

7. Ministry of Education. Statisztikai tájékoztató. Felsőoktatás 2002 – 2003 // Statistic Data. Higher Education 2002–2003. – Budapest: Ministry of Education, 2003.

8. Sárdi Cs. English Language Needs and Course Design. – Székersfehervar: Kodolányi János Főiskola, 2002.

9. Sárdi Cs. Foreign language needs in higher education in the light of the national and the European requirements // Hervai Szabó Syöngyvér (ed.) Callenges on Multisectural Higher Education. – Székersfehervar: Kodolányi János Főiskola, 2003. – P. 124–139.

10. Tadeyeva M. The Problem Training Specialists of Foreign Languages “English” and “Geman” in the Internatonal University “RIEN” named after academician Stepan Demianchuk // Callenges on Multisectural Higher Education. – Székersfehervar: Kodolányi János Főiskola. – P. 149–151.

УДК 37.013

УДК 378.147

Татко І.Б.

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглядається проблема культурологічної направленості професійної підготовки фахівців сфери туризму. Проаналізовано феномен соціокультурного туризму, його значення для розвитку суспільства як цілісної системи. Приділено увагу питанню міжкультурної комунікації в контексті розвитку культурного туризму та підготовки до неї фахівців сфери туризму.

В статье рассмотрена проблема культурологической направленности профессиональной подготовки специалистов для сферы туризма. Проанализирован феномен социокультурного туризма, его значение для развития общества как целостной системы. Уделено внимание вопросу межкультурной коммуникации в контексте развития культурного туризма и подготовки к ней специалистов сферы туризма.

The article researches the problems of professional education of the specialists for the sphere of tourism, especially the role of cultural side of training. The phenomenon of sociocultural tourism is outlined, and its role for the development of the society as the integral system is considered. The problem of cross-cultural communication in a context of development of cultural tourism is analyzed and training of future specialists of tourism for it.

Туризм – це перш за все комунікативний процес, процес спілкування між людьми в межах однієї країни (внутрішній туризм), а також це спілкування між народами, вивчення іншої культури, досвіду, що приводить до встановлення міжнародних культурних зв'язків (міжнародний туризм). Туризм має на меті задовольняти рекреаційні та інтелектуальні потреби людей. У контексті забезпечення процесу комунікації між країнами туризм є складовою частиною міжнародного співробітництва людей. Сприяючи розвитку процесу інтеграції, туризм залучає людей до світової культури. У документах світової конференції з питань

культурної політики (1982 р., Мехіко) відзначалось, що “культура сьогодні може розглядатися як комплекс визначальних ознак – духовних і матеріальних, інтелектуальних та емоційних, – характерних для певного суспільства чи соціальної групи. Крім мистецтва і літератури, вона включає способи життя, основні права людини, системи цінностей, традиції та вірування, туризм” [2, 18].

Культурний туризм, як вид туристичної діяльності, вважається одним із найважливіших секторів на туристичному ринку, що продовжує зростати. Сучасного мандрівника, споживача турпродукту, уже не задовольняє відпочинок на морі, що став занадто буденним. Усе гостріше відчувається потреба в альтернативних ресурсах, тому актуальним стає створення турпродукту на базі історико-культурної спадщини країн світу. Культура і туризм взаємозалежні, і цей зв'язок взаємовигідний. Досвід країн з добре розвинутою туристичною сферою засвідчує, що туризм є “спонсором” історико-культурної спадщини, а культурний туризм у свою чергу не може існувати без історико-культурної бази.

Туризм не лише задовольняє потребу в подорожах, але й розвиває, культивує цю потребу. Культурі, щоб мати попит у світі, необхідна підтримка і з боку туризму. А туризму для його розвитку та розквіту потрібна культурна складова. Це без перебільшення є основою міжнародних культурних і туристських обмінів і співробітництва. Партнерство культури і туризму, тісне співробітництво між ними – вимога сьогодення.

Кожна місцевість має свої туристичні ресурси, які вимагають особливого, професійного підходу до їх використання для цілей туризму. Масові подорожі людей в інше соціокультурне середовище прискорюють процеси економічної та культурної взаємодії, інтенсифікують міжкультурну комунікацію.

У контексті змін, що відбуваються в туризмі, професійна підготовка фахівців для цієї сфери має враховувати ці зміни і швидко на них реагувати перебудовою в освіті. Успішний розвиток туризму значною мірою залежить від якісної професійної підготовки цієї сфери.

Перші спроби соціально-філософського аналізу феномена “туризм” зроблено в Україні не так давно, цьому сприяло швидке розширення сфери туристичної науки та освіти в Україні. Українські дослідники В.Г. Антоненко, В.С. Горський, С.В. Горський, І.А. Зязюн, О.І. Левицька, Я.В. Любимий, В.В. Лях, В.С. Пазенок, Е.В. Слободенюк, В.К. Федорченко, В.І. Цибух, М.В. Цюрупа, Ю.І. Яковенко, П.Л. Яроцький проводили соціально-філософське дослідження туризму. У працях В.Г. Антоненко і В.В. Ляха розкривається роль туризму як важливого чинника взаємоближення та культурної взаємодії народів, Я.В. Любимий розкриває туризм як глобальну синергію культур. Вивчається паломницький туризм як важливий засіб духовного піднесення людини (П.Л. Яроцький), а також аналізуються соціологічні аспекти туризму (С.В. Горський). У праці Е.В. Слободенюк феномен “туризм” розкритий як

чинник гуманізації відносин між народами. У працях В.К. Федорченко аналізується система професійної підготовки фахівців сфери туризму у світі та в Україні.

Наукові погляди на зміст понять “соціум”, “суспільство”, “культура”, “соціокультурне”, розкриті у працях філософів і педагогів М.Вебера, Й.Гердера, В.П. Максаківського та інших, покладені в основу змісту поняття “соціокультурні знання”.

У статті ми розглянемо питання взаємозв'язку туризму і культури, культурного туризму, а також деякі аспекти підготовки фахівців для сфери туризму.

Останнім часом туризм став масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу. Його розвиток стимулює поширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між країнами і народами всього світу. З економічної точки зору туризм є однією з найбільш перспективних галузей національної економіки багатьох країн. Однак крім економічного значення туризм відіграє важливу роль для розширення меж взаєморозуміння і довіри між людьми різних релігій і культур. Туристська діяльність не обмежується лише торгівлею товарів і послуг або пошуком нових ділових партнерів. Усе більше людей долають великі відстані, щоб залучитися до іншої культури, отримати нові враження і розширити своє світосприйняття. Таким чином, туризм сприяє збереженню культурної спадщини, обміну культурної інформації тощо. У цьому значенні туризм є формою міжкультурних комунікацій. Термін “міжкультурна комунікація” з'явився відносно недавно. З 1960-х років він уживається все частіше в різних комбінаціях, таких, як “культура і комунікація”, “міжкультурна комунікація”, “міжнародна комунікація”, “міжкультурне взаєморозуміння”, “інтеркомунікація” тощо. У процесі міжкультурної комунікації передається і засвоюється соціокультурний досвід, відбуваються зміни суб'єктів, які взаємодіють, формуються нові особисті якості. Поряд з традиційним розумінням туризму як сфери економіки туризм розглядається як соціокультурний феномен, як галузь культури і людської діяльності. Туризм як різновид соціокультурної діяльності, на відміну від багатьох інших способів сприйняття культурного і природного середовища, емоційно забарвлює процес заглиблення індивіда в невідомі пласти вітчизняної або світової культури, споглядання культурних і природних ландшафтів, наслідком чого є інтелектуально-духовне збагачення особистості. Культура, у свою чергу, є складним соціальним організмом, який народжується, живе і вмирає, даючи дорогу новим культурним явищам. Здійснення міжкультурної комунікації дає надію на збагачення національних культур. Водночас цей процес може мати загрозу забуття та витиснення власних культурних цінностей. Міжкультурна комунікація здатна приводити як до позитивних, так і до негативних наслідків. У процесі розвитку людської цивілізації міжкультурна комунікація повинна бути гарантією існування самих культур.

За визначенням Організації Об'єднаних Націй, туризм є одним з необхідних видів людської діяльності, що заслуговує на схвалення та заохочення всіх народів та урядів. Масовий міжнародний туризм є миротворчим фактором, що розвиває спілкування людей різних національностей, різних релігій, виховує повагу до іншої культури, історії, побуту тощо. За прогнозами ВТО, у XXI столітті, безсумнівно, відбуватиметься подальша глобалізація туризму у світі, прискориться процес перетворення туризму у провідний комплекс світового науково-культурного та індустріального розвитку. Початком цієї тенденції був новий підхід до науки та культури, освіти і туризму у світі, безперечно, в Україні.

Лише безпосередній живий контакт індивідів, які представляють різні регіони, країни та континенти планети, може сприяти взаєморозумінню, довірі, солідарності. Масовість таких безпосередніх контактів забезпечує туризм, водночас гуманізуючи безособові, висококультурні або навіть конфронтаційні, економічні, політичні, міжетнічні зв'язки. За наявності багатьох глобалізаційних факторів, що посилюють економічну, політичну, міжцивілізаційну напруженість у сучасному світі, туризм відноситься до таких чинників, що мають значний потенціал для гуманізації відносин між індивідами, соціумами, народами, країнами і групами країн. Створюючи нові робочі місця, розвиваючи не тільки об'єкти рекреаційної індустрії, але й суміжні з нею галузі, сприяючи охороні природних, історико-культурних пам'яток, а також взаємопроникненню культур, взаєморозумінню та толерантності між представниками різних соціумів, самовдосконаленню та самореалізації особистостей, установленню довірливих відносин, туризм виконує на планеті не лише рекреаційну, але й важливу гуманізуючу й інтегруючу функції, формуючи певні фундаментальні засади глобальної солідарності [4, 7].

Соціальна взаємодія та комунікація є складовими туризму, тому туризм виконує функцію комунікації, яка орієнтована на встановлення відносин довіри та взаєморозуміння, стимулює взаємодію інших сфер життєдіяльності суспільства. Сфера туризму забезпечує і поширює взаємодію народів, країн. Туризм виконує важливу роль мережі гуманістично орієнтованої комунікації, зближує ціннісні орієнтації, розширює можливості порозуміння, координує сумісні дії відповідно до природних, економічних, соціальних, політичних, історичних, культурних умов кожного суспільства. Саме в туризмі культурне самовираження народу завжди викликає інтерес. Туризм – найкращий спосіб ознайомлення з іншою культурою. Гуманітарне значення туризму закладено у використанні його можливостей для розвитку особистості, її творчого потенціалу, розширення знань. Потяг до знань завжди був невід'ємною рисою людини. Поєднання відпочинку з пізнанням життя, історії і культури іншого народу – одне із завдань, яке туризм може вирішити повною мірою. Побачити світ своїми очима, почути, відчути – важливі частини функції туризму, вони мають величезний гуманітарний потенціал.

Ознайомлення з культурою та звичаями іншої країни збагачує духовний світ людини.

У контексті наукового, культурного і природного спадку туризм розглядається як ефективний засіб масового попиту, доступності наукових, культурних і рекреативних цінностей як діючий канал і джерело збереження, пізнання культурного спадку шляхом його використання в інтересах науки, миру та розвитку людства. Цей підхід орієнтовано на взаємозалежність науки, освіти, культури, спорту і туризму, на підтримку культури через туризм і розвиток туризму завдяки багатству культури. Культурний туризм має стати відповіддю на виклик глобалізації. Хартія наукового і культурного туризму, прийнята ЮНЕСКО і ВТО (Всесвітня Туристська Організація), дає таке визначення: “Науковий і культурний туризм має на меті *inter alia* – особисте пізнання наукових досягнень і відкриття історичних місць і пам’яток”.

Науковий і культурний туризм багатосторонній і багатофункціональний. Для фахівців сфери туризму – це джерело зайнятості, професійної діяльності тощо. Для функціонування об’єктів науки і культури туризм є гарантією наукових досліджень, нових відкриттів, збереження втраченого, виставок, музеїв, театрів, проведення фестивалів тощо. Це є сферою прямого спілкування, імпульс до взаємозбагачення, взаємоповаги завдяки науковій і культурній діяльності людей під час подорожей. Культурний туризм зробив значний прорив. Він став новим важливим вектором політики і діяльності ЮНЕСКО як сфери плідного партнерства. Культурний туризм стає джерелом фінансових надходжень для відновлення і збереження матеріальної і нематеріальної культури. Без визначних пам’яток культурного спадку туризм не зміг би існувати. На культурних заходах туристи становлять значну частину публіки, будь-то фестивалі, карнавали, виставки тощо. У прямому зв’язку з відвідинами туристами є і розквіт, і занепад музейної справи.

Туризм є важливим інструментом соціального розвитку, а професійний підхід до його використання забезпечує державам розвиток економіки, регіонів, високі прибутки, прогрес у всіх сферах суспільного життя. Туризм має універсальну природу як багатовимірне явище, комплексність якого складається з внутрішнього світу, духовного життя та світогляду самої людини, з її прагнення до пізнання навколишнього світу, саморозвитку, установлення контакту з іншими народами та культурами. Культурний туризм впливає на формування світогляду людини, допомагає їй через ознайомлення з іншою культурою глибше пізнати свою.

Туризм – це “входження” індивідів в інше соціокультурне середовище, зустріч і діалог з ним не тільки на особистісному, але й інституційному рівні. Потрапляючи з різних причин в інше географічне та соціокультурне середовище, інший регіон своєї чи чужої країни, людина зазнає певного культурного та комунікативного впливу, набуває нового досвіду. Це може досить відчутно позначитися на характері соціального сприйняття ключових життєвих

цінностей та орієнтацій індивідів, їх груп, вплинути, навіть змінити їхні світоглядні принципи і переконання, дозволяє зрозуміти не лише нові якості навколишнього світу, але й відкрити нові, досі невідомі сторони власного глибинного ества. Ці процеси стають сьогодні масовими і потребують поглибленого соціально-філософського, культурологічного дослідження [4, 12].

У туристичній життєдіяльності людина реалізує різноманітні потреби: відновлює свій фізичний і психічний стан, отримуючи позитивні емоції від природи, історичних і культурних пам’яток, подорожуючи, задовольняє пізнавальні потреби через ознайомлення з “іншими світами”, самореалізується. Аналіз потреб людини є особливо важливим через те, що вони є частиною суспільних потреб. Туристи – це найбільш динамічна частина суспільства, і тому вони мають розвинені суспільні потреби, обов’язкові для вивчення з метою найкращого їх задоволення. Більше того туристична діяльність сприяє не тільки задоволенню, але й розвитку як потреб, так і суспільства в цілому, причому цей процес спрямовано у суспільно корисному напрямі.

Туристична діяльність пов’язана з усіма сферами життєдіяльності суспільства, особливо з матеріальною та духовною, які, у свою чергу, тісно пов’язані із самою сутністю та природою туризму. Соціальна та політична сфери життєдіяльності суспільства також пов’язані з туризмом, незважаючи на те, що під час подорожі туристи на перебувають у звичних соціальних і політичних умовах свого суспільства.

Туризм є різновидом соціальної комунікації, важливим гуманістично орієнтованим аспектом міжособистісної та міжсоціумної комунікації. Є три основні стадії, або етапи, комунікативного процесу в туризмі. По-перше, комунікація туриста у власному найближчому соціальному оточенні (сім’я, друзі) з приводу своєї майбутньої подорожі ще до початку її здійснення. По-друге, комунікація з навколишнім природним і соціокультурним середовищем під час самої туристичної мандрівки. Саме тут відбувається безпосередня комунікація між представниками різних народів, соціумів, культур. По-третє, комунікація туриста у власному первинному соціальному середовищі після повернення з подорожі. Міжнародним співтовариством цей процес найвірогідніше сприймається як формування, функціонування та розвиток певної інфраструктури, яка, з одного боку, забезпечує постійний безпосередній контакт соціокультурних систем різних народів, а з другого боку, в цій взаємодії поступово формується єдиний глобальний соціокультурний простір під час збереження самобутності національних культур [4, 17]. Кожне суспільство створює свої культурні форми, які існують століттями і не поступаються з легкістю іншим. З другого боку, людині притаманна риса наслідування, завдяки чому вона намагається запозичувати щось з іншої культури. Туризм має реальну можливість позитивно сприяти цьому процесу.

Рівень міжкультурної комунікації відіграє важливу роль у соціокультурному середовищі. Він

визначається рівнем освітньої, моральної, культурної готовності індивідуума до спілкування, бажанням розкрити власну сутність та зрозуміти сутність людини, яка є представником іншого народу, іншого соціокультурного середовища. Таким чином, крос-культурна комунікація впливає не лише на тих, хто безпосередньо бере участь у спілкуванні, але й на всю соціокультурну спільноту, до якої вони належать.

Можна виділити деякі характерні ознаки гуманітарної складової культури у сфері туризму:

- міжнародний туризм сприяє в цілому підвищенню якості життя, доступності культурних цінностей світового значення для все більшої кількості людей;

- гуманітарна направленість туризму чітко вимальовується в розвитку соціального туризму. Заохочується міжнародний туризм молоді, школярів, студентів з метою розширення їх кругозору;

- досягається рекреаційна мета в туристському середовищі. Відтворюється саме середовище, що поєднує природу, культуру і людину. Обережне ставлення туриста до природи виховує екологічну культуру;

- туризм дає широкі можливості для культурного спілкування. Людина завжди хоче пізнати навколишній світ та інших людей як ситуацію культурного спілкування. Формування здатності розуміння культури своєї країни та культури іншої країни є результатом живого спілкування. Туризм дає творчі імпульси для розвитку культури;

- приєднання до духовних цінностей та ідеалів культури різних народів сприяє естетичному і моральному розвитку людини;

- розвиток туризму повинен стимулювати збереження національної самобутності культури і бути заслоном проти засилля масової культури;

- розвиток туризму сприяє зміцненню національних особливостей традиції гостинності різних народів;

- демонстрація культурних традицій своєї країни іноземним туристам допомагає глибше їх зрозуміти і виховує патріотичні почуття, національну гідність[9, 37].

Отже, професійна підготовка фахівців сфери туризму має враховувати сучасні тенденції розвитку туризму і відповідати вимогам сьогодення. У сучасному світі успіх будь-якого підприємства визначається перш за все професійним рівнем його співробітників. Для туризму це також є характерним через особливість турпродукції як товару: його виробництво і споживання відбувається одночасно. Розвиток туризму як галузі, що задовольняє потреби населення в рекреації та оздоровленні, залежить від якості кадрів. Якість послуг у туризмі, якість турпродукту також визначаються якістю підготовки кадрів. Професійна підготовка фахівця сфери туризму включає не тільки засвоєння знань, умінь і навичок з технології туризму, але й формування якостей, які охоплюють увесь спектр поняття “культура особистості”, оволодіння навичками творчого мислення.

Розширення міжнародних контактів, можливість працевлаштування в іноземних компаніях в Україні або закордоном актуалізують необхідність володіння комунікативною культурою. Виникла необхідність досягнення взаємозв'язку культурологічних і педагогічних знань у процесі професійної підготовки фахівців сфери туризму тому, що культурологічна направленість професійної освіти буде сприяти підвищенню ефективності їх підготовки до трудової діяльності. Навчальний процес має будуватися з урахуванням культуротворчості професійної туристської діяльності. Культурологічна направленість професійної підготовки фахівців має бути забезпечена такими гуманітарними дисциплінами, які вивчають туризм у різних вимірах (економічному, соціальному, культурному, діяльнісно-психологічному): економіка туризму, менеджмент туризму, рекламна справа в туризмі, технології туристської діяльності, маркетинг туризму, політика у сфері туризму, право у сфері туризму, соціологія у сфері туризму, статистика у сфері туризму, інформаційні технології в туризмі, географія туризму, туристське ресурсознавство, історія туризму, теорія і практика міжкультурних комунікацій, соціальна психологія та етнопсихологія, культурна спадщина та екологія туризму, психологія та педагогіка туристської діяльності, рекреація, курортологія, іміджелогія і конфліктологія, культура поведінки та етикет у різних народів, іноземні мови професійного спілкування. Фахівці сфери туризму щоденно вирішують завдання комунікативного плану не лише рідною мовою, але й іноземною. Ділові зустрічі з іноземними партнерами, робота з іноземними туристами як екскурсоводами, аніматорами тощо вимагають від фахівця не лише достатніх знань з іноземної мови, але й знань з культури, історії країни, з представниками якої вони співпрацюють. Знання звичаїв, мовного етикету, норм поведінки створює позитивну атмосферу для спілкування, яка у свою чергу сприяє кращому порозумінню, що приведе до високих результатів у роботі. У цьому контексті іноземна мова є одним із засобів вивчення культурної комунікації і формування в майбутніх фахівців відповідної компетенції. За сучасних умов у межах дисципліни “іноземна мова” необхідно забезпечити не тільки мовну підготовку, але й культурологічну, яка допоможе в майбутньому подолати культурний бар'єр. Подолання культурного бар'єра є іноді важливішим, ніж подолання мовних перешкод тому, що культурні помилки є більш болісними, ніж мовні, їх важко пробачати і вони справляють негативне враження. Для фахівців сфери туризму та гостинності, які виконують роль посередників між народами і різними культурами, знання культурних особливостей, традицій тощо є життєво необхідним. Вони потребують знання, що допомагають орієнтуватися в культурних відмінностях народів, вести діалог з представником будь-якої культури, а з другого боку, гідно представляти свій народ і культуру в будь-якій ситуації. На цей час у ВНЗ туристського спрямування не існує така дисципліна, як “міжкультурна комунікація”, тому частково

задовольнити цю потребу допоможе вивчення міжкультурних комунікацій у межах дисципліни “іноземна мова”. Навчання іноземної мови має формувати комунікативну культуру фахівців сфери туризму, формувати і розвивати мовну, мовленнєву і соціокультурну компетенції, навчати норм міжкультурного спілкування іноземною мовою, розвивати культуру писемного, офіційного і неофіційного мовлення, а також реалізовувати соціокультурний розвиток студентів (здатність представляти свою країну і культуру в умовах іноземного міжкультурного спілкування). У контексті формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери туризму варто розглянути питання формування культури фахівця взагалі, культури, що має поєднувати високий професіоналізм, інтелігентність, соціальну зрілість тощо. Культура фахівця – це результат якісного розвитку знань, інтересів, переконань, норм поведінки тощо. Звичайно, лише дисципліна “іноземна мова” не здатна забезпечити всебічний розвиток студента. У навчальному процесі вкрай важливо враховувати міжпредметні зв’язки тому, що жодна дисципліна, відокремлена від інших, не може забезпечити культурологічну підготовку повною мірою. Система професійної освіти у сфері туризму має комплексний характер, у цій структурі філософсько-культурологічний компонент має бути домінуючим, таким, що визначає зміст, форми і методи гуманізації, що буде відповіддю на вимоги часу до підготовки високопрофесійних і конкурентоспроможних фахівців сфери туризму.

Змістовий компонент освіти включає теми з дисциплін, що містять науково-теоретичні знання, які мають соціокультурний зміст і розкриваються через ознайомлення з елементами матеріальної і духовної культури, еталонами соціального досвіду – способами освоєння природного довкілля, облаштування суспільного життя, з обрядами, звичаями, нормами соціально схвальної поведінки, пам’ятками природи і культури; висвітлюють досвід творчої діяльності, досвід емоційно-ціннісного ставлення до довкілля і до себе.

Актуальність наповнення соціокультурними знаннями змісту освіти зумовлена трансформаційними процесами, що відбуваються в освіті і спрямовані на гуманізацію, гуманітаризацію, перетворення освітнього простору в соціокультурний. Вищезгадані дисципліни відіграють провідну роль у формуванні соціокультурних знань, бо закладені в їх змісті знання і завдання курсів утворюють основу соціокультурної компетенції особистості.

Одна з моделей підготовки кадрів управлінської ланки для туризму пропонує включати вимоги особистого, загальнокультурного та професійного характеру [8, 135].

Фахівці зі сфери туризму повинні володіти соціокультурними знаннями для успішної професійної діяльності. Сутність соціального туризму розглядається в Монреальській декларації 1996 року. Соціокультурна – це складна гетерогенна система, що включає різноманітні за своєю предметною і соціальною природою елементи (матеріально-технічні

об’єкти, засоби праці і комунікації, матеріальні і духовні продукти, послуги, ідеологічні, мистецькі цінності, зразки і норми, відносини між людьми), які об’єднанні людською діяльністю [5, 6]. Соціокультурні знання сприяють засвоєнню цінностей суспільства, ознайомленню з нормами, правилами, взірцями соціально схвальної поведінки. Такі знання забезпечують гармонію у відносинах з навколишнім світом, що охоплює послідовно: людину – родину – громаду – націю (державу) – людство в цілому та природне довкілля. Система соціокультурних знань у результаті становить соціальну основу особистості. Це знання про специфіку соціуму, його географічне розташування, особливості буття (життєдіяльності) в певній природній, соціальній і культурній реальності, способи діяльності та освоєння природного середовища, мову, звичаї, релігію, політичні ідеї, правові та моральні норми, мотивацію економічної діяльності, контакти з іншими народами. Мотиваційний компонент засвоєння соціокультурних знань становить природний пізнавальний емоційний інтерес до середовища, в якому перебуває людина, усвідомлення потреби у знаннях. Соціокультурні знання, несучи інформацію про способи життєдіяльності суспільства в певному середовищі, дають змогу людині обрати свій спосіб адаптації до соціального і природного середовища, опанувати соціально схвальні способи поведінки відповідно до особистісних потреб, не вступаючи при цьому в конфлікт із суспільними вимогами, сформувати світогляд.

Соціокультурні аспекти різних видів туризму проявляються по-різному. Міжнародний туризм іноді може мати тенденцію до обмеження, а не до інтегрування у країні, що приймає. Іноземні туристи залишаються у власних межах культури і норм поведінки, не намагаючись змінити сформовані стереотипи під час короткого перебування за межами своєї країни, хоча іноді їх поведінка може бути не прийнятна для сторони, що приймає.

Під час організації міжнародних турів фахівці мають урахувати здатність своїх клієнтів сприймати чи не сприймати місцеву культуру у всіх її проявах. Наприклад, зацікавленість культурною спадщиною іншої країни нижче у групах туристів із низькими доходами. Такі особливості вимагають створення гнучких програм. Подолання соціокультурних бар’єрів, що стоять на шляху взаємопізнання та взаємозбагачення туристів, неможливе без організації належної освіти як для фахівців, так і для тих, хто подорожує. Туристи повинні володіти інформацією про країну відвідування, про норми поведінки, особливості в одязі, їжі тощо. У свою чергу сторона, що приймає, повинна спрямовуватись на створення належного комфорту для туристів. Дуже важливо популяризувати культуру обслуговування і престижність сфери туризму у країнах з розвинутою сферою туризму. Соціокультурні впливи проявляються не відразу, а через певний час. Так, розвиток міжнародного молодіжного туризму і висока культура його обслуговування сприятиме поверненню

туристів у цю країну, а також широкому залученню молоді до найкращих зразків світової культури і популяризації її особливостей серед своїх земляків, що, безперечно, позначиться на туристичному попиті [1, 45].

Всесвітня Туристська Організація (ВТО) сформулювала низку важливих положень у Хартії туризму у 1985 році, частина яких стосується взаємодосвідчин туристів і місцевого населення. Зокрема, туристи повинні розуміти і поважати звичаї, релігії, культуру країни, до якої вони прибули, як частину культурного спадку всього людства, утримуватись від підкреслювання культурних відмінностей, що існують між ними і місцевим населенням тощо.

Таким чином, раціональне використання культурного середовища, урахування соціокультурних особливостей туризму урізноманітнить його діяльність на ринку послуг, пом'якшить контакти між туристами та місцевим населенням, заохотить культурний обмін, що сприятиме розвитку країн і регіонів, збереження довкілля у вигляді унікальних природних та історико-культурних ресурсів, відродженню місцевих традицій тощо. Взаємозбагачення транснаціональних форм загальнолюдської культури відбувається значною мірою завдяки обміну соціокультурною інформацією поміж туристами. Щодо цього феномен “туризм” відіграє важливу роль у культурній взаємодії. Феномен “туризм” як індикатор соціокультурних трансформацій відбиває такі тенденції розвитку сучасного суспільства, як мобільність, візуальність, віртуальність, інформатизація, глобальність. Соціокультурна ситуація у світі останнім часом змінюється, особливо сприйняття культурних змін. Конкретний прояв змін сприйняття виявляється так: у розширенні меж сприйняття на рівні особистості, групи та соціуму в цілому; у рухомості сприйняття, мобільності та лояльності до різної інформації, що входить до сфери культури тощо. Професійна підготовка фахівців сфери туризму має проводитись, ураховуючи сучасні тенденції розвитку туризму у світі та вимоги гуманізації та глобалізації. Професійна підготовка фахівців повинна мати соціокультурну направленість, що підвищить ефективність професійної діяльності фахівців сфери туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кузик С.П. Туризм і культурне середовище: особливості розвитку та використання // Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19–20 жовт. 1999 р. – К., 1999. – С. 44–46.
2. Кур'єр ЮНЕСКО // Культура і розвиток. – 1996. – Листопад.
3. Манильська декларація по мировому туризму. Манила (Филиппины), 27 сентября – 10 октября 1980 года // Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы. – М., 1998. – С. 11–12.
4. Слободенюк Е.В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: Автореф. дис. ... канд. Філософ. наук. – К., 2003. – 25 с.

5. Сорока М.В. Формування соціокультурних знань учнів основної школи у процесі вивчення географії України: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – К., 2006. – 27 с.

6. Федорченко В.К. Підготовка фахівців для сфери туризму. – К.: Вища школа, 2002. – 350 с.

7. Хартия туризма. VI сессия Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации. 1985 г. // Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы. – М., 1998. – С. 80–82.

8. Шищенко П.Г. Модель спеціаліста в сфері туризму // Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19–20 жовт. 1999 р. – К., 1999. – С. 134–136.

9. Юрьев В.И. Роль туризма в утверждении гуманитарных ценностей: гуманитарная составляющая культуры в сфере туризма // Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19–20 жовт. 1999 р. – К., 1999. – С. 35–38.

УДК 37.026

Тишко Н.М.

ДИДАКТИЧНІ ТА ЛІНГВОМЕТОДИЧНІ ВИМОГИ ДО РІВНЯ ВОЛОДІННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ СТУДЕНТАМИ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ НА ПОЧАТКОВОМУ СТУПЕНІ

У статті визначено дидактичні та лінгвометодичні вимоги до рівня володіння англійською мовою студентами технічних спеціальностей. Проаналізовано програму “АМПС” та узагальнено сучасні підходи методистів до висвітленої проблеми. Охарактеризовано складові комунікативної компетенції та визначено компоненти змісту навчання англійської мови на початковому ступені.

Ключові слова: дидактичні та лінгвометодичні вимоги, рівень володіння мовою, комунікативна компетенція, мовна компетенція, мовленнєва компетенція, соціокультурна компетенція, зміст навчання.

В статье определены дидактические и лингвометодические требования к владению английским языком студентами технических специальностей. Проанализировано программу по английскому языку для профессионального общения и обобщены современные подходы методистов, касающиеся данной проблеме. Дана характеристика составляющим коммуникативной компетенции и определены компоненты содержания обучения на начальной ступени.

Ключевые слова: дидактические и лингвометодические требования, уровень владения языком, коммуникативная компетенция, языковая компетенция, речевая компетенция, социокультурная компетенция, содержание обучения.

In the article didactic, linguistic and methodic demands of English language proficiency level for technical students are determined. The National Curriculum “English for Specific Purposes” is analyzed. Approaches of modern scientists are generalized. Components of communicative competence are characterized. Components of EL teaching content at the introductory level are determined.