

УДК 378

ПОНЯТИЙНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ВОСПИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА СРЕДСТВАМИ ТУРИЗМА

CONCEPTUAL SUPPORT OF EDUCATING BY MEANS OF TOURISM

К. Н. Пономарев

K. N. Ponomarev

НОУ ВПО «Российская международная академия туризма Казанский филиал», г. Казань

Аннотация. Туризм в России в последние десятилетия приобретает принципиально новый смысл. Очевидным становится его дидактический потенциал. Популярностью пользуется познавательный туризм. В статье представлены понятия педагогики туризма, раскрывающие сущностные процессы изменения сознания человека.

Abstract. Tourism in Russia has lately acquired a new meaning. Its didactic potential is becoming more obvious. Educational tourism is getting popular. The paper presents the concepts of pedagogy of tourism. These concepts reveal the essential processes of changes in human mind.

Ключевые слова: педагогика туризма, свободное время человека, познавательный туризм, специалист сферы туризма.

Keywords: pedagogy of tourism, one's free time, educational tourism, tourism specialist.

Актуальность исследуемой проблемы. Любая наука нуждается в языке объяснения явлений, изучаемых сообществом ученых, ее представляющих. Они говорят и пишут на разных языках, порой вкладывают разный смысл в одни и те же понятия. Другая характерная проблема – это изменение смысла понятий или появление новых. Это закономерно, поскольку любая наука во многом адекватно определяется интерпретацией используемых терминов, понятий, определений, которые отражают ее реальные явления и процессы, изменяющиеся с течением времени. Педагогика туризма достаточно новая наука, она нуждается в корректировке имеющихся понятий, а часто и в введении новых.

Материал и методика исследований. Работа велась на экспериментальной площадке Казанского филиала Российской международной академии туризма. Ее цель – расширить понятийный аппарат педагогики туризма, что позволит выявить познавательный потенциал популярной сферы деятельности человека.

Основной задачей данного этапа исследования выступает раскрытие требований к подготовке специалистов для организации познавательного туризма.

В процессе работы по отработке понятийного аппарата педагогики туризма использованы следующие методы:

- статистический анализ количественных изменений потоков туристов с познавательными потребностями;
- смысловой анализ существующих терминов педагогики туризма, анкетирование преподавателей, экскурсоводов, гидов и т. д.;

– анализ определений, приведенных в философской, педагогической и других энциклопедиях.

Результаты исследований и их обсуждение. Диалектически оправдано, что если термин или понятие, а часто и определение не отображают изменившуюся сущность явления или процесса, то необходимы или их коррекция, или изменение определения, поэтому некорректно говорить о ложности или истинности понятий, но дискуссировать об их разумности, необходимости, значимости можно и нужно [1, 33].

Туризм как сфера деятельности человека своими корнями уходит в далекое историческое прошлое. Это достаточно полно показано в работе И. В. Зорина «Феномен туризма». Но в последнее десятилетие туризм, становясь массовым, по-новому стал оказывать влияние на развитие личности.

По данным опроса значительную часть туристов интересует познавательный потенциал тура, и не только музейный или исторический, но и социальный, политический, и даже философский, поэтому туризм как наука и, тем более, как отрасль педагогики начал развиваться совсем недавно [4, 47].

Это объясняет объективность процесса уточнения устоявшихся понятий, появления новых и их раскрытия. Данное обстоятельство определяет необходимость при текстовом изложении обозначенной проблемы начать с представления авторской интерпретации ключевых терминов, понятий, используемых в исследовании.

Здесь надо пояснить, что при исследовании проблемы развития туризма как сферы деятельности человека в современном понимании подвергнутся рассмотрению традиционные термины, где требуется только их уточнение. Некоторые термины приобрели принципиально другой смысл, и их надо изучить и дать современную интерпретацию определения. Есть необходимость введения и новых понятий, в которых нуждается научное исследование туризма. При введении таковых надо доказать их необходимость, пояснить смысл и дать определение.

Еще одно замечание: в процессе представления тезауруса терминов и понятий нет необходимости строгой их группировки, достаточно только указать, к какой группе относится данный термин или понятие [4, 17].

Итак, первым ключевым понятием данного исследования является «туризм» и его производные – «сфера туризма», «туристическая индустрия», «туристический бизнес». Все приведенные выше термины уже отражают принципиальные изменения во взаимоотношениях людей разных территорий и стран.

Еще полвека назад передвижение людей с целью самим увидеть, как живут люди в других странах, было явлением редким. Такая потребность удовлетворялась опосредованно или через литературные описания, или через научно-популярные программы телевидения, такие как «Клуб кинопутешественников», «Непутевые заметки», «С миру по нитке» и т. д. Сегодня человек предпочитает все увидеть сам, следуя поговорке «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Этому способствует ряд объективных факторов, таких как доступность и комфортность средств передвижения, осознание личностной значимости свободного времени, развитая сфера гостеприимства многих европейских стран и т. д.

Таким образом, туризм как понимание тяги к путешествию отдельных людей, готовых к некоторым бытовым лишениям ради удовлетворения своих познавательных интересов, перешел в понимание массового удовлетворения этих интересов в условиях комфортного отдыха.

Термин «свободное время» человека традиционно дискусируется в философии как проблемная категория. Амплитуда понимания «свободного времени» достаточно широка. Свободное время понимается и как время восстановления сил для последующей работы, и как время, высвобожденное для удовлетворения личностных умственных, физических потребностей [3], [5], [6], [7].

Не ставя перед собой цели исследования понимания свободного времени для разных категорий населения, отметим, что в классических работах философов, как правило, разговор ведется о свободном времени человека, занятого в материальном производстве. Для данной работы важно рассмотреть более широкий спектр населения. Это и рабочий, и крестьянин, и учитель, и врач, и предприниматель, и так называемый «белый воротничок» – словом, средний класс или просто обыватель, то есть человек, который ждет «отпуск» и планирует, как его интересно использовать и для ума, и для физического тела [8].

Как показывают исследования, значительное число респондентов, строящих свои планы на предстоящий очередной отпуск, мечтает удовлетворить свой познавательный интерес. Они даже просматривают долгосрочную перспективу на три-четыре года вперед, когда и что они посетят и как эти туры познавательно взаимосвязаны.

Таким образом, категория «свободное время» в понимании туризма может интерпретироваться как заработанное человеком в течение некоторого рабочего периода время, которое он хочет потратить на удовлетворение своих познавательных потребностей. Для этого необходимы следующие условия:

- туризм должен предложить маршруты, где органично, ненавязчиво сочетаются физический отдых с активной познавательной программой;

- менеджеры маршрутов должны прогнозировать рентабельность тура, рассчитывая на массового, грамотного, но не очень состоятельного обывателя.

Следующим термином, требующим педагогической интерпретации, выступает «обыватель как базовый потребитель туристской продукции».

«Обыватель» в русской литературе несет нарицательный смысл, олицетворяя человека, лишенного общественного кругозора, живущего мелкими личными интересами [3, 429]. Наверное, это так, но необходимо согласиться и с тем, что это значительная часть населения, которую часто называют молчаливым большинством. И эта часть населения, по сути, является основным потребителем товаров широкого спроса, каким и должен стать популярный туристический маршрут. В этом смысле категория обывателя может исследоваться в двух аспектах: как социальный и как дидактический.

Социальный аспект можно интерпретировать как образ жизни, что является философско-социологической категорией, интегрирующей совокупность различных видов деятельности человека, которые зависят от условий жизни. Это дает основание комплексно, во взаимосвязи рассматривать все сферы жизнедеятельности человека, его труд, быт, уровень культуры, поведение, обусловленные укладом, семейными традициями, уровнем и качеством жизни.

Как только начинается более подробное исследование образа жизни обывателя, так сразу нарицательный налет от смысла этого термина спадает, так как такой образ жизни характерен для большинства жителей, у которых единственный товар – способность к трудовой деятельности. В зависимости от цены труда проектируется и личностное отношение к окружающей социальной действительности. Хотим мы того или не хотим, основное противоречие между трудом и капиталом остается незыблемым. Работодатель

старается максимально обесценить труд человека, а индивид, как правило, считает, что его труд недооценен. Где мера справедливого распределения? Не пытаясь разрешить это извечное противоречие, можно утверждать одно – великое достоинство обывателя заключается в его удовлетворенности малым. Ему больше не надо, если хватает на скромную, но достаточно комфортную жизнь. Другими словами, если такой обыватель просчитал, что его отпускных денег хватит на туристическую поездку, то он предпочтет ее другим, даже более важным затратам.

Таким образом, в нашем понимании обыватель – среднестатистический индивид общества, который не претендует на роскошный отдых, но всегда готов посвятить свое свободное время познавательному комфортному туризму. В настоящее время познавательный туризм становится ведущим сектором отрасли и по статистике почти в три раза превышает темпы роста других секторов [4, 47].

Исследование, связанное с проблемой подготовки специалистов в области организации отдыха трудового человека средствами туризма, не может обойтись без понимания термина «комфорт».

Комфорт – английское слово, что в переводе обозначает совокупность бытовых удобств, благоприятных для нормальной жизнедеятельности организма. Так этот термин трактует словарь иностранных слов [6, 242]. Туристский терминологический словарь расширяет это понятие до состояния внутреннего спокойствия, отсутствия разлада с собой и окружающим миром. Дается и понимание физического комфорта, когда человек ощущает хорошее физическое состояние при определенных сочетаниях температуры, влажности, воздействия лучистого тепла, в состоянии покоя или легкого физического напряжения. Комфортность определяется фактическим уровнем психологического и физического обслуживания в гостинице, ресторане и других учреждениях индустрии туризма [7, 211–212]. Несмотря на достаточно широкое толкование этого термина, оно не охватывает всех его аспектов. Например, какова амплитуда восприятия комфорта различными типами людей? Каковы границы комфорта для туристического маршрута? Может ли комфорт определяться принципом необходимости и достаточности?

При рассмотрении проблемы организации массового познавательного туризма необходимо обозначить его естественные ограничения.

С одной стороны, не имеет смысла рассматривать аскетические или спартанские условия туристского отдыха, поскольку они близки к спортивному туризму, а это отдельная проблема, с другой – в познавательном туризме нет условий, которые можно отнести к роскошным как минимум по двум причинам: а) роскошные условия туристского отдыха не располагают к познавательной деятельности; б) обыватель не намерен тратить напрасно заработанные средства.

Таким образом, понятие комфорта для обывателя, стремящегося к совмещению туристского отдыха с познавательной деятельностью, можно определить как привычные для него условия жизни, сравнимые с домашними, и не напряженный физически доступ к историческим, культурным ценностям туристских объектов, туристскому отдыху.

Следующим необходимым понятием педагогики туризма можно обозначить «профессиональное самосознание специалиста сферы туризма».

Для более широкого толкования этого понятия мы считаем необходимым в некоторых характеристиках дополнить предыдущие понятия. Понятно, что одна из важнейших сторон интеграции России в культурное мировое пространство может быть обозначена

как доступность исторических и культурных достопримечательностей мира для достаточно большого количества населения страны. Это та часть населения, которую мы уже назвали «обыватели». Обыватель, напомним, это человек, живущий личными интересами. Плохо это или нормально – судить не нам. Важно то, что именно обыватель является основным клиентом любой туристической фирмы. Как же можно его охарактеризовать? Такой турист не имеет никакого отношения к туризму как виду спорта. Он на все смотрит с любительской точки зрения, интересно ему или нет, приятно или нет, утомительно или хорошо, то есть как обыватель. В этом не должно быть ничего предосудительного, наоборот, это должно считаться желательной нормой.

Итак, что же интересует туриста-обывателя? Наверное, можно предположить, что в первую очередь – комфортный отдых там, где он не бывал. Во вторую очередь ему интересны достопримечательности в шаговой доступности и рынок в разных его проявлениях.

Такое краткое описание массового туриста, естественно, нельзя считать корректным, оно требует достаточно кропотливого исследования, чтобы выявить возможные уровни туристических интересов таких клиентов, этапы развития их потребностей.

Представленная характеристика может быть принята как первичная, гипотетическая, но позволяющая определить психолого-педагогические требования к персоналу туристической фирмы.

Понятно, что для удовлетворения потребностей обывателя – потенциального туриста, который, как известно, всегда прав, необходим не просто профессиональный специалист, не просто человек, пришедший по призванию на эту работу, а человек с определенным доминирующим видом интеллекта, который характеризуется своеобразным типом акцентуации и сформированным профессиональным самосознанием.

Встает вопрос: когда, как и какие педагогические условия необходимы для отбора, обучения, развития и саморазвития потенциального работника индустрии туризма?

Для ответа на поставленный вопрос необходимо рассмотреть возможные взаимодействия туристского профессионального учебного заведения и потенциальных абитуриентов.

Первый вариант – традиционный: он предполагает прием документов для поступления в учебное заведение от всех желающих выпускников школы. В этом случае происходит естественный, спонтанный отбор потенциальных специалистов туристского бизнеса.

Второй вариант может быть организован целенаправленно в соответствии с концепцией профильного обучения. В этом случае туристский вуз организует специализированные подшефные профильные школы, классы в доступных районах, где по своим программам целенаправленно будет готовить абитуриентов. Тогда модель саморазвития специалиста индустрии туризма может быть обозначена в следующем виде: идеально первичный отбор должен происходить на этапе комплектования профильных классов в кластерных подразделениях профессионального высшего туристического учебного заведения. На этом этапе абитуриенты отбираются по видам интеллекта, что можно определить тестированием и адаптированными методиками. Следующий этап – это начало формирования профессионального самосознания учащихся, смысл которого можно описать так: учащиеся профильной школы в процессе изучения основ туризма понимают особенности разных видов деятельности в этой сфере и начинают их соотносить со своими психофизиологическими, физическими, умственными особенностями, которые они тоже познают в процессе учебы. В этот период учащиеся осознают и принимают для себя те профессиональные

спектры сферы туризма, где они будут способны к саморазвитию, что позволит им на следующем этапе более точно определить свою туристическую направленность при выходе на высшее профессиональное образование.

На следующем этапе профессионального саморазвития студента в высшей школе важным становится дидактическое обеспечение его профессионального становления. Здесь необходимо отметить, что процесс профессионального обучения в вузе предусматривает значительную долю самостоятельной работы студента, означающее именно его саморазвитие. Но также можно подчеркнуть, что самостоятельная работа студентов (особенно туристических учебных заведений) не отработана ни дидактически, ни методически и сводится к самостоятельному прохождению учебного материала вопреки всем законам психологии и закономерностям дидактики. Здесь необходимо пояснить, что сама новая система самостоятельной работы студентов не отработана в целом. Традиционно самостоятельная работа студента предполагала начало усвоения программного материала с помощью преподавателя. На этом этапе он должен был его понять и самостоятельно довести усвоение до уровня свободного применения. Консультации предполагали работу с теми студентами, которые новый материал недопоняли. На это выделялось бюджетное время. Полное усвоение нового материала проверялось на контрольных работах. В этом варианте основные дидактические условия и психологические законы усвоения студентом нового учебного материала выдержаны [2].

Новая парадигма самостоятельной работы студентов предполагает весь процесс усвоения половины нового материала переложить на студента.

Вузу рекомендуется организовать самостоятельную работу студентов, для чего необходимо:

- предоставить информацию об источниках нового материала. Другими словами, надо обеспечить доступ к учебникам и дополнительной литературе;

- составить график выполнения самостоятельной работы и график консультаций, хотя бюджетного времени на это не выделено. Это значит, что на консультации (а это индивидуальная работа) не выделены ни время, ни место. Эту работу преподаватель должен выполнять в режиме своего личного времени;

- предоставить студенту методические рекомендации по учебному материалу, выделенному для самостоятельного изучения, определить критерии оценки. Эту работу, естественно, тоже должен делать преподаватель на общественных началах, но проблема в другом: какие бы совершенные рекомендации не были даны студенту, большинство из них не смогут разобраться самостоятельно в новом учебном материале, даже в гуманитарном цикле дисциплин. Это законы психологии.

Таким образом, можно говорить о том, что профессиональное саморазвитие студента должно быть организовано дидактически на основе психологических законов усвоения учебного материала, куда входят и профессиональные компетенции. В качестве такого дидактического обеспечения могут выступать профессиональные тренинги, компьютерные симуляторы, методически отработанные непрерывные практики.

К завершению обучения в вузе студент должен максимально полно представлять те специальности туристической индустрии, где он будет чувствовать себя комфортно, видеть перспективу своего профессионального саморазвития, а клиент всегда будет удовлетворен его работой.

На основе такой модели можно сформулировать стратегическую цель разработки концепции подготовки персонала для индустрии туризма: выпускник высшего туристического учебного заведения должен быть убежденным в правильности своего профессионального выбора на основе осознанности своих способностей. Он готов и морально, и компетентно выполнять все профессиональные функции на конкретном рабочем месте и способен прогнозировать возможности своего саморазвития конгруэнтно развитию сферы туризма.

Следующая группа терминов должна охарактеризовать вышеобозначенные профессии сферы туризма, которые фактически существуют, но конкретного названия не имеют. К такой профессиональной деятельности можно отнести содержательную разработку туристического маршрута, тогда сама профессия может называться «туррежиссер», а специалист, хорошо знающий содержание туров, – «туровед». Важен для сопровождения тура и специалист, способный познавательного его представить. Такую профессию можно назвать «туровод».

Подробно остановимся на описании каждой из них.

Туррежиссер. Нужен ли туристическому маршруту режиссер? Ответ на этот вопрос не так прост, как кажется на первый взгляд. Чаще всего этот термин применяется в области театра и кино и переводится как управляющий или как постановщик спектакля или фильма [3, 423, 436].

Как же организуются туристические маршруты?

Практика организации туров показывает, что они как бы соединяются из блоков, абсолютно не зависимых друг от друга. Например, страна представляет в виде буклетов свои объекты для посещения туристов, а туроператор может соединять их в различные траектории, ориентируясь на пожелания клиента. Кажется, все логично, соблюдены интересы потребителя, но это потребности вчерашнего туриста, когда он стремился только увидеть новые места и активно отдохнуть. В таком туре нет сценария, нет познавательной идеи, это стохастический процесс распределения клиентов по турам. Для первичного удовлетворения потребностей статистически незначимого количества туристов этого было достаточно.

Для массового потребителя туристского продукта важно иметь понятный, соответствующий его целенаправленному интересу сценарий тура, отработанный по полной программе от точки выезда до всех познавательных объектов с полной содержательной или исторической или культурной оснасткой. Другими словами, стратегической компетенцией туристского режиссера можно считать умение разрабатывать интересные культурно-исторические сценарии целостных туров и умение выстраивать логическую проблемно-познавательную связь между турами.

Работа туристского режиссера должна быть плодотворной как при отработке уже сложившихся туров, так и при создании новых. Искусство туристского режиссера заключается в том, что он может раскрыть и интересно показать туристские объекты там, где, казалось бы, и прицепиться не за что. Подробному рассмотрению деятельности туристского режиссера необходим отдельный параграф монографии, здесь же только важно обоснование введения такого понятия в научный оборот педагогики туризма.

Следующим логически необходимым понятием выступает «туровед». Это специалист, который знает и умеет показывать потенциальному клиенту интеллектуально-познавательную и достаточно комфортную привлекательность тура. Туровед – это специальность, требующая гуманитарной подготовки в условиях специализированного высшего

учебного заведения. В программу подготовки данного специалиста должны входить и политические науки, и исторические курсы, и культуроведение, и педагогика, и психология. Такой специалист способен раскрыть замысел туристского режиссера по конкретному туру. Эта работа важна на этапе презентации тура, в задачу которого входит и формирование познавательных потребностей основной массы потребителей тура. В каком-то смысле работу тураоведа можно сравнить с тест-драйвом автомобиля. Если автоспециалист в процессе тест-драйва автомобиля показывает все его достоинства и технические возможности, обозначает соответствие цены и качества и социальную доступность, то туравед должен показать культурно-познавательную ценность маршрута, его комфортную и материальную доступность и соответствие познавательным интересам и возможностям клиента.

Другая специализация может быть обозначена как туравод. Эта деятельность связана с сопровождением группы туристов по всему маршруту. В существующей туристской практике компетенции туравода выполняют гид и экскурсовод.

В чем разница между ними и зачем нужен новый термин?

Гид в переводе с французского означает «сопровождающий», в народе он ассоциируется с изречением: «Посмотрите налево, посмотрите направо», то есть, по сути, гид формально сопровождает туристов до конкретного объекта.

Экскурсовод – это руководитель экскурсии, который представляет туристам объекты показа, рассказывает о данных объектах, разрабатывает содержание экскурсии [3, 85, 638].

Казалось бы, что функции этих специалистов должны удовлетворить потребности туриста, в каком-то смысле они их и удовлетворяли, но это были первичные потребности, когда турист не особо вдавался в смысл своего тура. Путевку купил туда, куда досталось, посмотрел то, что показали.

Функции туравода направлены на реализацию целостного, целенаправленного, познавательного содержания всего тура. Схематически функции туравода схожи с функциями учителя, организующего экскурсию ученикам, только в случае коммерческого тура выступают люди с другим уровнем познавательных интересов, которым нужен комфортный отдых.

Резюме. В данной статье представлены базовые понятия в интерпретации автора, их цель – раскрыть сущность идеи инновационного подхода к организации туризма как сферы познавательной деятельности человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волковысский, Р. Ю. Определение физических понятий и величин / Р. Ю. Волковысский. – М. : Просвещение, 1976. – 48 с.
2. Каташев, В. Г. Профессиональное самосознание учащихся / В. Г. Каташев. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 1994. – 103 с.
3. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Рус. яз., 1960. – 900 с.
4. Пономарев, К. Н. Синергетическое прогнозирование политического становления личности средствами туристической педагогики / К. Н. Пономарев. – Казань : Универсум, 2013. – 176 с.
5. Пономарев, К. Н. Синергетика как общая методология современного образования и возможный подход к исследованию педагогических проблем туризма / К. Н. Пономарев // Вестник Чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева. – 2013. – № 3 (79). – С. 130–135.
6. Словарь иностранных слов. – 15-е изд., испр. – М. : Русский язык, 1979. – 606 с.
7. Туристический терминологический словарь. – М. : Советский спорт, 1999. – 384 с.
8. Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.