині як аспекту підготовки фахівців туристичної галузі. Відповідно до мети, дослідником були визначені наступні **завдання**: проаналізувати стан та перспективи розвитку туризму на Луганщині, довести необхідність розробки та впровадження Стратегії сталого розвитку в'їзного та внутрішнього туризму регіону, а також виявити можливість використання регіонального туризму як основи для підготовки фахівців в галузі туризму.

На сьогодні в Луганській області наявні всі необхідні умови для розвитку туристичної індустрії: природні умови, культурно-історичне надбання та людські ресурси. Але цей потенціал досі не використовується. Значною мірою це відбувається через те, що є небагато фахівців, які б могли на високому рівні зайнятися розробкою регіональних туристських маршрутів.

Одним із важливих завдань сьогодення є підготовка бакалаврів, спеціалістів та магістрів у сфері туризму з новим економічним мисленням, фахівців нового профілю з глибокими та різнобічними професійними навичками та вміннями, здатних до постійного поповнення й оновлення знань, з досконалим володінням інформацією щодо регіональних аспектів туризму.

За сучасних економічних обставин, що склалися не тільки в Україні, а й у всьому світові, значно зменшується частка виїзного туризму, а за таких умов саме акцентування на туристичних можливостях нашої області та здатність майбутніх фахівців сфери туризму розробляти саме регіональні маршрути сприятиме значною мірою розвитку регіонального туризму в Україні та його популяризації серед місцевих жителів.

Таким чином, назріла необхідність розробити та впровадити в життя Стратегію сталого розвитку в'їзного та внутрішнього туризму регіону, яка б передбачила здійснення комплексу заходів щодо формування на території області конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі як однієї з провідних галузей економіки, що забезпечує, з одного боку, попит споживачів (українських і зарубіжних) на задоволення своїх потреб у туристично-рекреаційних послугах, а з іншого боку, – значний внесок у соціально-економічний розвиток регіону за рахунок збільшення дохідної частини бюджету та надходження інвестицій.

У цьому документі доцільно:

1) опрацювати матеріали Всесвітньої туристичної організації, Державної служби туризму і курортів України, Державного комітету статистики, праці провідних фахівців у туристичній сфері та сформулювати світові тенденції розвитку туризму й визначити місце та роль Луганщини на українському та міжнародному туристичних ринках;

2) провести аналіз туристичного потенціалу області;

3) визначити основні туристичні продукти та проранжувати їх за групами пріоритетності; сформулювати стратегічні напрямки розвитку туризму області, створення нових туристичних продуктів (у тому числі необхідної інфраструктури, збереження навколишнього середовища), модернізації існуючої туристичної пропозиції;

4) на основі проведеного аудиту Луганської області як туристичного регіону та SWOT-аналізу побудувати кореляційну матрицю та ідентифікувати загальну стратегію розвитку галузі туризму в регіоні.

На сьогодні основними туристичними маршрутами, що були розроблені та використовуються на Луганщині, є такі:

1. Екскурсійний маршрут “Рідний Луганськ”, що передбачає ознайомлення з історією та сучасним м. Луганськом, оглядову екскурсію старим та новим містом, відвідування Обласного краєзнавчого музею, Художнього музею, будинку-музею ім. В. Даля, меморіалу “Гостра могила”.

2. “Луганське козацтво”. Цей маршрут передбачає ознайомлення з історією та життям луганського козацтва, відвідування музею козацтва у смт. Станично-Луганське, участь в обрядових заходах, відпочинок на природі.

3. Маршрут “Старобільський монастир” передбачає відвідування Старобільського монастиря, Новоолександрівського кінного заводу, катання верхи, відпочинок на березі р. Айдар.

4. “Старобільський степ”. Маршрутом передбачено відвідування Святотроїцької церкви, державного ботанічного заказника ім. Юницького та музею на його території, Деркульського кінного заводу та катання верхи, ознайомлення з Регіональним ландшафтним парком [3, с. 50].

5. Маршрут “Храми Луганська” присвячений історії луганських церков, діяльності земляків-меценатів – В. Даля, Г. Сковороди, П. Холодиліна, родини Алчевських, та передбачає відвідування діючого кафедрального Петропавлівського собору, Миколо-Преображенського храму, церкви Дмитра Солунського.

6. “Б. Грінченко та українська духовність”. Екскурсія знайомить із життям та творчістю видатного українського педагога, письменника та укладача “Словника української мови” та передбачає відвідування експозицій у музею с. Олександрівка, храму Архангела Михайла у с. Михайлівка.

7. Екскурсія “Тут проходив Міус-Фронт” передбачає ознайомлення з експозицією бойової техніки, пам’ятниками Герою Радянського Союзу та пілоту-винущувачі Л. Литвяк, шахтою “Богдан” – місцем масових покарань радянських громадян, меморіалом “Міус-Фронт”.

8. “Молода Гвардія”. Цей маршрут передбачає відвідування Меморіального комплексу в м. Краснодон, меморіалу “Нескорені” та “Алея слави”, експозиції музею “Молода Гвардія” та музею “Пам’яті загиблих” у м. Ровеньки.

9. Маршрут “Дорогами Луганщини” передбачає знайомство з історією краю, міст Стаханова, Алчевська, Брянки, Луганська, відвідування Стаханівського вагонобудівного заводу, ознайомлення з панорамою Алчевського металургійного комбінату, оглядову екскурсію по м. Луганську.

10. Маршрут “Пам’ятають Донецькі степи” ознайомлює з історією рідного краю, м. Горськ, Золоте, Сіверськодонецьк, Лисичанськ,

панорамами вугільного краю (м. Горськ, Золоте), заводом “Лиссода”, передбачена екскурсія містами Сіверськодонецьк, Первомайськ.

У ході дослідження було виявлено, що акцент у розвитку туризму на Луганщині доцільно і в подальшому робити саме на маршрутно-пізнавальному туризмі, а також на сільському (зеленому), науковому, спортивному, оздоровчому та спеціалізованих видах туризму.

З боку туристсько-екскурсійних ресурсів області перспективними можуть бути Краснодонський, Біловодський, Міловський, Станично-Луганський, Слов’яносербський, Старобільський, Кременський та Новопокровський райони.

Таким чином, з метою сталого розвитку туризму на Луганщині необхідно:

- систематизувати всі туристичні ресурси регіону;
- сприяти формуванню необхідної туристичної інфраструктури в межах Луганської області;
- розробити цікаву та унікальну туристичну пропозицію на основі туристичного потенціалу області;
- створити туристичний бренд регіону;
- представити до проекту мережі національних туристичних маршрутів турпродукт від Луганської області;
- проводити заходи щодо заохочення громадськості та професійних кіл туристичної галузі до співпраці у визначенні та формуванні нових туристично-екскурсійних маршрутів регіону;
- сприяти розробці та створенню на базі м. Краснодон, Ровеньки, Стаханов тематичних парків, етнографічного комплексу “Інтерсело”, парку-музею промисловості Луганської області;
- сприяти подальшому розвитку зеленого туризму на Луганщині;
- створити спеціалізований центр туристичної інформації в Луганській області та єдину інформаційну систему з повним банком даних про послуги, що надаються туристичними підприємствами, маршрути, об’єкти, заклади розміщення туристів, ціни, транспортне забезпечення, інші послуги;
- забезпечити галузь висококваліфікованими кадрами для обслуговування туристів, управління розвитком туризму в області;
- забезпечити представлення турпродукту регіону на основних туристичних виставках і ярмарках;
- сприяти залученню коштів міжнародних фондів та технічної допомоги для розвитку туризму в Луганській області;
- проводити політику збалансованого розвитку області та управління туристичним середовищем.

Усі ці заходи сприятимуть популяризації регіонального туризму на Луганщині та є необхідним підґрунтям для підготовки фахівців сфери туризму в нашому регіоні. Подальші перспективи дослідження проблеми, що розглядалася у цій статті, можуть полягати у більш

змістовному проектуванні змісту регіонального компоненту туристської освіти.

#### **Література**

**1. Коваленко К.** Туризму на Луганщині бути? / Ксения Коваленко // Наша газ. – 2008. – № 147 (2972). – С. 9. **2. Кобзова С.** Рекреаційний потенціал Луганської області / С. Кобзова // Науковий пошук майбутніх дослідників : зб. наук. пр. студ. – Луганськ, 2004. – С. 187–192. **3. Памятники** природы Ворошиловградщины : [сб. / упоряд. В. П. Якимец]. – Донецк : Донбас, 1978. – 74 с.

#### **Кобзова С. М. Розвиток регіонального туризму як аспект підготовки фахівців туристичної галузі**

Стаття присвячена проблемі розвитку регіонального туризму як аспекту підготовки фахівців туристичної галузі. Також розглянуті основні туристичні маршрути в регіоні та обґрунтована необхідність розробки та впровадження стратегії розвитку регіонального туризму.

*Ключові слова:* регіональний туризм, підготовка фахівців сфери туризму, стратегія розвитку туризму, перспективи розвитку туризму на Луганщині.

#### **Кобзова С. Н. Развитие регионального туризма как аспект подготовки специалистов в туристической отрасли**

Статья посвящена проблеме развития регионального туризма как аспекту подготовки специалистов в туристической отрасли. Также рассмотрены основные туристические маршруты региона и обоснована необходимость разработки и внедрения стратегии развития регионального туризма.

*Ключевые слова:* региональный туризм, подготовка специалистов в туристической отрасли, стратегия развития туризма, перспективы развития туризма на Луганщине.

#### **Kobzova S. N. The regional tourism development as an aspect of tourism specialist training**

In this article the regional tourism development as an aspect of tourism specialist training have been regarded. It was also written about the main routes in Lugansk region as the basis for training specialists in sphere of tourism and the necessity of designing the regional tourism development strategy.

*Key words:* regional tourism, tourism education, development strategy of tourism, the perspectives of tourism in Lugansk region.

УДК [338.48: 378] : 81'271

**В. І. Ковальов**

**ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМУНІКАТИВНОЇ  
КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ У СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНОЇ  
ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ У ГАЛУЗІ ТУРИСТИЧНОЇ  
ІНДУСТРІЇ**

Старовинне китайське прислів'я говорить: *неусміхнена людина не повинна відкривати готель.*

У цій простій, на перший погляд, фразі афористично викладено цілий кодекс професійної поведінки працівника будь-якої ланки туристичної індустрії. Дійсно, він повинен бути провідником гарного настрою, викликати довіру та бажання спілкуватися й насолоджуватися життям. А для цього усмішка є, умовно кажучи, першоелементом.

Проте для стабільної успішної роботи однієї усмішки замало. У туристичній індустрії майже безперервно відбувається різноманітне спілкування: усне й письмове, офіційне й неофіційне, особисте й публічне, міжособистісне й групове, вербальне й невербальне, контактне й дистантне, одномовне й полімовне, безпосереднє та із застосуванням технічних засобів... Можна без перебільшення стверджувати, що в цій галузі комунікативна діяльність є найважливішим складником професійної діяльності і вирішальною з точки зору загального успіху. Тому кваліфікованому працівнику туристичної індустрії потрібно володіти цілісним комплексом комунікативних знань і вмінь.

Розуміння цього надихнуло на включення до навчальних планів відповідних спеціальностей предметів комунікативної спрямованості. А науковці й освітяни повинні забезпечити навчально-пізнавальний процес оптимальними підручниками й посібниками.

Проте наскільки зміст цих предметів і підручників відповідає нагальним потребам сучасної туристичної індустрії?

Перше, що впадає в очі при аналізі цієї проблеми, – це очевидний брак вітчизняних підручників. У таких умовах стають актуальними нижченазвані завдання.

1. Проаналізувати наявні підручники на предмет представленості в них того комплексу комунікативних знань і вмінь, що є необхідним для успішної роботи в сучасній туристичній індустрії.

2. Окреслити конкретні пропозиції стосовно складу комунікативного компоненту професійних знань і вмінь фахівців відповідної спеціальності, а також стосовно практичних шляхів підвищення рівня комунікативної компетенції студентів, котрі оволодівають цією спеціальністю.

Наведені актуальні завдання й визначають зміст нашої статті.



Показово, що і в Росії, незважаючи на стрімкий розвиток туристичного бізнесу й величезний ринок сервісних послуг, навчально-методичне забезпечення процесу професійної підготовки відповідних спеціалістів є недостатнім.

Нам вдалося знайти лише два підручники, що, згідно з їхніми анотаціями, можна використовувати саме для комунікативної підготовки студентів за вищезгаданим фаховим спрямуванням. [1, 2] Ці видання подібні за змістом і методичною системою, тому їх можна аналізувати разом.

Отже, в обох підручниках представлено такі мовленнєві жанри:

- анотація,
- конспект,
- реферат,
- протокол,
- договір,
- діловий лист,
- супровідний лист,
- лист-запрошення,
- ораторський монолог (у дусі Дейла Карнегі і з численними посиланнями на нього).

Крім того, у “Додатку” наведено, до того ж без будь-яких коментарів і практичних вправ, невеличкий список усталених формул мовленнєвого етикету, котрі використовуються в таких комунікативних ситуаціях:

- вибачення,
- прохання,
- подяка,
- відповідь на подяку,
- згода,
- незгода,
- вітання,
- прощання,
- перепитування,
- поздоровлення,
- співчуття,
- знайомство-представлення,
- прохання поговорити.

Поза сумнівом, це дуже корисна інформація, але вона має, так би мовити, загальне значення й може стати в нагоді фахівцю з будь-якої галузі. Особливості комунікативної діяльності в туристичній індустрії тут враховано відверто недостатньо.

Щодо інформації про структуру процесу комунікації та головні чинники ефективності спілкування, то вищезгадані підручники містять такі відомості:

- основні типи комунікабельності людей,

- характеристика психологічних станів комунікантів,
- коментований перелік невербальних засобів спілкування,
- мовленнєва стратегія та мовленнєві тактики,
- різновиди дистанцій, котрих дотримуються люди при спілкуванні,
- засоби мовного впливу в процесі полеміки (на жаль, приклади до них обмежуються правничою сферою).

Безумовно, така інформація також дуже корисна, але навряд можна вважати її системною та достатньою для плідної професійної підготовки висококваліфікованого фахівця в галузі саме туристичної індустрії, тим більше, що задля ефективного навчання потрібен комплекс практичних завдань і тренінгів. А це є, мабуть, найбільш вразливе місце аналізованих підручників, причому за декількома позиціями.

По-перше, кількість практичних завдань явно недостатня: співвідношення між “теорією” і “вправами” в обох підручниках майже однакове й дорівнює приблизно 14,5:1, якщо брати до уваги об’єм друкованого тексту.

Показово, що, наприклад, у підручнику з педагогічної риторики [3], присвяченому професійно-комунікативній підготовці майбутніх учителів, таке співвідношення становить 11:1. А головне – він супроводжується двома збірниками практичних завдань і тренінгів, котрі разом перевищують за об’ємом підручник [4, 5]!

І це не випадково; якщо метою навчання є не тільки ознайомлення студентів з певною інформацією а й формування комплексу умінь, пов’язаних із використанням цієї інформації в професійно значущих ситуаціях, тоді необхідно, щоб засвоєння інформації якомога більше поєднувалось із практичною діяльністю. Як свідчить один мудрий давньокитайський афоризм, “я чую – і забуваю, я бачу – і запам’ятовую, я роблю – і розумію”.

По-друге, велике значення має зміст практичних завдань і вправ. Ми поділяємо думку розробника технології контекстного навчання А. Вербицького про те, що навчальна діяльність повинна відтворювати важливі елементи майбутньої професійної роботи, якщо на меті є оволодіння не лише знаннями, а й засобами їхнього фахового використання. [6]

Проаналізувавши з цього боку зміст практичних завдань наших підручників, ми виявили, що вони націлені на розвиток таких умінь:

- використання прийомів активного читання,
- фіксація прочитаного,
- розширення поля зору,
- концентрація уваги ,
- аналіз комунікативної ситуації,
- виразне читання віршів,
- аналіз усного мовлення,
- тренінг артикуляційних органів.

Крім того, цілій розділ присвячено опису ділової гри “Переговори”, котра, як і попередні завдання, жодним чином не пов’язана з майбутньою професійною діяльністю в галузі туристичної індустрії.

Як бачимо, ці, безумовно, корисні вміння не можна вважати системою, необхідною саме для фахівців нашого профілю.

У цілому аналіз підручників, присвячених комунікативній підготовці майбутніх працівників у галузі туристичної індустрії, дає підстави для таких висновків.

Використання таких підручників, поза сумнівом, підвищує рівень загальної комунікативної компетенції студентів. Але це підвищення має дуже слабе професійне спрямування. До того ж у цих виданнях немає дидактичної гармонії між теорією та практикою. Крім того, зовсім не враховано особливості міжкультурної комунікації, а це дуже важливо для роботи у сфері туризму.

Щодо останнього зауваження, то слід відзначити, що є чимало видань, у яких розглядаються актуальні проблеми міжкультурної комунікації [наприклад, 7,8], але потрібна нам комунікативно-дидактична лінія відсутня й там.

Ось чому ми вважаємо, що нагальним і дуже важливим заходом на шляху оптимізації комунікативної компетенції студентів у системі професійної підготовки спеціалістів у галузі туристичної індустрії є створення принципово нового підручника. А засади цього видання повинні бути такими.

Однаковою мірою треба подати три рівноцінних блоки інформації.

**1. Найважливіші для туристичної індустрії мовленнєві жанри.** На наш погляд, до їхнього складу входять:

- доповідь,
- привітальний монолог,
- усний рекламно-інформаційний монолог,
- рекламне оголошення (усне та письмове),
- екскурсійний монолог,
- виступ у дискусії,
- договір,
- лист-запрошення,
- діловий лист,
- особистий лист,
- вибачення,
- комплімент,
- привітання,
- побажання,
- прощання,
- поздоровлення,
- знайомство-самопредставлення,

- подяка,
- анекдот,
- тост...

Поза сумнівом, цей перелік можна й потрібно уточнити й продовжити.

**2. Інформація про особливості комунікації в туристичній справі й головні чинники їхньої ефективності** (у тому числі також психологічні та лінгвокультурологічні).

**3. Програми тренування артикуляційних органів.** Оскільки робота в туристичній галузі пов'язана з інтенсивним спілкуванням, фахівець повинен не тільки знати, але й регулярно застосовувати комплекси вправ для підтримання голосу в належному стані. Без перебільшення можна сказати, що артикуляційні тренінги потрібні йому так само, як ранкова фізична зарядка або чищення зубів.

Однак самої інформації, безумовно, недостатньо. Кожний розділ слід завершувати завданнями та діловими іграми. **Співвідношення між теорією і практикою, на наш погляд, повинно бути 1 : 2 на користь практики.**

Ще один важливий чинник – мовний. При створенні такого підручника слід врахувати сучасну мовну ситуацію і в Україні, і у світі. Тому, на наш погляд, підручник повинен мати два варіанти.

У першому теорія і формулювання завдань подаються російською мовою, а в другому – українською, а виконання завдань повинно передбачати послідовне використання і російської, і української, і англійської мов.

І насамкінець про загальнодидактичні умови реалізації цього проекту. Чинні навчальні плани спеціальності “Туризм” передбачають тільки дві комунікативних дисципліни: “Рекламний дискурс” (61 година) і “Реклама в готельній індустрії” (44 години). А в навчальних планах спорідненої спеціальності “Готельно-ресторанна справа” їх взагалі немає. Лише в переліку вибіркових дисциплін можна знайти “Ділове спілкування” (54 години).

Цього явно замало. Для порівняння: вищезгадану педагогічну риторику викладають на всіх факультетах Московського педагогічного державного університету впродовж п'яти семестрів!

Терміново необхідно ввести до навчальних планів спеціальний навчальний предмет, який мав би на меті підготовку сильної в комунікативному відношенні особистості за професійним спрямуванням. Саме в цьому ми вбачаємо головну перспективу підвищення рівня комунікативної компетенції студентів у системі професійної підготовки спеціалістів у галузі туристичної індустрії.

### **Література**

**1. Гойхман О. Я.** Основы речевой коммуникации : [учеб. для вузов, специализирующихся в обл. сервиса] / О. Я. Гойхман, Т. М.

Надеина ; под ред. О. Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 271 с. **2. Гойхман О. Я.** Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина ; под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 272 с. **3. Педагогическая риторика:** учеб. пособие для вузов / под ред. Н.А. Ипполитовой. – М. : Олимп, 2001. – 268 с. **4. Педагогическая риторика** : практикум / З. С. Зюкина, Н. А. Ипполитова, З. И. Курцева и др. ; под общ. ред. Н. А. Ипполитовой. – М. : Олимп, 2003. – 448 с. **5. Педагогическая риторика** : рабочая тетрадь / под ред. Н. А. Ипполитовой. – М. : Олимп, 2004. – 361 с. **6. Вербицкий А. А.** Активное обучение в высшей школе : контекстный подход / А. А. Вербицкий. – М. : Высш. шк., 1991. – 204 с. **7. Садовин А. П.** Межкультурная коммуникация : учеб. для вузов / А. П. Садохин. – М. : Гнозис, 2000. – 142 с. **8. Цукатова Е. В.** Психологические трудности межличностного общения / Е. В. Цукатова – К. : Вища шк., 1985. – 159 с.

**Ковальов В. І. Шляхи підвищення рівня комунікативної компетенції студентів у системі професійної підготовки спеціалістів у галузі туристичної індустрії**

Автор виявляє актуальні питання професійної підготовки в туристичній галузі, доводить необхідність субстанціонального комунікативного навчання. Більш того автор робить аналіз посібників з цього аспекту і розглядає конкретні шляхи підвищення рівня комунікативної компетенції студентів.

*Ключові слова:* комунікативна компетенція, туристична індустрія, професійна підготовка.

**Ковалев В. И. Пути повышения уровня коммуникативной компетенции студентов в системе профессиональной подготовки специалистов в отрасли туристической индустрии**

Автор выделяет актуальные вопросы профессиональной подготовки в туристической отрасли, доказывает необходимость субстанционального коммуникативного обучения. Более того, автор делает анализ пособий по этому вопросу и рассматривает конкретные пути повышения коммуникативной компетенции студентов.

*Ключевые слова:* коммуникативная компетенция, туристическая индустрия, профессиональная подготовка.

**Kovalov V. I. The ways to rise the level of communicative competence of students in the system of professional training in tourism industry**

The autor reveals actual questions of professional personnel training in travel industry. He proves necessity of substantial communicative education. Furthermore the autor gives an analysis of manuals in this aspect and contemplates concrete ways to fill a want in communicative competence of students.

*Key words:* commucative compatation, travel industry, professional training.

УДК [378:64]:5

**С. В. Свиридова**

**ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ  
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В  
ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРИРОДНИЧО-МАТЕМАТИЧНИХ  
ДИСЦИПЛІН**

Перетворення, що відбуваються останнім часом у соціально-економічному, політичному устрої нашої держави, зумовлюють стрімкий розвиток галузі економіки, яку характеризують як сферу обслуговування. Інтенсифікація життєдіяльності, зміни на ринку труда, підвищення попиту на якісні ресторани, туристичні, курортно-санаторні, готельні та інші соціально-культурні послуги наполегливо потребують конкурентоспроможних фахівців, здатних забезпечити прогресивний поступ суспільства.

Сьогодення вимагає працівників, які в змозі створити умови стійкості та розвитку виробництва, можуть внести дух новаторства, володіють послідовним, логічним мисленням, високим рівнем самоорганізації, уміють раціонально розподіляти робочий час, розширювати свій загальний і професійний кругозір.

Сучасний етап розвитку суспільства, інтеграція України до Європейського союзу ставлять якісно нові завдання в галузі освіти. Розглядаючи вдосконалення структури й змісту вищої освіти як одне із джерел підвищення її якості, необхідно враховувати не тільки проблему підготовки висококваліфікованої робочої сили на ринку труда, а також і мету вищої освіти, що передбачає інтелектуальний, морально-естетичний розвиток студентів. Повноцінна вища освіта, незалежно від її профілю, повинна задовольняти загальні потреби, згідно з якими кожний випускник ВНЗ повинен мати сучасні уявлення про цілісну природничо-наукову картину світу, бути здатним дати наукову оцінку наслідкам своєї професійної діяльності і спроможним до подальшого творчого розвитку. Йдеться про якість випускника ВНЗ, яка визначається, насамперед, його вмінням адаптуватися до швидко змінних умов розвитку сучасного суспільства, і, головне, умінням удосконалювати здобуту освіту впродовж життя.

Останнім часом у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців (Є. Алілуйка, О. Бондаренко, М. Галицької, Н. Горбатюк, І. Гриценко, І. Жорової, І. Зоріна, В. Квартальнова, М. Лобур, О. Марущак, Л. Сакун, В. Радкевич, В. Федорченка та ін.) аналізувалися

різні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування. Разом з тим, організація та науково-методичне забезпечення такої підготовки у процесі вивчення природничо-математичних дисциплін всебічно не досліджувалися, що вимагає цілеспрямованої науково-дослідної роботи в цьому напрямку. Тому **мета статті** – розглянути педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування саме при вивченні дисциплін природничо-математичного циклу.

Згідно з освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра галузі сфери обслуговування студентами вивчаються три цикли дисциплін: гуманітарної і соціально-економічної підготовки; природничо-наукової та фундаментальної підготовки; професійної і практичної підготовки. До дисциплін природничо-наукової та фундаментальної підготовки належать вища математика, інформатика, харчова хімія, мікробіологія, товарознавство, економічна теорія, статистика, логістика та ін. [1, с.13]. Вивчення такої кількості навчальних предметів не тільки закладає фундамент для засвоєння дисциплін професійної і практичної підготовки, але й формує науковий світогляд людини, її алгоритмічну культуру, вміння встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, обґрунтовувати ствердження, моделювати ситуації. Крім того, забезпечує мислення майбутнього фахівця сукупністю характерних для природознавства методологічних підходів до розгляду будь-яких процесів і явищ, створює передумови для переміщення центру ваги підготовки випускників ВНЗ від вузької професіоналізації до більш широкої освіченості.

Разом з тим виникають певні проблеми. На сучасному етапі розвитку професійної освіти основний акцент при вивченні природничо-математичних дисциплін майбутніми фахівцями сфери обслуговування робиться на відпрацьовуванні у них процесуальних умінь виконувати операції мислення, обчислювати, розв'язувати стандартні навчальні задачі. При цьому недостатня увага приділяється змістовній стороні понять, що вивчаються, знаходженню професійних змістів у навчальному матеріалі, що є необхідним при професійній підготовці майбутніх фахівців. Зазначимо, що в Україні такі спеціальності галузі сфери обслуговування, як, наприклад, туризм, готельно-ресторанна справа, є порівняно молодими. На жаль, підручники, навчальні посібники, які використовуються сьогодні для підготовки таких фахівців, більшою мірою не враховують їх специфіки й містять вправи обчислювального характеру без конкретних застосувань до вирішення професійних задач.

Здебільшого фундаментальні дисципліни викладаються одним і тим же викладачем на різних за галузями спеціальностях (наприклад, статистика на спеціальностях “Туризм” і “Психологія”). Викладачу необхідно добре знати специфіку цих спеціальностей, щоб забезпечити прикладний характер викладання й тим самим підвищити мотивацію

студентів у навчанні. Отже, викладачі кафедр природничо-математичних дисциплін повинні тісно співпрацювати зі своїми колегами зі спеціальних кафедр з метою обговорення, коректування робочих програм з дисциплін. Програма дисципліни природничо-математичного циклу повинна містити здебільшого ті розділи, що безпосередньо будуть використовуватись у практичній професійній діяльності або є необхідними при засвоєнні дисциплін професійної і практичної підготовки.

Наприклад, після засвоєння достатньо важливої і об'ємної теми з вищої математики "Функції" доцільно акцентувати увагу на тому, що вони мають досить широке застосування в економічній теорії та практиці. Тому необхідно розглянути ті з них, які зустрічаються частіше: виробничу функцію, функцію випуску, витрат, функцію попиту, споживання і пропозицій, функцію корисності. Доцільно навчити студентів будувати графіки виробничих можливостей і визначати рівень ефективності бізнесу для певних заказів на продукцію підприємства та ін.

Зрозуміло, що формування професійної спрямованості у процесі підготовки майбутніх фахівців є важливою умовою досягнення поставленої мети. Саме професійна спрямованість лежить в основі активної пізнавальної діяльності, є поштовхом до творчості, самостійності, сприяє оволодінню студентами професійними знаннями, уміннями й навичками.

Безумовно, засвоєння майже кожної дисципліни циклу професійної і практичної підготовки не можливе без попереднього вивчення природничо-математичних, тобто фундаментальних дисциплін. Адже саме вони покликані сформувати у студента базові знання для подальшого творчого зростання, вирішення задач у майбутній професійній діяльності, досягнення сучасного рівня інформаційної та комп'ютерної культури. Найважливішим при цьому є набуття майбутніми фахівцями глибоких економічних знань, формування у них нового економічного мислення, відповідного сучасним ринковим відносинам, формування навичок аналізувати реальні економічні процеси та ін.

Математичне моделювання, статистичні, кількісні методи дослідження, методи оптимізації – це той мінімум знань, яким повинен опанувати будь-який фахівець, зокрема й сфери обслуговування.

Таким чином, виділимо педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування в процесі вивчення природничо-математичних дисциплін:

- удосконалення теоретичного змісту матеріалу природничо-математичних дисциплін для забезпечення мотивації навчального процесу;



- збільшення задач, що мають професійну спрямованість для відповідності змісту навчального процесу майбутній професійній діяльності студентів;

- відповідність змісту курсів природничо-математичних дисциплін не тільки навчальним цілям цих дисциплін, але й перспективам застосування отриманих студентами знань у майбутній професійній діяльності.

Таким чином, зміна вимог до фахівця сфери обслуговування, що зумовлена сучасністю, потребує постійної перебудови структурних елементів його підготовки. Фундаментальні ж дисципліни великою мірою мають прикладний характер, і тому якісне засвоєння основних і базових понять дисциплін природничо-математичного циклу буде сприяти конкурентоздатності та якісній професійно-зорієнтованій підготовці майбутнього фахівця.

У подальшому необхідно доповнити виділені педагогічні умови такими, які дозволять здійснити трансформацію змісту курсів природничо-математичних дисциплін як чинника посилення професійно-змістовної сторони понять, що вивчаються у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування і встановлення між ними логіко-математичних зв'язків.

### **Література**

**1. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра за напрямом 6.140101 “Готельно-ресторанна справа” / кол.авт. під заг. кер. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2007. – 46 с.**

#### **Свиридова С. В. Педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування в процесі вивчення природничо-математичних дисциплін**

Розглянуто важливість професійної спрямованості при вивченні студентами циклу природничо-математичних дисциплін. Виділено педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування у процесі вивчення природничо-математичних дисциплін та зауважено на необхідності їх доповнення.

*Ключові слова:* педагогічні умови, професійна підготовка, сфера обслуговування.

#### **Свиридова С. В. Педагогические условия профессиональной подготовки будущих специалистов сферы обслуживания в процессе изучения естественно-математических дисциплин**

В статье указывается на важность профессиональной направленности при изучении студентами цикла естественно-математических дисциплин. Выделены педагогические условия профессиональной подготовки будущих специалистов сферы

обслуговування в процесі вивчення природно-математических дисциплін і акцентовано увагу на необхідності їх доповнення.

*Ключевые слова:* педагогические условия, профессиональная подготовка, сфера обслуживания.

**Sviridova S. V. Pedagogical Conditions of Professional Training of Future Specialists of Hospitality Industry and Catering Service**

The importance of professional orientation in course of studying the cycle of natural and mathematical subjects is observed in the article. Pedagogical conditions of professional training of future specialists of hospitality industry and catering service in the process of studying natural and mathematical subjects are determined in the article and also the necessity of their improvement are showed.

*Key words:* pedagogical conditions, professional training, hospitality industry and catering service.

**УДК [378:338.486.3]:004**

**І. В. Полковнікова**

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ  
ДО ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Постановка проблеми.** В останні десятиріччя у зв'язку з активним входженням України в Європейський економічний і культурно-освітній простір усе більшої значущості набуває професійна підготовка фахівців туристської галузі, зокрема менеджерів туризму. Усякий менеджмент у наш час неможливий без використання інформаційних технологій, як-от: Інтернет-сайтів, Інтернет-магазинів, систем управління базами даних, систем мережних комунікацій, CRM систем формалізації процесу управління за допомогою Інтернет-технологій тощо.

Помітні успіхи в методиці туристської освіти пов'язані з працями вітчизняних дослідників (М. Скрипник, В. Федорченко, Н. Фоменко, Г. Цехмістрова та ін.), у яких подаються загальні орієнтири для пошуку шляхів удосконалення фахової підготовки спеціалістів галузі туризму. Проте й досі недостатньо вивченою залишається проблема підготовки спеціалістів туристської галузі до використання інформаційних технологій у своїй професійній діяльності.

**Мета** нашого дослідження – визначити роль і основні напрямки підготовки менеджерів туризму в системі професійної освіти для формування в них навичок використання інформаційних технологій.

Згідно із Законом України “Про вищу освіту”, під професійною підготовкою мається на увазі здобуття кваліфікації за відповідним

напрямом або спеціальністю [1]. З одного боку, це цілеспрямований педагогічний процес формування спеціаліста для певної галузі трудової діяльності, набуття ним професійної освіти – сукупності знань, навичок і вмінь, оволодіння якими дає змогу працювати спеціалістом вищої, середньої кваліфікації або кваліфікованим робітником. З іншого – це вже наслідок засвоєння необхідних систематизованих знань, умінь, навичок та особистісно-професійних якостей, результат певного навчально-виховного процесу. Таке розуміння поняття професійної підготовки дає можливість, услід за О. Савченко та М. Ярмаченком, виділити основні компоненти професійної готовності, як-от:

- мотиваційний – позитивне ставлення до відповідної діяльності;
- вольовий – здатність діяти в певних чи невизначених умовах для досягнення поставленої мети та здійснювати самоконтроль;
- розумовий – розвиток пізнавальних інтересів;
- комунікативний – уміння спілкуватися;
- мовленнєвий – вільне й грамотне володіння мовою;
- фізичний – функціональний стан організму;
- світоглядний – поєднання освіченості й власного життєвого досвіду, переконань;
- фахово-змістовий – здатність до успішного здійснення професійної діяльності, фахова компетентність.

З урахуванням сказаного вище, професійна підготовка менеджера туризму становить собою систему, яка включає складові профпридатності, науково-теоретичну й практичну підготовку професіонала в менеджменті з урахуванням специфіки туристичного бізнесу. Діяльнісний та системний підходи до тлумачення професійної підготовки (В. Беспалько, М. Дяченко, Л. Кандибович), дають теоретичне підґрунтя для визначення вимог щодо професійної підготовки менеджерів туризму до використання інформаційних технологій.

Проте проблема створення повноцінної моделі фахівця передбачає й так званий “особистісний” підхід, який має на увазі визначення професійної підготовки як поєднання особистісно-значущих професійних властивостей, що відрізняються за роллю в регуляції професійної та повсякденно-емпіричної діяльності. При цьому провідну інтегруючу роль відіграють особистісні якості, які виражають спрямованість на відповідну діяльність (В. Ільїн, Я. Коломенський, В. Ядов).

Втілення таких перспективних ідей, як професіоналізація, гуманізація й індивідуалізація навчання й виховання, а також діяльнісно-особистісний підхід до навчання, має здійснюватися через технологічні й організаційні інновації в педагогічній системі, результативність функціонування якої залежить від узгодження соціальних, психологічних і педагогічних факторів навчання зі специфікою туризму як об’єкту

вивчення, оскільки в навчальному процесі повинні бути відбиті досягнення туризму в усіх його різновидах діяльності.

У сучасних дослідженнях, присвячених питанням методичного забезпечення педагогічного процесу у вищих начальних закладах туристського профілю, слушно наголошується, що, на всіх етапах професійної освіти значну роль відіграє професіоналізм спеціаліста, організатора й функціонера, покликаного розв'язувати актуальні проблеми туризму, як сектору економіки, так і певного напрямку соціально-культурної активності населення [3, с. 137].

Розробка нових інформаційних технологій пов'язана з активізацією людських можливостей, розвитком творчого потенціалу особистості, чому сприяє насамперед пізнавальна діяльність. Тому дослідження методичних основ підготовки менеджерів туризму до використання інформаційних технологій визначається, з одного боку, необхідністю й можливістю ефективного розвитку пізнавальної діяльності студентів при вивченні інформаційних технологій, опанування якими забезпечує їм основу для подальшої самоосвіти в процесі їхньої професійної діяльності, а з іншого боку, тим, що в педагогічній теорії й практиці ідеї розвитку пізнавальної діяльності студентів при вивченні інформаційних технологій розроблені недостатньо. Практика туристської освіти потребує науково обґрунтованих, експериментально перевірених методик викладання, спрямованих на формування у випускників досвіду роботи з універсальним набором інформаційних технологій.

Як зазначає Г. Ваганян, інформаційні технології – це симбіоз, синтез технологій інформатики й управління засобами організованого інтелектуального, когнітивного діалогу людини з комп'ютером для досягнення певної мети [2, с. 14]. Тому при створенні відповідної методичної бази підготовки спеціаліста туристської галузі особливу увагу, на наш погляд, необхідно приділяти адаптації фахово-змістового компонента професійної підготовки до використання інформаційних технологій. Це передбачає застосування комп'ютера й мережних технологій при вивченні основ сучасного туризму, розгляд ресурсів й матеріалів, принципів роботи туристських установ і підприємств, технологічних процесів і їх особливостей, туристських операцій і трудових відносин працівників туризму. При чому таке навчання повинне бути насичене практичними завданнями, які потребують використання інформаційних технологій. Технологічно це можна реалізувати за допомогою впровадження в навчальний процес практичних і проектних завдань з міжпредметними зв'язками, які дозволяють перейти від репродуктивного навчання до проблемного, від завдань та вправ на відтворення знань до вирішення проблем з реального туристичного бізнесу (наприклад, створення та наповнення контентом сайту туристичної компанії, розробка програм обчислення вартості туристичних і готельних послуг, віртуальних екскурсій туристичних

маршрутів, дослідження задоволеності споживачів послугами за допомогою Інтернет-опитувань, моніторинг менеджмент-процесів тощо).

Таким чином, зміст і структура педагогічної концепції підготовки менеджерів туризму до використання інформаційних технологій повинні бути спрямовані на:

- створення навчальних туристських програм, що забезпечують сприятливі умови для інтенсивного опанування нового змісту туристського простору;
- формування професійно важливих якостей і властивостей спеціалістів з туризму;
- розробку нетрадиційних дидактично обґрунтованих способів і прийомів навчання й виховання;
- проведення науково-дослідницьких робіт;
- розробку навчальних комплексів, спрямованих на з'ясування й розвиток індивідуальних професійних здібностей майбутніх фахівців з туризму;
- організацію заходів з підготовки науково-педагогічних кадрів, підвищення кваліфікації й розвиток педагогічної майстерності викладачів;
- проведення навчально-виховного процесу з використанням нових технологій навчання, навчально-методичних матеріалів, форм і засобів навчання;
- розробку, виробництво й реалізацію аудіовізуальних засобів навчання (кіно-, фото-, відеоматеріалів), навчальних макетів і тренажерів, програмних засобів і програмно-туристських комплексів, організацію виставок, фестивалів, конкурсів та інших заходів;
- презентацію інтересів системи на загальнодержавному й міжнародному рівнях тощо.

Отже, інформаційні технології у якості нового інструментарію впливають на суспільство, забезпечуючи високопродуктивні умови для праці менеджера з туризму, яка в сучасних умовах не можлива без використання Інтернет.

Проведений аналіз дозволяє виділити основні напрямки підготовки менеджерів туризму в системі професійної освіти для формування необхідних навичок використання інформаційних технологій:

1. Набуття майбутніми спеціалістами елементарної системи знань і навичок з використання комп'ютерної техніки.
2. Всебічне залучення інформаційних технологій під час викладання професійно орієнтованих дисциплін та вирішення практичних фахових навчальних завдань.
3. Залучення майбутніх менеджерів туризму до пошуково-дослідницької діяльності з використанням мережі Інтернет та розвиток їхнього творчого потенціалу.

**Результати дослідження.** Згідно з першим напрямком професійної підготовки менеджерів туризму, необхідно визначити зміст елементарної системи знань з інформатики та її місце в загальному процесі професійної підготовки. Згідно з навчальним планом така підготовка здійснюється під час вивчення дисципліни «Інформатика та обчислювальна техніка» на 1–2 курсах протягом трьох семестрів.

Для ефективною реалізації інших напрямків підготовки менеджерів туризму в процесі навчання за даним курсом студенти повинні опанувати основними знаннями про види інформації, інформатику як науку, одиниці вимірювання й зберігання інформації, принципи функціонування комп'ютерної техніки, апаратну та інформаційну складові комп'ютерів тощо. Окрім вивчення теоретичної бази, у даному курсі необхідно приділяти увагу формуванню практичних навичок роботи з клавіатурою (вільний набір тексту різними мовами), виконання дій з навігації та маніпулювання даними в операційних системах, роботи з офісними програмами. Звичайно, для майбутнього менеджера туризму найбільш значущими є навички роботи з текстовими, табличними процесорами, графічними редакторами й системами управління базами даних.

Перехідним курсом до другого напрямку професійної підготовки менеджерів туризму є дисципліна «Інформаційні технології в туристичній галузі», яка, з одного боку, є професійно орієнтованою, а з іншого – виступає продовженням вивчення інформаційних технологій. У даному курсі розглядається спеціальне програмне забезпечення, яке допомагає організувати роботу менеджера. Звичайно, цей курс вивчається після курсу «Інформатика та обчислювальна техніка». Паралельно з вивченням курсу «Інформаційні технології в туристичній галузі» знання й навички з інформатики використовуються при викладанні інших дисциплін з метою вирішення студентами практичних фахових навчальних завдань. У даному курсі окремий блок складають теми, пов'язані з підготовкою до використання мережі Інтернет: навігація та пошук інформації, робота з програмами-браузерами, електронною поштою, програмами для on-line спілкування.

Третій напрямок, пов'язаний із залученням майбутніх менеджерів туризму до пошуково-дослідницької діяльності з використанням мережі Інтернет, реалізується протягом усього терміну навчання як під час занять, так і в позанавчальній науково-дослідницькій діяльності студентів.

З метою з'ясування стану використання інформаційних технологій у навчальному процесі в Інституті туризму, торгівлі та обслуговуючих технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка було проведено анкетування студентів спеціальності «Туризм». На першому етапі було опитано студентів 1-5 курсів на предмет того, чи задоволені студенти станом використання

комп'ютерної техніки в навчальному процесі (результати представлено на рис. 1).

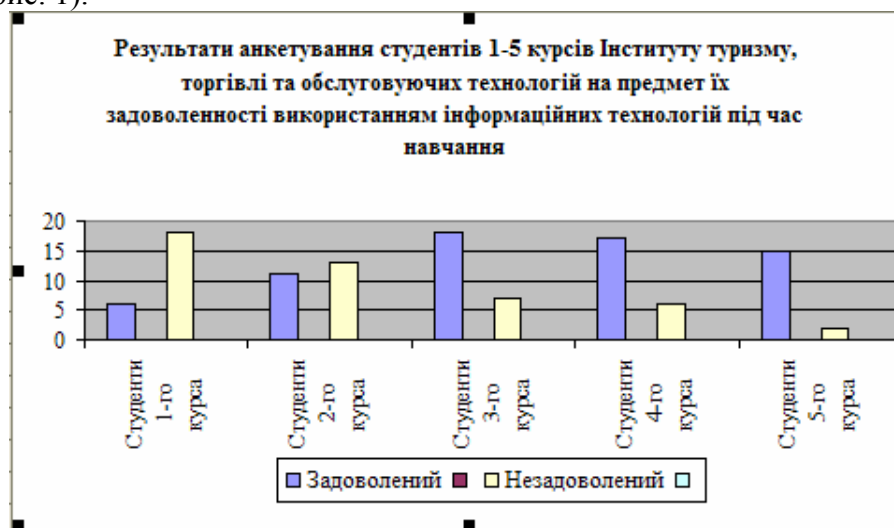


Рисунок 1 – Результати анкетування студентів 1-5 курсів спеціальності “Туризм” на предмет їх задоволеності використанням інформаційних технологій в навчальному процесі.

На рисунку 1 можна наочно побачити динаміку зростання незадоволеності студентів станом використання комп'ютерів у навчанні. Так, на першому курсі 43% студентів незадоволені цим станом, а на п'ятому – 12%.

Наступним етапом нашого дослідження було проведення анкетування студентів з метою з'ясування їх ставлення до окремих аспектів використання інформаційних технологій. В анкетуванні взяли участь 113 особи.

За результатами анкетування було зроблено наступні висновки:

- Більше половини студентів 1 го курсу незадоволені використанням інформаційних технологій у навчальному процесі.
- Більше 80% студентів вважають за необхідне поліпшення стану використання інформаційних технологій у навчальному процесі, особливо при викладанні фахових дисциплін на старших курсах.
- Більше 95% студентів мають мотивацію та відмічають важливість використання інформаційних технологій у навчанні.
- Майже всі студенти вважають, що необхідні зміни в навчальному процесі для поліпшення стану застосування комп'ютерів у навчанні, особливо при викладанні фахових дисциплін.
- Менше половини студентів хотіли б мати можливість вести більш активну науково-дослідницьку діяльність з використанням інформаційних технологій.

У якості позитивних моментів організації навчання з використанням інформаційних технологій студенти відзначають надання

їм нових можливостей для творчої самореалізації; можливості спробувати себе в якості менеджера туризму у віртуальному середовищі; розвиток культури мислення; більш якісне засвоєння матеріалу; розвиток індивідуальних якостей особистості; формування власної думки з окремих питань; а також можливість для спілкування з товаришами з інших університетів і країн світу за допомогою мережі Інтернет.

**Висновки.** Таким чином, нами обґрунтовано провідну роль інформаційних технологій у системі професійної підготовки менеджера туризму, а також визначено основні напрямки формування його професійних якостей, як-от: по-перше, підготовка кваліфікованого користувача інформаційними технологіями; по-друге, підготовка професійного користувача професійним програмним забезпеченням; по-третє, розвитку пізнавальної активності майбутніх фахівців туристської галузі засобами інформаційних технологій.

У подальших дослідженнях планується розробити педагогічні умови формування професійної готовності менеджерів туризму засобами інформаційних технологій.

#### **Література**

**1. Закон України** “Про освіту” від 23.05.1991 № 1060-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://zakon.rada.gov.ua>. **2. Ваганян Г. А.** Виртуальные технологии менеджмента (системотехника электронного управления) / Г. А. Ваганян – М. : Советский спорт 2005. – 368 с. **3. Квартальнов В. А.** Педагогика и туризм / В. А. Квартальнов – М. : Советский спорт, 2000. –360 с.

#### **Полковникова І. В. Професійна підготовка менеджерів туризму до використання інформаційних технологій**

У статті розглянуті можливі шляхи вдосконалення професійної підготовки майбутніх менеджерів туризму засобами інформаційних технологій.

*Ключові слова:* професійна підготовка, інформаційні технології, майбутні менеджери туризму.

#### **Полковникова И. В. Профессиональная подготовка менеджеров туризма к использованию информационных технологий**

В статье рассмотрены возможные пути совершенствования профессиональной подготовки будущих менеджеров туризма средствами информационных технологий.

*Ключевые слова:* профессиональная подготовка, информационные технологии, будущие менеджеры туризма.

#### **Polkovnikova I. V. Professional training of tourism managers for the informational technologies usage**



The article to the possible ways of improving the future tourism managers' professional training with means of informational technologies.

*Key words:* professional preparation, informational technologies.

УДК [377:48] (477.75)

**М. В. Черезова**

### **ПЕДАГОГІЧНІ ОЗНАКИ ЕКСКУРСІЇ**

Напередодні туристичного сезону 2009 року перед туристичною Україною стоїть непросте завдання – в умовах кризи привабити туриста в місця відпочинку, організувати сезон таким чином, щоб він став джерелом доходу для державного та місцевих бюджетів та зміг задовольнити потреби туристів у якісному відпочинку в умовах депресії та втоми, які є результатами кризових процесів. Великі сподівання в цьому сенсі покладаються на екскурсійну сферу. Захоплююча екскурсія може захопити людину в красу та історію регіону, зменшити невдоволення іншими туристичними послугами, стати джерелом інформації, позитивних емоцій, можливістю змінити звичний ритм відпочинку. Без правильно організованої екскурсії знайомство з визначними місцями перетворюється на хаотичний огляд об'єктів. Навіть найкращий путівник не в змозі замінити живе спілкування з людиною, здатною правильно презентувати екскурсійний об'єкт, розповісти про нього, створити навколо нього позитивний емоційний фон, перетворити знайомство з культурою, історією та природою на подію. Слушною є думка І. Русанова про те, що “без знань самостійний огляд навіть найвідоміших визначних місць дає дуже мало” [1, с. 157].

Ключовою фігурою екскурсії є екскурсовод. Основою його діяльності є спілкування з групою екскурсантів. Головною метою такого спілкування є пізнання нового, створення у екскурсантів власних думок та оцінок, розширення системи знань про світ, розвиток особистості у процесі пізнання, емоційне сприйняття. Часто екскурсанти не замислюються над тим, що якісна екскурсія – це результат копіткої, ретельно спланованої та продуманої праці, що полягає в підготовці та проведенні екскурсії, у рефлексивній діяльності екскурсовода, спрямованої на її детальний аналіз. Вони бачать екскурсію зовні, дають їй оцінку, залишаються задоволеними, якщо екскурсія справила очікуване враження та виявилася виправданою грошовою та часовою інвестицією. Щоб саме так і було, екскурсовод використовує великий запас знань, умінь, навичок, особистісних якостей. Усе це складає його професійну майстерність, яка багато в чому визначається знаннями основ педагогіки та психології.

Для цього екскурсовод використовує великий запас знань, умінь, навичок, особистісних якостей. Усе це складає його професійну майстерність, яка багато в чому визначається знаннями основ педагогіки та психології. **Метою** даної статті стало визначення педагогічних ознак екскурсії. Відповідно до мети визначено наступні **завдання**:

1. Виділити педагогічні ознаки екскурсії.
2. Охарактеризувати педагогічні ознаки екскурсії, застосовуючи порівняльний аналіз із формами та особливостями педагогічного процесу.
3. Виявити характерні розбіжності між екскурсією та традиційним педагогічним процесом.

Слід зазначити, що у сучасній вітчизняній теорії екскурсознавства немає ґрунтовних досліджень екскурсії у її різних вимірах. Вітчизняне екскурсознавство продовжує спиратися на теоретичні праці Б. Ємельянова, Г. Долженко. Значний інтерес для сучасного екскурсознавства представляє дослідження екскурсійного процесу та ролі екскурсовода німецьких та австрійських авторів В. Гюнтера, Б. Шмідта, Б. Петера, А. Кестеріке та ін. Для досліджень педагогічних ознак екскурсійного процесу інтерес представляють праці із педагогічної психології (І. Зимня), дослідження професійно-педагогічної комунікації (Н. Волкова), психології спілкування (І. Риданова, Є. Рогов) праці із риторики (П. Сопер, П. Таранов).

Попередні дослідження екскурсії дозволили виділити та описати ряд ознак, що дозволяють говорити про екскурсію як про педагогічний процес. (Ми розглядаємо таку екскурсію, яка є найбільш поширеним видом послуги, що пропонується у курортних зонах Криму, а саме, колективний виїзд із відвідуванням пам'яток природи, історії чи архітектури, комбінована екскурсія з точки зору тематики, місця проведення, способу пересування, складу групи).

Попередні дослідження екскурсії дозволили виділити та описати низку ознак, що дозволяють говорити про екскурсію як про педагогічний процес. (Ми розглядаємо таку екскурсію, яка є найбільш поширеним видом послуги, що пропонується в курортних зонах Криму, а саме: колективний виїзд із відвідуванням пам'яток природи, історії чи архітектури, комбінована екскурсія з точки зору тематики, місця проведення, способу пересування, складу групи).

Це такі ознаки:

1. Суб'єкт-суб'єктний характер екскурсії.
2. Наявність теми, мети та завдань, серед яких у кожній екскурсії виділяють дидактичне й виховне завдання [2, с. 41].
3. Слідування певній методиці підготовки та проведення екскурсії. Використання педагогічних методів. Пізнавальний компонент діяльності екскурсовода.
4. Умотивованість дій екскурсовода та екскурсантів.
5. Визначальна роль інтересу в мотивації пізнання.

6. Організована колективна діяльність. Організована пізнавальна діяльність. Організаційний компонент діяльності екскурсовода.

7. Визначена структура екскурсії.

8. Форма прямого спілкування. Комунікативний компонент діяльності екскурсовода. Застосування вербальних та невербальних засобів спілкування.

9. Індивідуальний підхід.

10. Диференціація методів проведення екскурсій. Диференційований відбір інформації. Урахування вікових особливостей. Конструктивний компонент діяльності екскурсовода.

11. Активність суб'єктів екскурсії.

12. Урахування психічних процесів.

13. Емоційна насиченість.

14. Високі вимоги до особистості екскурсовода.

Дамо більш детальну характеристику кожного показника.

1. Кожна екскурсія носить суб'єкт-суб'єктний характер. Суб'єктність учасників екскурсії виявляється у їхній активності стосовно один одного та об'єктивної дійсності. Ця суб'єктність виражається перш за все у спілкуванні в системі екскурсовод – екскурсанти.

2. Екскурсія, як і кожний вид навчальної діяльності, ведеться за певною темою, що регламентує відбір екскурсійних об'єктів, на яких розкривається тема, спрямованість спілкування. Як будь-яка діяльність, екскурсія має свою мету. Незалежно від мети в будь-якій екскурсії виконуються дидактичне та виховне завдання. Будь-яка екскурсія дає нові знання та розширює кругозір, дозволяє виробити у екскурсанта певні світоглядні установки, власні оцінки та переконання.

3. Як і педагогічний процес, екскурсія будується та проводиться за певною методикою, яка складається із методів та засобів виховання та навчання, методичних прийомів, що застосовуються в екскурсійній діяльності. Такими прийомами є прийоми показу та розповіді [2, с. 108]. Їх застосування та поєднання дозволяють розкрити тему й досягти мети екскурсії. Методичні прийоми показу та розповіді реалізуються в сукупності з педагогічними методами: словесними, наочними, практичними. Щодо засобів навчання, то ними є всі екскурсійні об'єкти, включені в екскурсії, та матеріали з "портфеля екскурсовода", що використовуються з метою доповнити відсутні компоненти відеоряду, відтворити в уяві об'єкти, що не збереглися, збереглися частково або зазнали суттєвих змін. Екскурсійні об'єкти в той же час є об'єктами пізнання. Комбінація всіх методичних прийомів має за мету викликати інтерес екскурсантів. Це стає можливим лише за умови ретельного добору екскурсійної інформації, коли реалізується пізнавальний компонент діяльності екскурсовода, що полягає в умінні добирати відповідну екскурсійну інформацію.

4. Мотив або їх сукупність є поштовхом для участі в екскурсії, мотивація в екскурсії є джерелом активності її суб'єктів. До чинників, що утворюють мотивацію участі в екскурсії, належать, перш за все, суб'єктні особливості екскурсанта та екскурсовода, емоційна насиченість екскурсії, інтерес від неї.

5. Головним мотиваційним чинником для участі в екскурсії, як і в навчальній діяльності, є інтерес. Його передумовою є новизна. Він виникає як цікавість, бажання розширити світогляд, змінити вид діяльності. Ці чинники можуть перерости у стійкий інтерес, якщо сподівання екскурсанта збігаються з дійсністю. На відміну від навчальної діяльності, яка має ширші часові рамки, у екскурсії інтерес повинен виникнути відразу. Він має стати своєрідним "спалахом". Тоді викликаний інтерес та емоційне забарвлення викличуть подальші пізнавальні дії екскурсанта, визначать приємні враження від екскурсії.

6. Як і більшість видів навчальної діяльності, екскурсія є колективним видом діяльності. Екскурсовод взаємодіє з кількісним партнером, проте, на відміну від навчальної групи, група екскурсантів частіше за все є випадково й тимчасово створеною групою людей. Говорити про справжній колектив екскурсантів вважається недоцільним. Індивідуальні характеристики суб'єктів екскурсійної діяльності домінують над колективними (на екскурсіях нерідко виникають конфліктні ситуації). Але це не означає, що цій стороні екскурсії не слід приділяти належної уваги. На час екскурсії екскурсантів поєднує спільна тема спілкування, спільні цілі та переживання, єдиний простір. Протягом екскурсії екскурсовод може створювати установки, що дозволять сформуванню позитивний мікроклімат у групі, виявити високу культуру міжособистісного спілкування, запобігти виникненню конфліктів. Екскурсовод виявляє себе не лише людиною, обізнаною в тематиці екскурсії, а й як організатор. Під його керівництвом відбувається пізнавальна діяльність екскурсантів. Він спрямовує також перебіг екскурсії, слідування часовим рамкам, організацію всієї екскурсії.

7. Структура екскурсії є чітко визначеною. Це наближає її до уроку, до основних характеристик якого належить цілісність, наявність певної структури – логічно пов'язаних між собою послідовних етапів, на яких реалізуються окремі дидактичні завдання. Основними елементами екскурсії є вступна, основна та завершальна частина. Вступна частина містить інформаційний та організаційний компонент. Основна частина поділяється на окремі підтеми, що пов'язуються логічними переходами. У завершальній частині підбиваються підсумки екскурсії, екскурсовод відповідає на питання екскурсантів. Усі ці три частини екскурсії реалізуються у змінюваності обстановки, видів діяльності, способів пересування, застосування методичних прийомів показу та розповіді. Екскурсія є дуже динамічним процесом.

8. Взаємодія екскурсовода та екскурсантів полягає у спілкуванні. Як і педагогічне спілкування, спілкування екскурсовода та екскурсантів є

формою прямого спілкування. Спілкування екскурсовода з екскурсантами має не лише інформативний компонент. Цілями такого спілкування може бути організація, емоційна насиченість, встановлення та підтримання контакту, вихід із контакту, подяка, зауваження, вирішення конфліктних ситуацій. Екскурсовод активно застосовує вербальні й невербальні засоби спілкування. До культури спілкування екскурсовода ставляться дуже високі вимоги. Вони стосуються не лише культури та техніки мовлення, а й культури міжособистісних стосунків, що визначається загальною культурою.

9. Екскурсійна діяльність є груповою діяльністю. Кожний екскурсант має власні очікування від екскурсії, які він проектує на всю екскурсію. Його задоволеність екскурсією залежить від ступеня здійснення цих очікувань. Групова екскурсійна діяльність великою мірою здійснюється через індивідуальну діяльність кожного члена екскурсійної групи, тому слід приділяти велику увагу індивідуальності кожного екскурсанта.

10. Кожна екскурсія вимагає диференційованого підходу до її учасників залежно від складу групи. Цей підхід полягає у відборі інформації та визначається різними категоріями екскурсантів та цілями екскурсії. Як неможливо спланувати універсальний урок без урахування специфіки навчальної групи, так і не може бути універсальної екскурсії, що задовольняла б потреби всіх категорій екскурсантів.

11. Суб'єкт-суб'єктний характер екскурсії передбачає двосторонню активність її учасників. Загальна тенденція взаємодії між екскурсоводом та екскурсійною групою полягає в тому, що свою активність екскурсовод регулює та визначає. Вона є первинною. Екскурсовод спричиняє та викликає активність екскурсантів. Вона є вторинною та залежить від активності, вправності, фахової підготовки екскурсовода. Активність екскурсанта полягає у сприйнятті інформації, його мовленнєвій діяльності. Ознакою активності екскурсантів є здатність до аналізу, формування уявлень та власних оцінок. Екскурсовод повинен усвідомлювати власну відповідальність, оскільки саме він є носієм не лише певної інформації, а й власного ставлення до подій, про які йде мова на екскурсії. Його власна оцінка є передумовою формування оцінок та установок екскурсантів.

12. Кожна екскурсія будується з урахуванням психічних процесів та відбувається за законами психології. На екскурсії задіяні такі психічні утворення, як пам'ять, увага, мислення, інтелект, активність, емоції. Екскурсоводу необхідно мати чітке уявлення про згадані психічні процеси, закони їх розвитку для керування ними протягом екскурсії.

13. Для позитивного сприйняття екскурсії непересічного значення набуває її емоційна насиченість. Кожному педагогові відомо, що позитивний емоційний заряд уроку багато в чому визначає його результативність. Це ще більшою мірою стосується екскурсії, оскільки вона виконує не лише навчальні та виховні функції, а й функції

відпочинку. До позитивних емоцій на екскурсії належить не лише радість пізнання, а й радість споглядання, спілкування, перебування у приємній атмосфері людської взаємодії, контакту із природою, історією, іншими людьми. Тому проблемі контакту ми приділяємо важливе місце в дослідженні екскурсійного процесу.

14. Описані вище педагогічні ознаки екскурсії є дієвими лише тоді, коли екскурсовод є цікавою особистістю, емоційним лідером для групи. Його має вирізняти висока професійна, у тому числі, педагогічна майстерність, ідейність та переконаність, сукупність особистісних рис, що дозволяють будувати ефективні взаємини з людьми, широкий кругозір, розвинута професійна інтуїція, артистична майстерність, шарм, культура вербального та невербального мовлення та культура спілкування, розвинута пам'ять та увага. Особистість екскурсовода має стати об'єктом детального вивчення професійної педагогіки.

Екскурсія – це складний педагогічний процес. Її успіх залежить не тільки від інтересу, що його представляє тема екскурсії та екскурсійна інформація. Існує система чинників, які впливають на успіх екскурсії та дозволяють будувати її як педагогічний процес. Розглядаючи екскурсію як педагогічний процес із сталими педагогічними ознаками, ми виділяємо також такі ознаки, які дозволяють виявити найбільш значущі розбіжності між екскурсійним та навчальним процесом пізнання.

Це такі ознаки:

1. Епізодичність екскурсійної діяльності (здебільшого екскурсія є одноразовою подією для екскурсанта).

2. Відсутність функції контролю (діяльність екскурсантів на екскурсії не оцінюється традиційними для навчального процесу способами).

3. Високий ступінь наочності.

4. Відсутність просторового обмеження, ознака пересування.

5. Добровільність участі в екскурсії.

6. Відсутність стійкого впливу на мотиваційну сферу екскурсантів.

7. Поєднання пізнавальної діяльності з відпочинком.

8. Обмеженість дисциплінарних впливів на екскурсантів.

9. Неможливість створення повноцінного колективу екскурсантів через часову обмеженість екскурсії.

10. І, найголовніше, що відрізняє екскурсію від традиційного педагогічного процесу, це те, що педагогічний вплив на екскурсії є прихованим. Оскільки екскурсовод перебуває в ситуації інформаційної переваги, в учасника екскурсії не повинно з'явитися враження про його принижену позицію відносно екскурсовода. Як говорить В. Гюнтер, екскурсія може справити на екскурсанта враження про те, що він перебуває в позиції учня, якого повчають, навчають та виховують, викликати спогади про школу та побоювання відчутти себе в ролі учня. Тому екскурсовод повинен ретельно готуватися до екскурсії, обирати

форми спілкування з екскурсантами так, щоб запобігти цьому й дати відчутти екскурсантові його рівноправність та спрямувати його активність [3, с. 166].

Проведене дослідження дозволяє зробити **висновок** про те, що виявлені педагогічні риси дозволяють розглядати екскурсію як самостійний педагогічний процес а також застосовувати її як форму організації педагогічного процесу. **Подальші перспективи дослідження** лежать у площині різностороннього дослідження екскурсійного процесу. Вивчення історичного, культурного, соціального, психологічного, фізіологічного, економічного, комунікативного, естетичного аспекту екскурсії та у формуванні комплексного уявлення про професійну майстерність екскурсовода.

### **Література**

**1. Русинов И. В.** Таинственный остров Крым / И. В. Русинов. – Симферополь : «Инфолекс», 2006. – 400 с. **2. Смелянов Б. В.** Экскурсоведение: учебник. / Б. В. Емельянов – М. : Советский спорт, 2000. – 224 с. **3. Günter W.** Allgemeine Didaktik und Methodik der Studienreise // Handbuch für Studienreiseleiter. Pädagogischer, psychologischer und organisatorischer Leitfaden für Exkursionen und Studienreisen. – Oldebourg Wissenschaftsverlag, 2003. – 383 S.

#### **Черезова М. В. Педагогічні ознаки екскурсії**

У статті екскурсія розглядається як педагогічний процес, розглядаються та аналізуються характерні педагогічні ознаки екскурсії. Крім того, виявляються ті ознаки екскурсії, що відрізняють її від традиційних форм організації навчання. Це дає змогу розглядати екскурсію як самостійний педагогічний процес або як ланку системи педагогічних заходів, спрямованих на навчання та виховання.

*Ключові слова:* екскурсія, ознака, педагогічний процес.

#### **Черезова М. В. Педагогические признаки экскурсии**

В статье экскурсия рассматривается как педагогический процесс, рассматриваются и анализируются характерные педагогические признаки экскурсии. Кроме того, выделяются те признаки экскурсии, которые отличают ее от традиционных форм организации обучения. Это дает возможность рассматривать экскурсию как самостоятельный педагогический процесс или как звено системы педагогических мероприятий, направленных на обучение и воспитание.

*Ключевые слова:* экскурсия, признак, педагогический процесс

#### **Cherezova M. V. Pedagogical excursion indications**

An excursion as a pedagogical process is considered in the article. Excursion characteristic pedagogical indications are examined and analyzed. Besides, the excursion indications that differ it from traditional forms of

education arrangement are revealed. It makes possible to regard the excursion as independent pedagogical process or as the element of the system of the pedagogical approaches aimed at teaching education.

*Key words:* excursion, indication, pedagogical process.



## **ВИЩА ШКОЛА**

УДК 37:338.48

**Т. Г. Сокол**

### **ПЕДАГОГІКА ТУРИЗМУ ЯК НАУКА**

Туристична індустрія – багатогалузевий господарський комплекс з виробництва та організації споживання туристичного продукту – є важливим компонентом складної соціоекономічної системи, якою є сучасний туризм. Туризм справляє величезний вплив на різні сторони життя суспільства – політику, економіку, культуру, екологію тощо. Поліфункціональність, поліаспектність впливу туризму на суспільство (“вплетеність” у різні соціальні структури” [1, с. 15]) дало можливість визначити його як “феномен ХХІ століття”. Саме сфера туризму – одна з небагатьох, які, хоча й відчувають на собі наслідки політичних, економічних криз, демонструють здатність швидко відроджуватись і стабільно розвиватись. Нині туризм увійшов до першої п’ятірки найважливіших потреб людини, акумулює близько 12 % витрат середньої родини на споживання й набув характеру справді масового явища. У 2008 році кількість міжнародних відвідувачів досягла 924 млн. і забезпечила близько 900 млрд. ам. дол. надходжень до бюджетів країн – учасниць туробміну [2].

Україна на цьому тлі виглядає достойно. Так, у 2007 році вона увійшла в першу десятку країн-лідерів за кількістю іноземних відвідувачів (23,1 млн. прибуттів), а за темпами зростання турпотоків (22,1 %) вийшла на перше місце в світі [3]. Успіхи туристичної сфери України визнані світовою туристичною спільнотою. Так, Україна не тільки стала членом Всесвітньої туристичної організації, але й була обрана в 1999 році до керівного органу ВТО – Виконавчої ради. Експерти ВТО не виключають, що в найближчому майбутньому Україна може стати базовою країною для її діяльності. Вони визначають наявність в Україні унікальних фахівців з туризму, але це визначення застосовується до так званого “покоління Інтуристу”, “старої гвардії” [4].

У цьому контексті зростає значення професійної підготовки нових кадрів для сфери туризму, які складають нині більшу частину працюючих у туризмі. Нині кількість працівників турпідприємств в Україні становить близько 60 тисяч, а з урахуванням суміжних галузей господарства, що беруть участь в обслуговуванні туристів, – близько 2 млн. осіб.

Їхня професійна кваліфікація залежить від загальної і спеціальної профпідготовки, яка, спираючись на фундаментальні засади освітнього процесу, доповнює їх конкретними спеціалізованими знаннями, що відображають особливості конкретної професії. Тобто професійна

підготовка майбутнього менеджера туристичної індустрії, формування його світогляду та професійної компетентності відбуваються значною мірою в процесі вивчення спеціальних туристичних дисциплін. Сюди входять: організаційно-технологічні (організація активного туризму, організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах, організація обслуговування в закладах ресторанного господарства, анімація в туризмі, організація екскурсійної діяльності, організація транспортних перевезень та подорожей, спеціалізований туризм), ресурсознавчі (туристичне краєзнавство, туристичне країнознавство, рекреалогія, музеєзнавство), організаційно-управлінські (організація туристичної діяльності, світовий туризм та готельне господарство, актуальні проблеми туристичної галузі) та професійно-орієнтаційні дисципліни (основи туризмознавства, історія світового та вітчизняного туризму, туристична картографія).

Нині в Україні працюють близько 100 навчальних закладів різного рівня акредитації, які здійснюють підготовку кадрів для туризму. З 2006 року згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 1719 “Про перелік напрямів, за якими здійснюється профпідготовка фахівців у ВНЗ за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра” визнано три напрями підготовки фахівців з туризму: це галузь знань 0306 “Менеджмент та адміністрування”, у якій затверджено напрям 030601 “Менеджмент”(42 навчальних заклади різної спеціалізації, у тому числі – “Менеджмент туристичної індустрії”), галузь знань 0201 “Культура”, куди перемістився напрям 020107 “Туризм” та галузь знань 1401 “Сфера обслуговування”, у межах якої з 2007 року діє напрям 140101 “Готельно-ресторанна справа”. Кожен зі згаданих напрямів знайшов своє місце на ринку освітніх послуг. Так, менеджерський напрям зорієнтований на підготовку фахівців для сфери туризму, які планують обіймати посади керівників функціональних підрозділів як підприємств-виробників (готельні комплекси, заклади ресторанного господарства, транспортні перевізники), так і підприємств-посередників у туризмі (туроператорів, турагентів, турбюро) та здійснювати свій кар’єрний ріст за управлінськими сходами. А напрям “Туризм” і “Готельно-ресторанна справа” базуються на технологічних аспектах усіх рівнів: від виконання суто технічної роботи до частково управлінських функцій в організації. Таким чином, кожний напрям займає свою лакуну на ринку праці, при чому перший орієнтується на управлінський, а два інших – на технологічний аспект, що відповідно зумовлює наповнення інваріантної частини стандартів, розроблених для цих напрямів [5, с. 200].

Саме для напрямку “Менеджмент” спеціальні туристичні дисципліни складають варіативну частину і є прерогативою вибору вузу. На жаль, при приблизно однаковому доборі дисциплін їх зміст є дуже різним, часто ґрунтується на компіляції або механічному перенесенні зарубіжного досвіду без належного його осмислення й обробки, відірваний від потреб туристичної практики, характеризується

невизначеністю підходів, недосконалістю понятійного апарату, що зумовлює необхідність наукових досліджень у цьому напрямку.

У другій половині 2000-х років проблема професійної підготовки фахівців для сфери туризму стала предметом уваги фундаментальної педагогічної науки, професійної педагогіки, з'явилися наукові дослідження та праці з питань теорії та практики туристичної освіти таких учених, як В. Федорченко, Л. Кнодель, І. Зязюн, Н. Ничкало, Н. Конох, В. Пазенок, Л. Поважна, В. Лозовецька, Л. Нохріна, Я. Олійник, М. Скрипник, Г. Цехмістрова, О. Любіцева та ін. Нині вже визначився окремий напрям професійної педагогіки – педагогіка туризму. Теоретичні засади педагогіки туризму розглядалися в роботах вітчизняних дослідників Л. Сакун, В. Федорченка, Н. Фоменко, М. Скрипник, Г. Цехмістрової, Л. Поважної та ін.

Так, Л. Сакун, спираючись на положення, що педагогіка як наука постійно розвивається та видозмінюється, називає такі нові її напрямки, як педагогіка особистості й педагогіка особистості туриста, педагогіка культури, педагогіка комунікативності, або діалогу культур, та педагогіка туристської комунікації, педагогіка туризму й педагогіка міжнародного туризму, педагогіка історії туризму, педагогіка соціального туризму, педагогіка гостинності, педагогіка туристичної діяльності та порівняльна професійна педагогіка туризму. Педагогіку туризму вона визначає як “порівняно новий напрям педагогіки, предметом вивчення якого є процес формування особистості висококваліфікованого спеціаліста туристичної індустрії. Представники цього розділу педагогіки розглядають педагогіку туризму як майстерність виховання нової моделі спеціаліста сфери туризму, яка може витримати значну конкуренцію на ринку праці на сучасному етапі розвитку людства” [6, с. 32-39].

М. Скрипник розширює поняття педагогіки туризму як науки, “що вивчає процеси виховання, навчання й розвитку особистості в контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.” На думку дослідниці, предметом педагогіки туризму є “особлива форма суспільної свідомості з виховання (складниками якої є освіта й навчання) людини під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях на іншій території та виховання професіоналів для туризму” [7, с. 13].

Близькою до цього є думка В. Федорченка, який вважає, що, “враховуючи особливості діяльності у сфері туризму, можна дати і специфічне визначення педагогіки як науки освіти та виховання засобами туризму і з метою розвитку туристичної діяльності... Справді, відносно туриста педагогіка повертається виховним впливом, а відносно спеціаліста туризму – освітнім.” Тобто “з одного боку, предметом дослідження педагогіки туризму є виховання як функція передавання туристам і екскурсантам у ході занять туризмом і екскурсіями раніше накопичених цінностей: знань, життєвого досвіду, а також

цілеспрямовану зміну якостей особистості в процесі занять туризмом”, а з другого – “предметом дослідження виступає педагогічна система туристської освіти як засіб передавання новому поколінню професійних знань, умінь, навичок туристської діяльності.

Пріоритетним завданням педагогіки туризму як науки є розкриття закономірностей у галузі виховання засобами туризму, туристської освіти й навчання, а також управління освітніми й виховними системами” [8, с. 134-135].

Таким чином, погоджуючись із думкою В. Федорченка, педагогіку туризму можна визначити як науку з виховання й формування особистості засобами туризму в процесі здійснення туристичної подорожі, і в той же час – як науку, що забезпечує підготовку кваліфікованих кадрів для сфери туризму і, зокрема, туристичної індустрії.

### **Література**

**1. Пазенок В. С.** Туризмологія: концепти теорії туризму / В. С. Пазенок // Матеріали VII-х аспірантських читань [«Туризмологія: концепції та термінологічно-понятійний апарат»]. – К. : КУТЕП, 2006. – 185 с. **2. UNWTO World Tourism Barometer, volume 4 – WTO : Madrid – 2008.** – 12 р. – Режим доступу до вид.: [www.unwto.org](http://www.unwto.org). **3. Tourism Highlights.** – WTO: Madrid, 2007. 46 р. – Режим доступу до вид.: [www.unwto.org](http://www.unwto.org). **4. Црнянський Д.** „Не виключено, що Україна в майбутньому стане базовою країною для діяльності WTO” / Д. Црнянський // Дзеркало тижня. – 2001. – 29 вересня. – С. 4. **5. Михайличенко Г. І.** Фахове забезпечення галузевих стандартів вищої освіти з напрямів „Менеджмент”, „Туризм” / Г. І. Михайличенко // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: зб. наук. праць – К. : Тонар, 2007. – 76 с. **6. Сакун Л. В.** Теорія і практика підготовки спеціалістів сфери туризму в развитих країнах світу: монографія / Л. В. Сакун. – К. : МАУП, 2004. – 285 с. **7. Педагогіка туризму:** навчальний посібник для вузів / за ред. проф. В. К. Федорченка, проф. Н. А. Фоменко, доц. М. І. Скрипник, доц. Г. С. Цехмістрової / – К. : Видавничий Дім „Слово”, 2004. – 328 с. **8. Федорченко В. К.** Підготовка фахівців для сфери туризму: Теоретичні і методичні аспекти: монографія / Володимир Кирилович Федорченко. – К. : Вища шк., 2002. – 247 с.

### **Сокол Т. Г. Педагогіка туризму як наука**

У статті на основі аналізу робіт провідних вітчизняних дослідників туристичної індустрії дається визначення поняття «педагогіка туризму»; розглядаються її завдання як науки, простежується розвиток туристської освіти.

*Ключові слова:* педагогіка туризму, підготовка туристів.

**Сокол Т. Г. Педагогика туризма**

В статье на основе анализа работ проведенных отечественными исследователями туристической индустрии дается определение понятия «педагогика туризма», рассматриваются ее основные задания как науки, просматривается развитие туристического образования.

*Ключевые слова:* педагогика туризма, подготовка туристов.

**Sokol T. G. Tourism pedagogy as a science**

This article is devoted to the tourist pedagogy as a science of education and building the personality by tourist means in the process of tourist travel and also as the science, which provides the personnel training for tourist sphere.

*Key words:* tourism pedagogy, the personnel training for tourist.

УДК 378:338.48

**Г. П. Щука**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ  
ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

Світова туристична індустрія вже давно випередила за темпами розвитку більшість традиційних галузей економіки. Розвиток туризму в нашій державі стримується низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників, серед яких вітчизняні науковці називають: недосконалість нормативно-правового забезпечення галузі, недолугість державного регулювання, відставання матеріально-технічної бази, нерозвиненість туристичної інфраструктури тощо. Проте є фірми, які не лише успішно функціонують на внутрішньому ринку, але й заявили себе як серйозні конкуренти на світовому туристичному ринку. За однакових політичних, соціально-економічних, демографічних умов визначальним фактором процвітання цих фірм, з нашої точки зору, є наявність висококваліфікованих кадрів.

Кадрова проблема як одна з умов успішного розвитку туристичної галузі обговорювалася на різних рівнях: державному, регіональних, місцевих. Відсутність у державі достатньої кількості дипломованих фахівців спонукала до відкриття в 2002 році напряму підготовки „Туризм”. Сьогодні спеціалістів для туристичної індустрії готують 146 ВНЗ [1, с. 1], проте питання забезпеченості галузі висококваліфікованими кадрами залишається відкритим по ряду причин, головна з яких, на наш погляд, – рівень практичної підготовки випускників.

У теорію та методіку навчання майбутніх фахівців-виробничників великий внесок зробили вчені-педагоги С. Батищев, А. Біляєва, В. Ледньов, Н. Николо, Д. Тхоржевський, Б. Федоришин,

С. Шапоринський, А. Щербаков. Але в їх дослідженнях не врахована специфіка підготовки кадрів для туристичної індустрії.

Проблеми підготовки фахівців туристичної галузі вивчалися В. Федорченком, Н. Фоменко, Г. Цехмістровою, обговорювалися на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях з туризму, проте питання практичної підготовки всебічно не вивчалися.

Узагальнюючи праці цих авторів, ми дійшли висновку, що ґрунтовних досліджень з проблематики практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії не проводилось. Таким чином, можна констатувати наявність протиріч між вимогами, що суспільство висуває до рівня професійної компетентності майбутнього фахівця, основним критерієм якого, на нашу думку, виступає практична підготовка, та реальним станом підготовки майбутнього фахівця.

Тому **метою** нашої статті стало дослідження проблеми практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії. Нами були визначені такі завдання: висвітлити сучасний стан практичної підготовки спеціалістів для туристичної галузі у вищій школі, виділити етапи цієї підготовки, проаналізувати проблеми підготовки та розглянути шляхи їх вирішення.

Традиційно в професійній педагогіці термін “практична підготовка” використовується для визначення характеру навчання, як складника професійної освіти, що відображає закономірності, зміст, методи і форми організації процесу формування здатності студентів до кваліфікаційної виробничої праці за обраною спеціальністю.

У вищих навчальних закладах склалася традиційна модель підготовки випускника до роботи, згідно з якою навчати майбутнього спеціаліста – це загальнотеоретична (гуманітарна, соціально-економічна, природничо-наукова та загальноекономічна) й фахова (професійна) підготовка, яка безпосередньо включає практичну підготовку. Проблема оптимального співвідношення теоретико-академічного та практично-професійного в системі підготовки фахівця є однією з центральних проблем вищої освіти. Сьогодні при підготовці бакалавра з напрямом 6.140101 “Готельно-ресторанна справа” на теоретико-академічний блок відводиться 53 % навчального часу, на практично-професійний – 43 %, з яких лише 8,1 % (від загального обсягу) – на практику [1, с. 11].

Натомість рівень підготовки випускника виявляється в здатності використовувати знання для вирішення виробничих завдань, при чому передбачається не тільки конструювання моделі виробничого процесу, але й управління цією моделлю. Отже, формування готовності майбутніх фахівців туристичної галузі до професійної діяльності – це, перш за все, нагромадження знань, умінь і навичок *практичної* діяльності.

Практична підготовка студентів відбувається на практичних та лабораторних заняттях із фахових дисциплін та під час проходження практики на підприємствах туристичної індустрії. Не зменшуючи важливості перших, усе ж таки визначимо, що формування готовності до

роботи можливо лише за умови сталого практикування не тільки на аудиторних заняттях, але й у реальних умовах роботи туристичної фірми. Для того, щоб випускник був готовий до професійної діяльності, необхідно якомога раніше познайомити та включити його в безпосередню роботу.

У навчальному процесі виділяють такі етапи практичної підготовки (види практик):

1. ознайомчий — студенти отримують уявлення про майбутню професію;

2. навчальний (технологічний) – студенти отримують перший практичний досвід; починається формування професійних умінь щодо організації технологічних процесів на туристичних фірмах; відбувається подальший розвиток професійної зацікавленості щодо обраної професії;

3. виробничий (професійний) – студенти здійснюють виробничі дії, пов'язані з організацією виробничого процесу підприємства за завданням керівника; вчать приймати рішення, працювати в колективі; у цей період формуються спеціальні професійні вміння, відповідні фахові якості, здібності.

Практика, організована в реальних умовах, характеризується великою кількістю функціональних обов'язків, різноманітних відносин (з клієнтом, менеджером, туроператором тощо). Вона адекватна змісту й структурі професійної діяльності. Практика для багатьох студентів створює умови для самоперевірки підготовленості та придатності до професійної діяльності, визначення рівня професійної спрямованості. Проте, саме практична підготовка є ахіллесовою п'ятою в загальному процесі підготовки кваліфікованого працівника туристичної індустрії.

Результати вивчення професійної діяльності випускників та студентів-практикантів свідчать, що вони володіють сучасними професійними знаннями та технологією обслуговування, проте недостатньо підготовлені до реальної виробничої діяльності.

На підприємствах особлива увага звертається на готовність фахівця впроваджувати й постійно вдосконалювати технологічні процеси, розуміння економічної ефективності виробничих процесів, формування фінансових стосунків із банками, податковими органами, визначення пріоритетних виробничих завдань і мобілізацію працівників на її виконання, створення оптимального режиму роботи, забезпечення ефективності функціонування цього туристичного агентства в умовах жорсткої конкуренції.

Виявилося, що молоді фахівці не підготовлені до планування та організації виробничих процесів, не вміють аналізувати виробничо-технологічні ситуації та на цій основі приймати самостійні рішення, не завжди виявляють творчий підхід до вирішення традиційних професійних завдань. Усе це загострює проблеми працевлаштування випускників та ускладнює процес їх адаптації на виробництві.

Серед основних факторів, які впливають на рівень практичної підготовки студентів, варто відзначити:

- технологію підготовки;
- матеріально-технічну базу ВНЗ;
- професійно-пізнавальний інтерес та професійну спрямованість особистості студента, його ціннісні орієнтації;
- пізнавальні та комунікативні здібності студентів;
- зміст, форми та методи практичного навчання;
- професійну компетентність викладачів;
- сім'ю, родинні традиції.

Ефективність практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії має свою специфіку:

*1. Технологія підготовки.* Враховуючи незначний за обсягом час, який відводиться на вивчення дисциплін професійного циклу, необхідно забезпечити професійну спрямованість усіх циклів підготовки фахівців: орієнтацію змісту навчального матеріалу на майбутню професійну діяльність; формування практичних навичок та вмінь починати на практичних та семінарських заняттях загальноосвітніх дисциплін шляхом використання дискусій, діалогів, тренінгів, ділових ігор тощо. Це передбачає впровадження розвиваючих технологій, що забезпечує зміщення акцентів із знань на особистісні якості. Фахова підготовка у ВНЗ повинна здійснюватися як єдиний процес методологічного та технологічного дослідження студентами системи загальних і особливих стосунків у виробничих ситуаціях, які постійно змінюються. Особливо це важливо в тих ВНЗ, де готують спеціалістів для різних галузей, і туризм є лише одним, при чому досить незначним за кількістю, напрямком підготовки.

Тенденція вузівської підготовки, спрямована на накопичення знань, і недостатнє їх практичне застосування у виробничій практиці породжує недоліки в подальшій роботі.

*2. Професійна спрямованість особистості студента, його ціннісні орієнтири.* Важливою умовою практичної підготовки студентів є формування в них професійного мислення. Адже невміння студента приймати самостійні рішення в нестандартних умовах, висловлювати незалежні в тих чи інших ситуаціях думки, толерантно обґрунтовувати їх, прогнозувати результати взаємодії з клієнтом є серйозною проблемою у справі підготовки кваліфікованих кадрів. Нові стратегічні підходи й тактичні засоби формування професійного мислення студентів повинні знайти своє місце в роботі ВНЗ.

Професійна робота не закінчується вступом абітурієнта до ВНЗ, а повинна продовжуватися на новому, значно вищому, рівні протягом усього терміну навчання. Виділяючи основні етапи формування професійної спрямованості особистості студента (абітурієнт – студент 1 курсу – студент старших курсів – випускник – молодий фахівець), необхідно визначити його особливості й на цій основі



поставити конкретні завдання перед конкретною дисципліною та, відповідно, конкретним викладачем.

Удосконалення змісту освіти та структури професійної підготовки майбутнього фахівця є однією з умов формування у студентів цілісного професійного мислення, вироблення конкретних професійних умінь. Професійна компетентність забезпечується лише завдяки індивідуально-творчій самореалізації особистості. Індивідуалізація підготовки фахівця набуває одного з перспективних напрямків професійної, особливо практичної, підготовки майбутнього спеціаліста й повинна забезпечуватися на всіх без винятку курсах навчального процесу.

Основні критерії готовності до професійної діяльності:

- професійна свідомість,
- самостійність емоційного позитивного ставлення до туристичної діяльності,
- швидкість адаптації особистості в різних виробничих ситуаціях,
- доцільність практичних дій,
- рівень сформованості організаторських здібностей,
- володіння технікою міжособистісного спілкування тощо.

3. *База практик.* Цілком очевидно, що рівень матеріально-технічної бази практики повинен відповідати світовим туристичним стандартам, щоб майбутні фахівці мали можливість оволодіти новітніми інформаційними технологіями, які використовуються в туристичній індустрії. Проте ситуація, яка склалася з базами практик для підготовки фахівців туристської індустрії, неоднозначна:

- державні туристичні підприємства, на яких можна було б організувати проходження практики, відсутні. Приватні туристичні фірми, в основному туристичні агенції, мають невеликий штат (до 5 чоловік) і неохоче беруть на практику. У зв'язку з високою конкуренцією на туристичному ринку й однотипністю надаваних послуг, керівники туристичних фірм намагаються не допускати практиканта до спілкування з клієнтом, аби не втратити останнього. Крім того, для менеджера туристської фірми сьогоднішній студент – це потенційний конкурент, тому чим краще ти його навчиш зараз, тим більшу конкуренцію він складе тобі потім. Звідси й та поверховість у практичній підготовці, відсутність доступу до документації;

- туристичні підприємства, які запропонували студенти для проходження практики (за місцем проживання батьків), на початковому етапі обіцяють усебічне включення практиканта у виробничий процес, проте без належного методичного контролю від ВНЗ вони просто підписують необхідні документи;

- стажування студентів за кордоном фактично зводиться до фізичної праці за повної відсутності методичного забезпечення та контролю від ВНЗ. З одного боку, практиканти працюють на робочих

місцях і швидко набувають професійних знань, умінь, навичок; з іншого – більшість із них морально не готова до тривалого перебування в іншому культурному середовищі та значного фізичного навантаження. Ця психологічна напруга зводить нанівець той позитив, який дає зарубіжна практика;

➤ власна матеріально-технічна база ВНЗ – це туристичні науково-навчально-виробничі лабораторії (ННВЛ). Вони створені практично в усіх ВНЗ, які готують фахівців із туризму. Проте відповідно до діючого законодавства ННВЛ не можуть вести комерційної діяльності, тому студенти здобувають професійні знання, вміння та навички в ході рольових ігор, тренінгів, що в цілому, хоча й добре, проте не може бути повноцінною заміною справжнього професійного середовища.

Таким чином, з нашої точки зору, найбільш оптимальним для поліпшення практичної підготовки фахівців туристської індустрії є удосконалення баз практик ВНЗ, можливо, шляхом створення системи науково-навчально-виробничих центрів. Для подолання суперечності між новими технологіями в туристській індустрії та існуючою базою треба посилити співпрацю з іншими науковими установами, туристськими фірмами, організаціями, що здійснюють впровадження цих технологій та зацікавлені в підготовці кваліфікованих кадрів для туристської індустрії.

4. *Професійна компетентність викладачів.* Більшість викладачів, які готують спеціалістів для туристичної індустрії, у силу цілком об'єктивних причин, не мають відповідної освіти та досвіду роботи. За таких умов вкрай важко формувати в студентів професійну культуру, розвивати професійне мислення, виробляти професійні навички. У цій ситуації, очевидно, посилюється значення психолого-педагогічної та методичної підготовки викладача, реалізації гуманістичних взаємовідносин між учасниками педагогічного процесу, використання інтерактивних методів навчання. Незалежно від стажу наукової роботи, вченого звання, обов'язковою умовою викладання на кафедрі туризму повинно стати проходження курсів підвищення кваліфікації зі спеціальності чи стажування на туристичному підприємстві.

5. *Пізнавальні та спеціальні (економічні, географічні, філологічні тощо) здібності студентів.* Туризм – явище багатогранне, яке включає знання історії, географії, економіки, філософії, релігієзнавства, етики, естетики, культурології тощо. Студентам необхідно засвоювати значний обсяг навчального матеріалу, щоб стати справжніми фахівцями у своїй галузі.

Крім того, туризм дуже швидко розвивається. Тому необхідно дбати не тільки про накопичення студентом знань (кількісний приріст), але й про формування мотиваційних установок щодо постійного поновлення цих знань упродовж життя. У зв'язку з цим повинен змінитися підхід до навчання в цілому: не просто передавати певну суму

знань, а виробити потребу їх поповнювати. Для цього ширше застосовувати індивідуалізацію та диференціацію практичних завдань для розвитку пізнавальної самостійності студентів; працювати над формуванням мотиваційних установок щодо самостійного оволодіння ними практичних умінь та навичок; орієнтувати кожного студента на самоорганізацію та самореалізацію.

*б. Зміст, форми та методи практичного навчання.* Особливу увагу необхідно приділяти розробленню навчально-методичного комплексу та наскрізної програми практичної підготовки. Ефективність організаційно-методичного забезпечення практичного навчання визначається за трьома критеріями з відповідними показниками: змістовий (обсяг практичних знань і умінь, ґрунтовність і дієвість знань), операційний (правильність виконання завдань, якість виконаної роботи), особистісно-розвивальний (наявність самоконтролю, ініціативність). Цілком очевидно, що необхідно подбати про забезпечення тісного зв'язку теоретичної та практичної підготовки, збільшення терміну практичного навчання, забезпечення керівництвом практик досвідченими викладачами.

Здебільшого в навчально-методичній літературі ефективність навчально-виховного процесу, забезпечення високого рівня теоретичної та практичної підготовки майбутніх фахівців обмежують лише діяльністю викладачів. Натомість, цю проблему неможливо вирішити силами однієї кафедри чи навіть силами одного навчального закладу. З нашої точки зору, необхідно цю проблему вирішувати всебічно:

*на державному рівні* – удосконалення нормативно-правової бази, розробка нового положення з практичної підготовки студентів ВНЗ, створення економічних умов зацікавленості роботодавців в організації проведення практики; зміцнення матеріально-технічної бази навчальних закладів шляхом оснащення сучасною технікою та обладнанням;

*галузевому* – створення мережі провідних туристичних фірм для проведення практичної підготовки студентів, проведення стажування викладачів на провідних туристичних підприємствах, створення підручників нового покоління та комплексів навчально-методичного забезпечення, зорієнтованих на практичну підготовку майбутніх фахівців;

*навчальних закладів* – приведення у відповідність із вимогами часу об'єктів проходження практики в навчальному закладі; залучення до проведення практики найбільш досвідчених викладачів з виробничим стажем роботи; укладення договорів з підприємствами для проходження виробничої практики студентами в провідних туристичних підприємствах, у тому числі за кордоном.

Таким чином, туристичні підприємства потребують спеціалістів високого рівня професійної компетентності, творчих особистостей, здатних забезпечувати виробництво високоякісних конкурентоспроможних послуг. Недосконалість навчальних планів,

програм практики, відсутність чіткої та продуманої системи практики породжує проблеми й упущення в підготовці фахівця, у формуванні технологічних умінь. Діюча система не спрямована на формування комплексу професійно значущих якостей особистості, які забезпечують високий професіоналізм майбутніх фахівців туристичної індустрії. Тому ефективне розв'язання проблеми практичної підготовки студентів потребує оновлених підходів до використання методичних форм, засобів та видів практичного навчання.

Ефективність організації практичної підготовки повинна забезпечуватися на державному та галузевому рівнях, співпрацею студентів та викладачів ВНЗ. У пошуках шляхів удосконалення практичної підготовки майбутніх фахівців необхідно здійснити аналіз вимог сучасної туристичної галузі, розробити систему професійних функцій, типових виробничих завдань та відповідних комплексів умінь фахової діяльності майбутнього спеціаліста. Намагання створити систему підготовки, яка б випереджала замовлення галузі, не завжди виправдовує себе. Тому створення оптимальної системи взаємодоповнення і взаємозбагачення двох структур туристичної фірми і ВНЗ у справі підготовки сучасного спеціаліста, який би володів необхідними знаннями, мав сучасну практичну підготовку, володів новітніми технологіями виробничого процесу, є реальним завданням побудови загальної теорії вищої професійної освіти.

### **Література**

**1. Бажал І.** Гостинець гостинності : круглий стіл на тему “Проблеми підготовки кадрів для готельного господарства” [Електронний ресурс] / Іван Бажал // Дзеркало тижня / людина. – 2005. – № 18 (546). – С. 1. – Режим доступу до вид.: <http://www.dt.ua/3000/3900/50016//> **2. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра за напрямом 6.140101 „Готельно-ресторанна справа”** / кол. авт. під заг. кер. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2007. – 46 с.

#### **Щука Г. П. Організація практичної підготовки майбутніх фахівців туристської індустрії**

У статті розглядаються проблеми практичної підготовки спеціалістів туристичної індустрії у вищих навчальних закладах. Характеризуються основні фактори, які впливають на рівень цієї підготовки та визначаються умови підвищення її ефективності.

*Ключові слова:* туризм, навчально-виховний процес, практика.

#### **Щука Г. П. Организация практической подготовки будущих специалистов туристической индустрии**

В статье рассматриваются проблемы практической подготовки специалистов туристической индустрии в высших учебных заведениях.

Дается характеристика основным факторам, которые влияют на уровень практической подготовки и определяются условия ее эффективности.

*Ключевые слова:* туризм, учебно-воспитательный процесс, практика.

**Shchuka G. P Future tourism industry specialists' practical training organizing**

The article considers issues of tourism industry specialists' practical training at universities. There are characterized main factors, influencing the level of practical training, and conditions of training efficiency are being defined.

*Key words:* tourism, educational process, practice.

## **МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ**

УДК 378:338.48

**И. А. Сулова**

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Современные тенденции развития высшего профессионального образования требуют принципиально новых подходов к формированию его технологий. Особенно это касается такой сравнительно новой специальности и направления подготовки как туризм.

Главным из них является переход от прежней схемы предметно-информационного типа образования к образованию профессионально-деловому, от образования констатирующего к образованию опережающему, от образования репродуктивного к образованию креативному, направленному на повышение профессионализации специальной подготовки. Вышеуказанный подход анализируют в своих работах такие авторы как Э. М. Коротков, Т. И. Шамова, Р. А. Фатхутдинов [1, 2, 3].

Такая задача ставит принципиально новые проблемы в технологии туристического образования и позволяет не просто давать выпускникам набор знаний, умений и навыков, а формировать профессиональное мышление, основанное на понимании отличительных особенностей туристической деятельности. Целью исследования является анализ современных технологий туристического образования.

Можно сформулировать ряд принципов построения современных технологий образования:

1. **Ценностная ориентация знаний.** Образование должно быть не передачей информации, а мотивированием интеллекта. Полученные знания должны оформляться и преобразовываться в профессиональное сознание.

2. **Неформальность образования.** Принцип определяет воздействие образования на развитие индивидуальности и творческого мышления студента через его способности, интересы, отношение к профессии, процессу обучения, отношения к вузу и преподавателям.

3. **Регулирование качества образования.** В процессе обучения не следует ограничиваться только проверкой полученных студентами знаний, умений и навыков. Контролирование качества предполагает многокритериальную оценку последовательного формирования профессионализма: характер знаний, тип мышления, целевые установки, развитие творческого потенциала и др.

В технологии туристического образования целесообразно выделить следующие основные характеристики:

1. Цель и результат образования. Стратегия образования.
2. Общий объем знаний и практических навыков.
3. Структура и соотношение знаний по областям, ролевой нагрузке, функциональной определенности, методологической особенности.
4. Комплекс учебных дисциплин, реализующих объемные и структурные характеристики знаний (дифференциация и интеграция в презентации знаний).
5. Объемные характеристики дисциплин (мелкие, крупные, средние).
6. Параллельно-последовательное сопряжение дисциплин.
7. Распределение времени в образовательной программе (аудиторное, консультационное, самостоятельной работы, индивидуальной работы с преподавателем и пр.).
8. Процессуальное разнообразие методических средств и приемов освоения знаний и навыков.
9. Ритмичность и интенсивность образовательного процесса.
10. Контроль качества образования: поэтапное распределение методов и видов.
11. Индивидуально-квалификационное сочетание преподавателей: принцип команды.
12. Использование технических средств образования (визуализация, компьютерные программы, видеофильмы и пр.).
13. Мотивационная нагрузка процесса образования, устойчивость мотиваций.
14. Индивидуализация использования времени. Выбор дисциплин, форм заданий.
15. Непрерывность образовательного процесса.

Сегодня технологии туристического образования находятся в стадии бурного развития. Этому способствуют и этого требуют условия рыночной экономики, использование компьютерной техники, изменение цели образования и многое другое.

Развитие технологий образования предполагает не только обеспечение непрерывности образовательного процесса как в вузе, так и в практической деятельности в форме самообразования, но главное трансформацию знаний в новое качество профессионального и общественного сознания. Изменения в технологиях образования происходят в следующих их характеристиках:

- сочетание видов аудиторных занятий;
- последовательность дисциплин, рассчитанная по критериям достижения необходимого результата образовательного процесса;
- точки, моменты, частотность, формы и методы контроля формирования профессионализма;
- обеспечение определенного статуса дисциплин и технологических особенностей ее презентации;

— совершенствование методов образования.

При этом можно выделить ряд факторов, определяющих динамику технологических особенностей образовательного процесса:

1. Уровни, виды и формы образования, состав и продолжительность циклов дисциплин, предусмотренных Государственным стандартом. Определяют основу и ограничения технологий образования, нормативную базу их использования.

2. Дифференциация дисциплин учебного плана, их объемные характеристики, содержание, методические особенности.

3. Статус и роль дисциплины в формировании профессионального сознания, этапами которого являются общекультурный уровень, методологический, общепрофессиональный, специальный и функционально-ориентированный.

4. Трудоемкость образовательного процесса. Малая недельная нагрузка при плохой организации самостоятельной работы снижает качество образования. Непомерная загрузка студента и преподавателя ведет к поиску облегченных, поверхностных вариантов образовательной деятельности.

5. Потребность в ритмичности образовательного процесса. Проявляется в распределении нагрузок, форм занятий, периодичности контроля, видов учебных дисциплин, объемов самостоятельной работы.

6. Социально-психологические установки на достижение определенного результата, общая цель образования. Характеризуют мотивационную основу образовательного процесса, заинтересованность в использовании тех или иных приемов обучения.

7. Методические возможности использования различных технологий образования — компьютерных, групповых действий, и т. д.

Оценивая сложившиеся схемы и новые потребности, можно составить перечень технологий, наиболее часто встречающихся в современном туристическом образовании.

1. Технологии презентации знаний. Главная задача — дать знания. Не отражает современные приоритеты — научить учиться, воспитать необходимые профессиональные качества, навыки групповой работы. Это простейшая технологическая схема, изживающая себя даже в заочном и дистанционном образовании.

2. Технология обогащения получаемых знаний навыками практической деятельности. Здесь все знания и по содержанию, и по методикам подчинены навыкам решения типовых практических задач.

3. Технологии фундаментализации образования, развития стратегического мышления, навыков анализа и исследования проблем, выбора вариантов деятельности.

4. Технологии самообразования. Ориентированы на развитие навыков самообразования, формирование установок на непрерывное образование, его продолжение и после окончания вуза. Это технологии приоритета самостоятельной работы.



5. Технологии интенсивного тренинга, худшим вариантом которых является «натаскивание» для успешной сдачи экзамена. Проверка остаточных знаний, ориентирует как раз на такие технологии. Знания не могут быть остаточными, они должны трансформироваться в новое.

6. Технологии предметно-информационного образования, предметной профессионализации, профессионально-делового и целевого образования. Первая предполагает схему ограниченного технологического процесса, получение знаний о предмете и ограниченного предметом, вторая - деловую активность в определенной области деятельности, третья - возможности поиска будущего и траекторию карьеры в широком диапазоне деятельности.

7. Технологии широкопрофильного, профессионального образования. Наиболее заметно они представлены в подготовке бакалавров и магистров.

Разнообразие технологических схем проявляется и в их дифференциации по использованию различных методических приемов и организации учебного процесса.

1. Технологии социально-психологического приоритета. В них главное внимание уделяется личности преподавателя, проявлению его индивидуальности, определенной свободе в приемах методической работы, воспитательной деятельности.

2. Технологии жестких организационных ограничений всего учебного процесса. Это технологии обязательной типичности, детальной регламентации, повышенных дисциплинарных требований, усиленного контроля.

3. Технологии адаптивного типа. Допускают корректировку обучения по стилю, сложности, использованию современных методик и методов обучения, учета особенностей учебной группы и группы преподавателей.

4. Технократические технологии, при которых преувеличивается роль техники относительно человека.

5. Технология креативного образования построена на развитии творческого потенциала личности, его способностей к неординарному мышлению, развитию самостоятельности.

Таким образом, в используемых вузами технологических схемах сочетаются в той или иной мере типологические черты различных технологий. В этом проявляется технологическая диверсификация образования.

Однако при выборе соответствующих технологий туристического образования главное значение имеет понимание того, что центральной фигурой образовательного процесса должен быть студент — его мотивы, устремления, образовательные потребности и цели, его способности, его мироощущение, его возможности с помощью

преподавателя выбирать в определенных пределах содержание и технологии образования, и формы, и сроки и др.

### **Литература**

**1. Коротков Э. М.** Управление качеством образования: учебное пособие для вузов. / Э. М. Коротков. – М. : Академический Проспект: Мир, 2006. – 320 с. **2. Шамова Т. И.** Управление образовательными системами: учебное пособие для вузов. / Т. И. Шамова, Т. М. Давиденко, Г. Н. Шибанова. – М. : Издательский центр «Академия», 2002. – 384 с. **3. Фатхутдинов Р. А.** Ориентация обучения на конкурентоспособность / Р. А. Фатхутдинов // Высшее образование в России. – 2007. – № 9, С. 38 – 44.

### **Суслова И. А. Сучасні технології туристичної освіти**

За сучасних умов результат освіти у галузі туризму багато в чому визначається технологією. Технологія – це головний фактор якості освіти, який відображає основні якості комплексу, що формує знання, вміння особистість професіонала, його культурний та практичний досвід. Сьогодні спостерігаються процеси активної технологічної диверсифікації освіти у галузі туризму.

*Ключові слова:* візуальна технологія, ціннісні орієнтації, професійна освіта.

### **Суслова И. А. Современные технологии туристического образования**

В настоящее время результат образования в сфере туризма во многом определяется технологией. Технология – это основной фактор качества образования, который отражает основные свойства комплекса, формирующего знания, умения, личность профессионала, его культурный и практический опыт. Сегодня наблюдаются процессы активной технологической диверсификации образования в сфере туризма.

*Ключевые слова:* визуальная технология, ценностные ориентации, профессиональное образование.

### **Suslova I. A. Current technology of tourism education**

In present the result of education in the field of tourism to a great extent is determined by the technology used. Technology is the major factor of the quality of the education. It reflects basic features of forming complex of knowledge, skills, personality of professional, his culture and practical experience. Today there are processes of active technological diversification in education in the field of tourism, origin of different types of technologies.

*Key words:* professional education, value orientations, visual technology.

## **КРАЄЗНАВСТВО**

УДК 338.484

**Р. О. Кратінов**

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ**

**Постановка проблеми.** Виконання завдань, окреслених “Державною програмою розвитку туризму на 2002 – 2010 роки”, значно актуалізувало проблеми підвищення ефективності функціонування галузі. Успіх та досягнення окреслених планів повною мірою залежить від участі та залучення в цю сферу економічної діяльності регіонів України, що вимагає подальших досліджень теоретико-методологічних засад формування регіональних рекреаційно-туристичних комплексів (РТК).

Проблемам створення й розвитку регіональних рекреаційно-туристичних утворень присвячено чимало досліджень вітчизняних та зарубіжних учених: О. Амоші, І. Балабанова, М. Боруцака, О. Дуровича, В. Євдокименка, В. Квартального, Б. Кліяненко, Н. Коніщевої, В. Кифяка, О. Любіцевої, М. Мальської, В. Мамутова, В. Павлова та ін.

У переважній більшості робіт методологічною основою формування РТК є функціонально-цільовий підхід. Але лише його застосування не є цілком достатнім для більш повного об’єктивного обґрунтування складного процесу формування й подальшого функціонування РТК, виявлення еволюційних особливостей та якісно нових можливостей, що досягаються при створенні РТК.

**Мета публікації** – удосконалення теоретико-методологічних засад формування регіональних РТК на основі системного аналізу та теорії інтеграції економічних структур.

Принципи системного підходу дають підстави визначити РТК як самостійну соціально-економічну систему (субсистему) із вхідними та вихідними параметрами, яка входить до складу іншої системи – економіки регіону. Рекреаційно-туристична підсистема розглядається у вигляді двох складових – суб’єкта та об’єкта туризму, кожна з яких має свою достатньо складну внутрішню організацію й виконує свої специфічні функції. Суб’єкт туризму – це людина, турист (рекреант), з його мотивами до подорожей, особистістю, потребами, доходами, соціальним станом тощо. Об’єкт туризму – це та упорядкована єдність елементів, заходів, процесів, результатом якої є комплекс послуг, що виробляє рекреаційно-туристичний комплекс і здатен задовольнити різноманітні потреби споживача. Цільова функція рекреаційно-туристичного комплексу як системи полягає у виробленні рекреаційно-туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів території

при екологічно збалансованому використанні рекреаційних ресурсів та економічно-соціальної вигоді для суспільства. Виробництво соціально-корисного продукту – рекреаційної послуги та наявність економічного результату у вигляді прибутку від виробничої діяльності, а також створення робочих місць дозволяє характеризувати рекреаційно-туристичний комплекс як соціально-економічну систему.

Однією з особливостей рекреаційної послуги є той відомий факт, що в процесі її створення беруть участь багато підприємств, тобто задоволення рекреаційних і туристичних потреб кожного споживача й суспільства в цілому здійснюється підприємствами різних галузей і різних форм власності, які створюють окремі складники комплексного продукту – рекреаційної послуги. Ці підприємства і є головними елементами системи, що розглядається як рекреаційно-туристичний комплекс. До їх складу входять підприємства, що створюють комплексний продукт та організують його споживання, надають послуги гостинності, транспортні послуги, розважальні та інші.

Рекреаційні комплекси як економічні утворення на території колишнього СРСР відомі ще з 70 – 80 років минулого століття, коли в плановій економіці отримали поширення ТВК – територіально-виробничі комплекси [1, с. 328]. У сфері рекреацій з'являються територіальні рекреаційні комплекси (ТРК) та об'єднання. Наприклад, найвідоміший з них – Кримський ТРК, який у 1985 р. об'єднував 696 рекреаційних установ [2, с. 99].

**Аналіз останніх досліджень.** У науковій літературі існує декілька близьких за змістом узагальнених визначень територіально-рекреаційних утворень.

У роботі [3, с. 5] територіальний рекреаційний комплекс характеризується єдиною територією, яка має значний рекреаційний потенціал, сукупність рекреаційних установ з тісними виробничими зв'язками, єдністю організаційних форм правління, що забезпечують ефективне використання природних рекреаційних ресурсів і соціально-економічних умов, що склалися на цій території.

У роботі [4, с. 2] “рекреаційно-туристичний комплекс” трактується як система, що включає суб'єкти господарювання рекреаційно-туристичної сфери, суміжні та обслуговуючі їх підприємства інфраструктури, які мають тісні виробничо-господарчі зв'язки, спільно використовують економічні ресурси з метою задоволення різноманітних пізнавальних, культурних, оздоровчих потреб споживачів.

У ряді інших робіт [5, с. 5] поряд з туризмом виділяється санаторно-курортний комплекс, а їх поєднання отримує назву “туристично-оздоровчого” або “рекреаційно-оздоровчого комплексу”.

Виклад основного матеріалу. Відмінність деяких існуючих визначень РТК пов'язана не стільки зі змістовною й узагальнюючою сутністю, скільки з авторськими підходами до структурування рекреації

– перш за все визначення тих підприємств рекреаційного профілю, які можуть бути поєднані в РТК. І все частіше це не тільки туристичні та санаторно-курортні підприємства, а й підприємства профілактичні, оздоровчі, сфери відпочинку, розваг та дозвілля взагалі.

Аналіз опрацьованих наукових джерел дає підстави зробити висновок про те, що при формуванні РТК не існує жорстких обмежень щодо різновиду рекреаційних за призначенням підприємств, що входять до його складу (туристичні, санаторно-курортні, оздоровчі та ін.), а підходи до структурування є віддзеркаленням особливостей структури конкретного регіонального господарства взагалі й рекреаційного зокрема.

Таким чином, формування рекреаційно-туристичного комплексу відбувається згідно з функціонально-цільовим критерієм: комплексний характер виробництва рекреаційного продукту та спільна мета виробничої діяльності, а також прагнення підвищення якості продукту й оптимізації витрат породжує цілком природну ідею створення виробничого комплексу відповідного профілю. Причому функціонування такого комплексу обумовлює цю сферу господарювання як ресурсно та екологічно сумісну, що відповідає принципам екологічної безпеки соціально-економічного розвитку. Крім того, досягається можливість скоординованого управління інвестиціями та загальною стратегією розвитку РТК як невід’ємної частини економіки регіону.

Але економічна доцільність та екологічна відповідність – не єдині аргументи на користь створення рекреаційно-туристичного комплексу в регіоні. Комплексування суб’єктів господарювання різних галузей та різних форм власності в цілісний господарський механізм по суті є процесом економічної міжфірмової інтеграції з притаманними їй ознаками: поєднанням та взаємопроникненням бізнес процесів, деякими структурними змінами в економічних системах окремих суб’єктів господарювання, що ввійшли до складу рекреаційно-туристичного комплексу (ліквідація дублюючих та зайвих підрозділів), виділення структур, що здійснюють функції управління комплексом.

Цільова функція економічної інтеграції може бути визначена за допомогою теорії системного аналізу. Так, у роботі [5, с. 36] сформульована теорема: "...будь-який об’єкт (елементи й інтегровані структури) володіють властивістю вступати у такі взаємодії, при яких їх здатність до виживання підвищується". Звідси випливає, що цільовою функцією економічної інтеграції може бути лише одна – збереження системи (підвищення здатності до виживання). Усі інші цілі – вторинні. [6, с. 44]

Поширення цього висновку на рекреаційно-туристичний комплекс як на інтегровану систему розкриває нову якість, що виникає при його створенні, а саме – захист від зовнішньої конкуренції як між рекреаційно-туристичними комплексами у масштабах країни, так і між галузями економіки в межах адміністративних областей. Ця теза також

дає підстави пояснити більш високу стійкість інтегрованих систем в умовах глобалізаційних викликів, коли суб'єктами конкуренції виступають не окремі підприємства, а концерни, корпорації, фінансово-промислові групи та інші інтегровані структури.

Інтеграційні процеси в рекреаційно-туристичній галузі зумовлені комплексністю і в сфері виробництва туристичної послуги, і у сфері безпосереднього обслуговування туристів, що передбачає стійкі й безперервні, різномасштабні та різнорівневі виробничо-технологічні, інформаційно-управлінські, фінансово-розподільчі та інші взаємозв'язки між суб'єктами господарювання, що й обумовлює процеси внутрігалузевої та міжгалузевої інтеграції. Такі зв'язки сприяють розвитку рекреації й туризму, а з іншого боку, рівень цих зв'язків залежить від конкретних економічних і соціальних умов того чи іншого регіону та від того, наскільки розвинена рекреаційно-туристична галузь у регіоні.

Інтеграційні процеси не є одномоментними й розглядаються в часі як еволюційні. Вибір організаційної форми існування РТК, його юридичне оформлення та початок функціонування можна розглядати як перехід від стихійних (неформальних) і нижчих стадій економічної взаємодії підприємств, не підкріплених створенням для цього спеціальних сприятливих умов і відповідних формальних механізмів, до керованого процесу економічної інтеграції та його поступового поглиблення. Як впливає з роботи [7, с. 88], “кількісний поріг, що відділяє інтеграцію від доінтеграційних процесів “...у кожному випадку може бути встановлений лише емпірично з урахуванням конкретних умов того чи іншого регіону, тої чи іншої сфери відтворення”.

Згідно з теоретичними підходами, що викладені в роботі [6, с. 45], інтеграційний процес незалежно від того, яка сфера життєдіяльності розглядається, передбачає чотири основні стадії еволюційного циклу взаємодії елементів системи. Стосовно процесів внутрірегіональної інтеграції, завдяки яким створюється рекреаційно-туристичний комплекс, еволюційний цикл може виглядати таким чином.

Перша стадія еволюційного циклу відповідає початковій, фактично стадії дезінтеграції, коли економічні зв'язки і стосунки між підприємствами, які забезпечують випуск туристичного продукту, мінімальні, а спеціалізація підприємств ще досить широка й характеризується деяким набором послуг у створюваному туристичному продукті. Наприклад, одне підприємство забезпечує послуги розміщення, харчування та побутового обслуговування. Друге – транспортні послуги та послуги екскурсійного обслуговування тощо.

При позитивному розвитку подій і успішності бізнесу туристичні потоки починають зростати. Висока якість послуг і зменшення виробничих витрат можуть бути досягнуті шляхом звуження спеціалізації, що неодмінно приведе до залучення нових підприємств-партнерів і зумовить необхідність їх економічної взаємодії. Ці процеси є

ознакою другої стадії інтеграції. Третя стадія характеризується подальшим посиленням спеціалізації, формуванням стійких економічних зв'язків, їх організаційним закріпленням, якщо це не сталося на другій стадії, та більш-менш тривалим функціонуванням ТРК. На четвертій стадії внаслідок вичерпання організаційно-економічних можливостей системи або її нездатності адекватно реагувати на зовнішні умови, що змінилися, спостерігається занепад, втрата і розпад зв'язків між підприємствами ТРК та перехід до першої стадії наступного циклу.

**Висновки та перспективи досліджень.** Теоретико-методологічні засади формування регіонального РТК полягають у застосуванні системного аналізу, функціонально-цільового підходу та теорії інтеграції економічних структур. Інтеграційні процеси, завдяки яким формується регіональний рекреаційно-туристичний комплекс, є об'єктивно закономірними. Їх певна активізація, координація та підтримка з боку владних і підприємницьких структур сприятиме створенню цілісного господарського механізму РТК та підвищенню його стійкості, оптимізації регіональних міжгалузевих зв'язків, раціональному вирішенню проблем комплексного розвитку територій. Конкретизація та пошук оптимальних механізмів та форм інтеграції в цій сфері повинні бути розв'язані в подальших дослідженнях.

#### **Література**

**1. Краткий экономический словарь** / под ред. Ю. А. Белика и др. – М. : Политиздат, 1987. – 399 с. **2. Рекреационное обеспечение промышленности** (экон.-правовые аспекты) : сб. науч. тр. / АН УССР, Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 1988. – 144 с. **3. Фоменко Н. В.** Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 312 с. **4. Молнар О. С.** Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області) : автореф. канд. екон. наук : 08.02.03 / Молнар О. С. – Ужгород, 2006. – 20 с. **5. Амбросов В. А.** Теория интеграции : обобщение интеграции экономических структур / В. А. Амбросов. – М. : Эслан, 1997. – 271 с. **6. Сторонянська І. З.** Еволюційна концепція міжрегіональних інтеграційних процесів / І. З. Сторонянська // Экономика и право. – 2007. – № 2 (18). – С. 42-46. **7. Шишков Ю. В.** Формирование интеграционного комплекса в Западной Европе: тенденции и противоречия / Ю. В. Шишков – М. : Наука, 1979. – 112 с.

#### **Кратінов Р. О.      Методологічні засади створення регіонального рекреаційно-туристичного комплексу**

У статті розглянуті теоретико-методологічні принципи формування рекреаційно-туристських комплексів (РТК). Поряд з вже відомим принципом функціонально-цільового підходу, організація та управління РТК розглядається з позиції теорії інтеграції економічних

структур. Мотивована об'єктивність інтеграційних процесів, визначена та проаналізована стадія еволюційного циклу розвитку РТК в Україні.

*Ключові слова:* регіональний рекреаційно-туристський комплекс, міжгалузевий комплекс, система аналізу, інтеграційні процеси, економічна інтеграція, цільова функція, еволюційний цикл.

**Кратинов Р. А. Методологические основы создания регионального рекреационно-туристского комплекса**

В статье рассмотрены теоретико-методологические принципы формирования рекреационно-туристских комплексов (РТК). Наряду с уже известным принципом функционально-целевого подхода, организация и управление РТК рассматривается с позиции теории интеграции экономических структур. Объективность интеграционных процессов в изучаемой сфере мотивирована, определена и проанализирована фаза эволюционного цикла развития РТК в Украине.

*Ключевые слова:* региональный рекреационно-туристский комплекс, межотраслевой комплекс, система анализа, интеграционные процессы, экономическая интеграция, целевая функция, эволюционный цикл.

**Kratinov R. A. Methodological bases of foundation regional recreation-tourist complex.**

The theorist-methodological principles of forming regional recreation-tourist complex (RTC) are considered In the article. Alongside with known principle of function-target approach, the organization and operation RTC is considered with position of the theories to integrations of the economic structures. Objectivity of integration processes in investigation sphere is motivated, the stage of evolution cycle of the development RTC in region of the Ukraine are determined and analyzed.

*Key words:* regional recreation-tourist complex; interindustry complex; system analysis; integration processes; economic integration, target function, evolution cycle.



## **ПЕДАГОГІКА ЗА КОРДОНОМ**

УДК 371.14:338.48

**Л. В. Чорна**

### **ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ОСВІТИ В США**

Туризм вважають феноменом ХХ століття. Попри давню історію подорожей і мандрівництва, інтенсивного розвитку, ця галузь світової й національної економіки зазнала лише в минулому столітті. Безперечним лідером у цій сфері господарювання того часу виступали Сполучені Штати Америки. Для цієї країни туризм став надійним джерелом наповнення бюджету, а для її населення – невід’ємним складником стилю життя.

Включення України у світовий туристичний простір вимагає розбудови відповідної інфраструктури. Саме тому обґрунтування напрямів розвитку туристичної індустрії США, осмислення її еволюційних процесів, а разом з тим передумов становлення туристичної освіти в країні та її розвитку, який припадає на другу половину минулого століття, набуває особливого значення для забезпечення сталого розвитку туризму в нашій країні. Вітчизняні вчені вивчають досвід США, активну роботу в цьому напрямі здійснюють В. Федорченко, О. Дмитрук, І. Петрова, Л. Сакун, І. Школа, Л. Устименко, І. Афанасьєв та інші дослідники. Однак аналіз напрацювань доводить, що питання розвитку індустрії туризму та її впливу на формування системи освіти для цієї галузі висвітлено недостатньо.

Становлення туристичної галузі США відбувалося на основі споріднених їй сфер – складових індустрії гостинності. Досягнення певного рівня розвитку кожної окремо взятої складової позитивно позначалося на еволюції туристичної галузі країни. Історії туризму відомо два підходи до періодизації розвитку світового гіганта економіки. Перший був запропонований Дж. Уокером, а другий – Л. Устименко та І. Афанасьєвим [1, с. 12].

Посилаючись на теорію еволюції туризму Л. Устименко та І. Афанасьєва, вважаємо за доцільне на основі аналізу рушійних чинників розвитку американського суспільства виокремити 4 етапи в історії туризму США та вказати на соціокультурні процеси, які передували формуванню системи підготовки фахівців для цієї галузі. Адже туристична індустрія та туристична освіта – структури, які тісно взаємопов’язані, їхній розвиток можна пізнати лише у взаємодії.

Отже, перший етап еволюції туризму в США (1492 – 1841 рр.) увійшов в історію як час відкриття материка завдяки колонізаційно-загарбницьким подорожам, як тривалий період освоєння Нового світу та

початок зародження туризму. Ця часова межа в три з половиною сторіччя асимілювала визначні історичні події й позитивні зрушення у сфері нашого дослідження: появу першого постійного двору в 1607 р. з подальшим визнанням потреби в готелях на урядовому рівні в окремих штатах і підкріпленням його відповідними законами, приміром у шт. Массачусетс (1656 р.); відкриття закладів харчування, починаючи з першого американського ресторану Дельмонікос у Нью-Йорку; впровадження терміну “турист”, який уперше з’явився у словниках у 1800 році; випуск туристичних путівників; розвиток курортів на східному узбережжі; популяризація туризму засобами літератури та мистецтва. Можливість занять туризмом обумовлювалася рядом економічних чинників, зокрема зростанням доходів певних верств населення та низькими цінами на туристичні послуги. До них долучаються соціальні, пов’язані зі зміною обліку міст, швидкою їх розбудовою.

Другий етап розвитку туризму США – з 1841 до 1914 року – слід розглядати як процес створення туристичної галузі. Він характеризується рядом революційних перетворень у транспортній системі країни: інтерес до Нового Світу серед комерсантів зумовив тисячний потік мігрантів, що стало можливим завдяки регулярним пасажирським перевезенням нью-йоркської фірми Black Ball Line; підвищення рівня комфортності пароплавів сприяло розвитку круїзного бізнесу; зміни в системі залізниці позначилися стрімким розгалуженням колій та відкриттям у 1869 р. трансконтинентального експресу. Разом з тим, спостерігається розквіт туристичних поїздок містами країни. Дозвілля набуває змістовного характеру, дедалі більше проявляється його комерційне спрямування. Туризм у США до 1850 р. сформувався як культурна й економічна діяльність. Перші турагенти з’явилися в 1870 – 1880 рр., на цей час припадає діяльність фірми “The American Express Company”, транспортної компанії International Company of Wagons Lit та туристичної компанії “Ask Mr. Foster”. Як наслідок, самодіяльний туризм, характерний для першого етапу, поступово перетворювався на організований. В освіті мають місце процеси демократизації системи навчання. На цьому етапі закінчується ера формування великої американської цивілізації, її матеріальної та духовної культури.

Третій етап історії туризму охоплює першу половину ХХ століття – 1914 – 1945 рр. й визначається як період формування туристичної галузі країни. США утвердили статус наймогутнішої держави світу. Значним здобутком соціальної сфери стало прийняття закону про соцстрахування. У країні зростало число державних службовців, збільшилися доходи широких верств населення. Зберігалася тенденція міграції з села до міста, де зарплата працівників зросла на 25 %. Спостерігався процес грошових нагромаджень та їх інвестування в розвиток промисловості. Запроваджувалася система продажу товарів у кредит. Житлове будівництво розгорнулося небаченими масштабами.

Туристичні компанії розширили географію подорожей. У 1923 р. зарубіжні тури здійснило 308 000 американців, а в 1930 р. 477 000 американців виїжджало за межі країни з метою відпочинку. Якість турпродукту постійно покращувалася, хоч туроператори виступали на туристичних ринках з єдиним пакетом базових послуг – розміщення, харчування та перевезення. Туристичний бізнес перетворився на основне джерело доходів деяких штатів, зокрема Флориди. Турагенти розширили спектр своїх послуг за рахунок реалізації квитків на залізничний та водний транспорт, а в 1930-х ще й на авіаперевезення. Організований плановий туризм набував усе більшої популярності. А це вимагало кваліфікованого підходу до планування турів та їх проведення. На часі стояло питання організації нового освітнього напрямку з підготовки фахівців туристичної галузі.

Четвертий етап – з 1945 р. до наших днів – вважається періодом масового туризму в Америці. Змінюється стиль життя американців. Їхні статки суттєво зросли за роки війни, число працюючих подвоїлося за рахунок активного залучення жіночої половини населення до праці на виробництві. Окрім того, збільшилася тривалість щорічних відпусток. У повоєнні роки розбудова торкнулася всіх складових туристичної індустрії, яка, за визначенням Міріам Скотленд, охопила: засоби розміщення – готелі, мотелі, приватний сектор, гірські притулки; заклади харчування – гамбургерні закусоchnі, підприємства швидкого обслуговування та ресторани національної кухні; заклади харчування різних інституцій на зразок навчальних закладів, медичних установ, промислових підприємств; кейтеринг – ділового чи соціального характеру; клуби – спортивні, соціальні, ділові, міські та заміські; круїзні лінії – річкові, прибережні, морські та океанічні; туристичні агенції – ділового, рекреаційного, дозвіллевого сегменту; конференційні та конгресні центри – комерційні й муніципальні; комерційне шоу спортивного, музичного та національного характеру; курорти – оздоровчо-спортивні, рекреаційні; парки – атракціонів, тематичні, рекреаційні, національні; транспортні перевезення – наземні, повітряні та водні; атракції – культурні, історичні, природні; азартні ігри – казино; роздрібну торгівлю – сувеніри [2, с. 14].

Саме в цей період формується система туристичної освіти в країні. Передумовами її становлення виступили: економічні процеси загалом і, зокрема, наявність багатосегментної туристичної індустрії; соціальні – високий рівень життя суспільства; скорочення робочого та зростання вільного часу; потреба в духовному розвитку та відпочинкові; політичні – формування державної політики з питань туризму, спрямованої на забезпечення інтенсивного та сталого розвитку туристичних регіонів; раціональне використання природних та історико-культурних ресурсів.

Фундаментальна туристична освіта в США виступає відносно новим сегментом освітнього простору, але з могутнім потенціалом. Вона

формувався на базі короткотривалої курсової підготовки. Головна роль у цьому процесі відводилася галузевим організаціям і вищим навчальним закладам. Однак така практика не відповідала критеріям індустріальної держави. Суспільне значення туризму США як могутнього чинника розвитку економіки та налагодження міжнародних зв'язків зумовило необхідність створення цілісної освітньої системи за цим напрямом.

Формування такої системи відбувалося на основі загальних тенденцій розвитку вищої освіти в цій країні та в тісному зв'язку з освітою у сфері гостинності.

Вивчення туризму в Північній Америці розпочалося в 1940 році, а ґрунтовне дослідження освітнього напрямку з туризму припадає на 1980-і роки. Причина полягає в інтенсивному розвитку туристичної індустрії того часу. Мічиганський державний університет став першим вищим навчальним закладом, у якому запровадили туристичний напрям підготовки. Навчальні програми з туризму та менеджменту гостинності на початковому етапі майже не відрізнялися, їм були властиві інтеграційні ознаки. Однак упродовж наступних 25-ти років відбувалося їхнє вдосконалення, значно зросла їх чисельність. Порівняно з середніми закладами їх кількість збільшилася в чотири рази. На початку 1970-х у США підготовка фахівців з туризму здійснювалася за 40 чотирирічними програмами, які передбачали отримання ступеня бакалавра. Станом на 2004 р. вищі навчальні заклади з туризму проводили підготовку фахівців за такими кваліфікаційними рівнями: кваліфікований працівник з асоціативним ступенем, сертифікований чи дипломований фахівець; молодший спеціаліст; бакалавр з туризму, магістр наук. Загальна кількість закладів була представлена так: першого рівня – 63 з числом студентів 17105; другого – 115 з 35807 студентів; третього – 68, які налічували 2869 студентів [3, с. 137]. Основними елементами системи туристичної освіти виступають коледжі та університети. Ураховуючи багатосегментність туристичної галузі, факультети туризму були започатковані при школах бізнесу, готельних школах, школах управління ресторанами, коледжах природних ресурсів, при департаментах комерційної рекреації, соціології, географії та антропології. Велике число закладів пропонує програми задля здобуття кваліфікаційного рівня бакалавра чи магістра туризму. Відслідковується тенденція зростання кількості вузів, які присвоюють ступінь доктора. У силу того, що при працевлаштуванні в туризмі перевагу віддають фахівцям із фундаментальною освітою з вільних мистецтв та бізнесу на додаток до технічних навичок професійної діяльності, окремі університети розробили комбіновані (гібридні) програми, адаптовані до вимог галузі. У 50 штатах країни функціонує Кооперативна служба дистанційного навчання. Освітні послуги цієї служби доступні для менеджерів усіх підприємств гостинності. Вони мають можливість підвищити рівень знань і продуктивність праці завдяки навчанню на короткотривалих курсах та участі в науково-практичних конференціях.

Університети США, які здійснюють підготовку фахівців для туристичної індустрії, можна поділити на два типи: ті, що утворені на базі декількох коледжів та професійних шкіл, та ті, які, окрім вищевказаних структур, мають ще дослідні центри й відділення аспірантури. Прикладом перших є Університет Центральної Флориди, других – Мічиганський державний університет та Техаський університет А-М.

Диверсифікаційні процеси, притаманні системі вищої освіти США, знайшли своє відображення в туристичній освіті, представленій великою кількістю інституцій. Інтернет-джерела вказують на перші сто навчальних закладів, у яких можна відстежити неординарні програми підготовки майбутніх фахівців із туризму. Очолює список провідних вищих навчальних закладів з туризму Тихоокеанський Інститут Подорожей ( The Travel Institute of the Pacific ), заснований у 1974 році. На відміну від типових американських університетів, які виступають як система коледжів чи департаментів з різними напрямками підготовки, цей заклад спеціалізується виключно на підготовці фахівців з туризму та гостинності.

Таким чином, історичний розвиток американського суспільства зумовив появу соціально-культурного явища – туризму, який із самодіяльного перетворився на масштабний сектор економіки; ця галузь, у свою чергу, потребувала кваліфікованих фахівців, тому й започаткували спершу короткотривалу курсову підготовку, а в другій половині ХХ століття – вузівську. Остання передбачає різноманітність підготовки майбутніх фахівців і забезпечується коледжами, інститутами та університетами країни.

### **Література**

**1. Устименко Л. М.** Історія туризму: навч. посіб. для вузів. / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – К. : Альтерпрес, 2005. – 320 с. **2. Scotland Miriam.** Higher education program curricula models in tourism and hospitality education / Miriam Scotland. – Texas A&M University, 2006. – 50 p. **3. J. Tribe.** An International handbook of tourism education / Tribe J. – Elsevier Ltd., 2005. – 240 p.

### **Чорна Л. В. Передумови становлення та тенденції розвитку туристичної освіти в США**

В статті розкрито передумови становлення туристичної освіти в США через призму історії розвитку туризму в період 1492 - 2009 рр. з урахуванням економічних, соціальних і культурних процесів трансформації американського суспільства на різних часових етапах. Розглянуто як зародження туристичної освіти в Мічиганському державному університеті так і розвиток окремих складових системи освіти в цій країні, включаючи Тихоокеанський інститут туризму.

*Ключові слова:* історія туризму США, туристична освіта, передумови становлення, тенденції розвитку.

**Чорна Л. В. Предпосылки основания и тенденции развития туристического образования в США**

В статье раскрыто предпосылки основания туристического образования в США сквозь призму истории развития туризма в период 1492 – 2009 г.г. с учетом экономических, социальных и культурных процессов трансформации американского общества на разных временных этапах. Рассмотрено как зарождение туристического образования в Мичиганском государственном университете так и развитие некоторых составляемых системы образования в этой стране, включая Тихоокеанский институт туризма.

*Ключевые слова:* история туризма США, туристическое образование, предпосылки основания, тенденции развития.

**Chorna L. V. The pre-conditions of establishment and tendencies of tourism education development in USA**

The pre-conditions of tourism education establishment in the USA are revealed in this article through the prism of tourism history of 1492-2009 with emphasis on economic, social and cultural processes of American society transformation in different time periods. Tourism education development at Michigan state university is also considered as well as some aspects of educational system of this country including the Travel Institute of the Pacific.

*Key words:* USA tourism history, tourism education, the pre-conditions of establishment, tendencies of the development.

### **ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ**

**Гужвинський Віктор Вікторович** – асистент кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – проблеми підготовки фахівців сфери туризму.

**Виндюк Андрій Валерійович** – кандидат наук з фізичного виховання та спорту, завідувач кафедри туризму та готельного господарства Класичного приватного університету, м. Запоріжжя. Коло наукових інтересів – професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи.

**Габриелян Ольга Андріївна** – кандидат філологічних наук, доцент, Lexis Languages (Training and Research), м. Бонн. Коло наукових інтересів – питання між культурної комунікації у викладанні іноземних мов.

**Горошкіна Олена Миколаївна** – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри української мови Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – питання української лінгводидактики.

**Дітковська Світлана Олексіївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – формування професійної компетентності фахівців з туризму.

**Жулій Тетяна Борисівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства, Почесний професор Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – лінгводидактика, лінгвокультурологія.

**Казарницькова Яна Леонтіївна** – магістранта кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – формування професійної компетентності майбутніх фахівців туристської індустрії.

**Кобзова Світлана Миколаївна** – асистент кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – професійна підготовка фахівців сфери туризму до проектування регіональних маршрутів.

**Ковальов Валерій Іванович** – кандидат педагогічних наук, асистент кафедри російського мовознавства імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – проблеми риторики.

**Кратінов Роман Олександрович** – провідний економіст Луганського філіалу Інституту економіко-правових досліджень НАН України. Коло наукових інтересів – розвиток регіонального туризму, економічні питання.

**Мальцева Лілія Віталіївна** – старший викладач кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – методика формування системи геолого-морфологічних понять в учнів основної школи.

**Мартінова Наталія Степанівна** – аспірантка відділу Андрагогіки педагогічної освіти і освіти дорослих АПН України. Коло наукових інтересів – система неформальної туристичної освіти.

**Полковникова Ірина Валентинівна** – асистент кафедри економічної інформатики Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – підготовка менеджерів до роботи в туристичних агенціях.

**Романова Наталія Миколаївна** – доктор педагогічних наук, завідувач кафедри російської мови та культури мови Російського державного університету туризму та сервісу. Коло наукових інтересів – лінгвостилістика.

**Свиридова Світлана Вікторівна** – асистент кафедри загальної математики Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – професійна підготовка майбутніх фахівців сфери обслуговування процесі вивчення природничо-математичних дисциплін.

**Сокол Тетяна Георгіївна** – завідувач кафедри спеціальних туристичних дисциплін Інституту туризму Федерації профспілок України. Коло наукових інтересів – організація процесу підготовки фахівців туристичної індустрії.

**Суслова Ірина Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Російського державного університету туризму та сервісу. Коло наукових інтересів – технології туристичної освіти.



**Черезова Мар'яна Володимирівна** – старший викладач циклової методичної комісії соціально-гуманітарних дисциплін Кримського коледжу економіки та управління. Коло наукових інтересів – професійне спілкування в сфері туризму.

**Чорна Любов Василівна** – асистент кафедри іноземних мов та країнознавства Інституту туризму і менеджменту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Коло наукових інтересів – питання особливостей практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної галузі США в університетах країни.

**Чужик Аза Семенівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземної мови Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – комп'ютерні технології у навчанні студентів іноземній мові.

**Швирка Вікторія Миколаївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – проблеми педагогіки вищої школи.

**Шевченко Олег Костянтинович** – кандидат філософських наук, асистент кафедри соціальної філософії Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Коло наукових інтересів – визначення форм діалогу філософії та туризму.

**Щука Галина Петрівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Коло наукових інтересів – організація процесу підготовки фахівців туристичної індустрії.

Наукове видання

**ВІСНИК**  
Луганського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
(педагогічні науки)

Відповідальний за випуск:  
к. п. н., доц. **Щука Г. П.**

Коректор: **Шутова Л. В.**

---

Здано до склад. 24.02.2009 р. Підп. до друку 24.04.2009 р. Формат 60x84 1/8.  
Папір офсет. Гарнітура Times New Roman. Друк ризографічний.  
Ум. друк. арк. 15,9. Наклад 200 прим. Зам. № 56.

---

**Видавництво Державного закладу**  
**«Луганський національний університет**  
**імені Тараса Шевченка»**  
вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20  
e-mail: [mail@luguniv.edu.ua](mailto:mail@luguniv.edu.ua)