

МЕТОДОЛОГИЯ ПСИХОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ В ТУРИЗМЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**Яковлев Анатолий Николаевич, к.п.н.
Филиал ФГОУ ВПО «РГУТиС» в г. Смоленске**

Актуальность исследования. Меняющиеся условия в различных сферах жизнедеятельности человека, расширение информационного пространства на основе глобальных компьютерных сетей и информационных технологий ставят перед сферой туризма новую глобальную проблему подготовки специалистов к работе с большими массивами информации в новой среде информационного общества. В результате, необходимым элементом современного образования, в том числе и гуманитарного, стало внедрение в дидактический процесс инновационных педагогических и ИКТ-технологий, адекватных новой образовательной парадигме, которая ориентирована на развитие активной личности, обладающей высоким уровнем общей и информационной культуры, свободно ориентирующейся в мировом информационном пространстве и использующей его ресурсы для саморазвития.

Отечественными учеными (Извозчиков В.А., Ваграменко Я.А., Брановский Ю.С., Гершунский Б.С., Роберт И.В. и др.) разрабатываются следующие основные направления применения инфокоммуникационных технологий в обучении и управлении образованием: использование в качестве дидактического средства обучения, для реализации различных форм обучения, при проведении психолого-педагогических исследований; автоматизация обучения с применением автоматизированных обучающих систем; создание компьютерных учебных курсов и программно-методических комплексов, включая разработку сценария, экспертизу и оценку качества педагогических программных средств.

Согласно национальной доктрине образования, в Российской Федерации «система образования призвана обеспечить: подготовку высокообразованных людей и высококвалифицированных специалистов, способных к профессиональному росту и профессиональной мобильности в условиях информатизации общества и развития новых наукоемких технологий».

Анализ научно-методических исследований и современного состояния вузовского гуманитарного образования, в частности, лингвистического, позволяет говорить о существовании целого комплекса противоречий: между возможностями обучения с компьютерной поддержкой и отсутствием дидактически обоснованной системы применения инфокоммуникационных технологий в обучении гуманитарным дисциплинам; между значительным количеством работ в области информационных технологий и явным

недостатком методических рекомендаций по применению совокупности различных средств инфокоммуникационных технологий в обучении будущих специалистов сферы туризма и сервиса; между требованиями современной образовательной парадигмы, направленной на подготовку специалиста, способного самостоятельно пополнять и обновлять знания, мыслить критически и творчески, и ориентацией преподавателей на формирование у учащихся, в основном, знаний и умений.

Теоретико-методологическую основу исследования составили: основы гуманистического подхода в психологии образования и педагогике (Д. Дьюи, А. Маслоу, К. Роджерс, Л.М. Митина); общедидактическая теория обучения (В.В. Краевский, И.Я. Лернер, В.М. Полонский, М.Н. Скаткин); теория педагогических систем и педагогических технологий (В.П. Беспалько, М.В. Кларин, Г.К. Селевко и др.); принципы деятельностного подхода и теория развивающего обучения (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, В.В. Давыдов); теория поэтапного формирования умственных действий (П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина); концепции личностно ориентированного образования (Н.А. Алексеев, Е.В. Бондаревская, В.А. Петровский, В.В. Сериков, И.С. Якиманская, В.И. Данильчук, В.П. Зинченко, Е.Н. Шиянов и др.); идеи теории целостного учебно-воспитательного процесса (В.С. Ильин, А.М. Саранов, Н.К. Сергеев); теория организации компьютерного обучения (Б.С. Гершунский, Ю.С. Брановский, Е.И. Машбиц, В.М. Монахов, А.В. Петров, А.М. Короткое и др.).

В последние годы роль Смоленской области как туристского региона значительно возросла в связи с потерей Российской Федерацией многих курортных областей Прибалтики и Причерноморья. Это увеличивает перспективы для развития внутреннего и въездного туризма.

Сдерживающими факторами дальнейшего наращивания потока туристов в Смоленский регион являются: слабое развитие инфраструктуры отрасли туризма: гостиничного и дорожного хозяйства, транспорта и связи, бытовых услуг и системы информации, недостаток квалифицированных кадров.

Система профессиональной подготовки кадров для индустрии туризма находится в начальной стадии развития. Основной целью исследовательской деятельности является разработка концептуальной модели реформирования профессионального образования через создание системы непрерывного образования кадров для туристской отрасли и адаптации системы профессионального образования к работе в современных условиях. Реформирование системы образования в области, должно проходить в условиях развивающегося рынка труда в туристской отрасли, необходимо изучить его потребности и вовлечь в активное сотрудничество социальных партнёров.

Таким образом, требуется пересмотреть роль образования в сфере

туризма и принять во внимание огромную важность человеческого фактора в туристской деятельности как стратегического вложения средств в процесс, направленный на достижение конкурентоспособной цены и себестоимости.

Инфраструктура туризма в настоящее время развивается, появляются новые направления деятельности, разветвляются традиционные, возникают новые идеи туристского обслуживания. В связи с этим, рынок труда только формирует свои требования в отношении потребностей в специалистах определённого направления, их квалификационных характеристиках, уровнях подготовки и требований профессиональной пригодности.

Всё вышеназванное позволило сформулировать проблему исследования, каким должно быть программно-целевое обеспечение развития туристской профессиональной образовательной среды региона.

Объект исследования - система профессиональной подготовки студентов в условиях применения инфокоммуникационных технологий.

Предмет исследования - интеграция инфокоммуникационных технологий и традиционных подходов в обучении гуманитарным дисциплинам.

Цель исследования - решить вопрос, какой должна быть совокупность инфокоммуникационных и педагогических технологий в преподавании гуманитарных дисциплин, которая бы обеспечивала повышение качества и оптимизацию учебного процесса в соответствии с новой образовательной парадигмой, а также научно обосновать систему условий обучения иностранному языку студентов вузов с применением инфокоммуникационных технологий в туризме.

Задачи исследования:

1. Анализ научной, психолого-педагогической, методической литературы по проблеме исследования.
2. Определить методологию применения инфокоммуникационных технологий и разработать учебно-методические материалы по их применению в туристской деятельности.
3. Выработать систему социально-педагогических, методических, технологических рекомендаций по их использованию в учебном процессе.

Методы исследования:

Реализация вышеизложенных задач осуществлялась с помощью следующих методов: изучение документов и литературных источников; изучение педагогического опыта; наблюдения; маркетинговые исследования; анкетирование; анализ квалификационных характеристик; обработка и анализ результатов исследования.

Основными критериями оценки эффективности программно-целевого обеспечения развития туристской образовательной среды являются: результативность, рост достижений личности в социокультурном пространстве общества и непротиворечивость принципам развития системы

более высокого порядка.

Механизмами реализации являются: экспертиза проектов и направлений развития туризма; активизация маркетинга туризма; организация программы обучения предпринимателей, работающих в области туризма, и ключевого персонала; обмен информацией и статистическими данными; совершенствование материально-технической базы; создание стимулов для развития туристского бизнеса; разработка целевой программы развития туризма и ее выполнение; совершенствование нормативно-правовой базы туризма; совершенствование системы сертификации и лицензирования туристской деятельности; учет интересов развития туризма при рассмотрении крупных проектов и программ, связанных с кредитно-преобразовательной деятельностью; создание сети туристских объектов и парков.

Основная часть.

Административные ресурсы ориентированы на включение профессионального образования в систему базовых приоритетов социально-экономического развития на решение следующих ключевых задач:

1. Создание необходимых условий для развития сектора экономики, как основного институционального субъекта рынка труда, формирующего профессионально-квалификационную структуру спроса на рабочую силу. Формирование нормативно-правовой базы для нового типа взаимодействия образовательных учреждений с туриндустрией, способствующей удовлетворению основных интересов обеих сторон на взаимовыгодной основе.

2. Усиление «прозрачности» информационных потоков о ситуации на рынке труда и образовательных услуг, широкое информирование населения о профессиональной и квалификационной структуре спроса, прогнозе основных макроэкономических показателей рынка труда, рейтинге образовательных учреждений и т.д. Создание единых стандартов образования, приведение их в соответствие с международными стандартами, корректировка ЕТС в соответствии с современными требованиями рынка труда.

3. Создание условий для формирования реальной конкурентной среды для всех без исключения образовательных учреждений, независимо от их формы собственности и административной подчиненности.

Следовательно, процесс реализации программно-целевого развития регионального туристского профессионального образования должен проходить в контексте нового вектора развития системы управления региональным профессиональным образованием на всех уровнях, находит практическое воплощение в системе управления качеством образования в образовательных учреждениях Смоленской области и роль системы ИКТ-технологий, используемых в туризме нельзя недооценивать.

Так как это: компьютерная система резервирования, система проведения телеконференций, видеосистемы, компьютеры, информационные системы

управления, электронные информационные системы авиалиний, электронная пересылка денег, телефонные сети, подвижные средства сообщения и т.д.

Кроме того, отдельные компоненты туристической отрасли тесно взаимосвязаны друг с другом - ведь многие турпроизводители вовлечены в деятельность друг друга. Все это позволяет рассматривать туризм как высоко интегрированную услугу, что делает его еще более доступным для применения информационных технологий в организации и управлении.

Активно используют информационные технологии турагенты и туроператоры - без их компьютерных систем бронирования, видеосистем, систем взаимодействующих видеотекстов - невозможно представить ежедневное планирование и управление операциями. Крупнейшими компьютерными системами резервирования (бронирования) на международном рынке туризма являются системы AMADEUS, Worldspan и Galileo.

Вместе с тем многие туристические компании Европы видят в широком распространении Internet угрозу своему бизнесу. Открытие в Internet систем бронирования гостиниц, авиабилетов и других составляющих тура позволит клиентам самостоятельно организовывать свой отдых, не прибегая к услугам агентств.

Концепция маркетинга за многие годы своего существования претерпела ряд изменений. Сегодня наибольшую популярность приобрела модель «маркетингового управления», то есть долгосрочного планирования и прогнозирования, опирающаяся на исследования рынка, поведения и привычек покупателя, использование комплексных методов формирования спроса и стимулирования посредников, удовлетворение потребностей конкретных целевых групп покупателей. В центре современной концепции маркетинга находится потребитель. И если до последнего времени возможность получения его «рентгеновского снимка» представлялась практически нереализуемой, то со становлением интерактивных каналов связи мечты о «прозрачном» покупателе стали приобретать реальные формы.

Следовательно, ключевые аспекты психологии личности наполнены новым содержанием, и методологические аспекты социального опыта представлены в табл.1.

В эпоху повсеместной компьютеризации и информатизации все туристические компании и агентства, предприятия и фирмы используют в качестве рабочего источника информации международную компьютерную сеть Интернет. Создание Web-узла позволит пользователям легко находить информацию об условиях отдыха, ценах, предоставляемых услугах, более детальную информацию об организации.

Для формирования профессиональных компетенций высшего порядка необходимо создание педагогических условия профессиональной подготовки специалиста для сферы туризма (табл. 2).

Широкий спектр туристских услуг предполагает учёт психологических особенностей личности, главным образом, широта финансовых потоков зависит от потребностей типа (классификация Г. Гана, табл. 3, классификация потребителей (пять психогометрических фигур) по системе американского психолога С. Деллингер (табл. 4).

Все вышеперечисленные разработки представляют несомненный интерес не только для отдельных туристских предприятий, но могут в целом повлиять на развитие туристской отрасли, способствуя повышению привлекательности туризма и путешествий в России.

В этой связи административный ресурс является определяющим, главным образом, применяется методология управления на использовании ряда организационных принципов:

1) селективное управление поддержка проектов по приоритетным направлениям развития науки и техники, адресной поддержке инноваторов - авторов комплексных проектов;

2) целевая ориентация проектов на обеспечение конечных целей – установление взаимосвязей между потребностями в создании инноваций и возможностями их осуществления;

3) полнота цикла управления проектами – реализация полного цикла процесса управления, предполагающего всю совокупность решений: от выявления потребностей до управления передачей полученных результатов;

4) поэтапность инновационных процессов и процессов управления проектами – описание полного цикла каждого этапа формирования и реализации проекта;

5) иерархичность организации инновационных процессов и процессов управления ими – представление процессов с разной степенью детальности, соответствующей определенному уровню иерархии.

Таблица 1

Содержание, методы и результаты освоения социального опыта

№ п/п	Содержание социального опыта	Методы освоения опыта	Результат освоения опыта
1.	Опыт познавательной деятельности	Познавательные задачи	Знание
2.	Опыт исполнительской деятельности	Упражнения, тренировки	Мастерство
3.	Опыт творческой деятельности	Задания на коррекцию личностных характеристик	Способности
4.	Опыт эмоционально-ценностных отношений	Ситуативные задачи	Морально-нравственные ценности, опыт коллективной деятельности

Таблица 2

Профессиональная подготовка специалиста для сферы туризма

Содержание			
Опыт познавательной деятельности	Опыт исполнительской деятельности	Опыт творческой деятельности	Опыт эмоционально-ценностных отношений
Методы			
Решение познавательных задач	Деятельностные игры, тренинги, упражнения, практика в фирме	Коррекция личностного развития обучающихся	Решение ситуативных практико-ориентированных задач
Результат			
Познавательные потребности, новое знание	Достижения, мастерство	Способности, личностные качества	Морально-нравственные ценности, опыт эмоционально-значимых отношений

Таблица 3

Классификация основных типов туристов немецкого исследователя Г. Гана

Тип	Характеристика типа
S	S-тип (нем. Sonne, Sand, See – солнце, песчаный пляж, море) – типичный отпускник, предпочитающий пассивный отдых на морских курортах, спокойствие и комфорт; избегает суеты на отдыхе, но приветствует контакты с приятными людьми.
F	F-тип (нем. ferne- und flirtorientierter Erlebnisurlauber – отпускник, предпочитающий поездки на дальние расстояния и флирт) – турист, предпочитающий дальние поездки, калейдоскоп впечатлений и флирт; он будет проводить свой отпуск только там, где что-то происходит, так как «прожаривание» на пляже в кругу семьи или в одиночку не для него. Кредо такого туриста – общество, удовольствия, смена впечатлений.
W ₁	W-1-тип (нем. wald- und wanderorientiert – любитель лесных прогулок и походов) – отпускник, предпочитающий активный отдых, пешие походы и т. п. Физическая активность на свежем воздухе независимо от погоды – вот его кредо. На отдыхе стремится к поддержанию хорошей физической формы, но профессионально спортом не занимается.

Тип	Характеристика типа
W ₂	W-2-тип – скорее спортсмен, чем любитель. Выдерживает длительные и высокие, вплоть до экстремальных, нагрузки. При выборе тура и турцентра доминирует такой критерий, как «наличие условий для занятия хобби». Такие критерии выбора, как «ландшафт, культура, история» – вторичны (например, страстный альпинист, летчик-любитель и т. п.).
A	A-тип (<i>нем. Abenteuer</i> – приключение) – любитель приключений. Риск, новые ощущения, испытание своих сил в неожиданных ситуациях, опасность – вот те цели, которые определяют выбор путешествия у данного типа туриста.
B	B-тип (<i>нем. Bildung- und Besichtigung</i> – образование и осмотр достопримечательностей) – любознательные туристы. Данная группа подразделяется на три подгруппы: а) «эксперты», коллекционирующие посещаемые ими достопримечательности, б) «эмоциональные любители культуры и природы», в) «специалисты», которые углубляют свои знания в определенную область культуры, истории, искусства и т. д.

Таблица 4

Классификация потребителей (пять психогометрических фигур)
по системе американского психолога С. Деллингер

Тип	Основные психологические характеристики поведения
Квадрат	Организованность, пунктуальность, строгое соблюдение правил, инструкций, планирование, внимательность к деталям, ориентация на факты, цифры, пристрастие к письменной речи, аккуратность, осторожность, холодность, экономичность, упорство, настойчивость, в решениях, терпеливость, трудолюбие, профессиональная эрудиция, слабый «политик», узкий круг друзей и знакомых
Треугольник	Лидер, стремление к власти, честолюбие, установка на победу, прагматизм, способность подчинить себя достижению цели, уверенность в себе, решительность, нетерпеливость, склонность к риску, энергичность, смелость, высокая работоспособность, великолепный «политик», остроумен, широкий круг общения, но узкий круг близких друзей
Прямоугольник	Изменчивость, непоследовательность, неопределенность, возбужденность, любознательность, позитивная установка на все новое, смелость, низкая самооценка, неуверенность в себе, доверчивость, импульсивность, нервозность, быстрые, резкие колебания настроения, имитация поведения других людей.
Круг	Высокая потребность в общении, контактность, доброжелательность, щедрость, интуитивность, спокойствие, уступчивость, самобичевание, доверчивость, конформизм, болтливость, сентиментальность, гибкость, пластичность, широкий круг знакомых
Зигзаг	Жажда изменений, креативность, интуиция, мечтательность, целеустремленность, восторженность, бунтарство, энтузиазм, непосредственность, непрактичность, импульсивность, недисциплинированность, остроумие, очень узкий круг друзей.

Выводы:

В результате анализа психолого-педагогической, методической литературы по проблеме применения инфокоммуникационных технологий в туризме следует полагать, что необходимо разрушать барьеры, замкнутость и обособленность между подразделениями, стимулировать их коллективную работу. Прекратить практику получения преимуществ только за счет цены. Вместо этого постараться в первую очередь заложить высокие требования к качеству самого продукта и использовать статистические методы для его контроля и повышения. Строго соблюдать духовные ценности фирмы: служба путем совершенствования своего бизнеса, честность и гармония, сотрудничество, достоинство и подчинение. Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Целесообразными методами применения инфокоммуникационных технологий в туристской деятельности являются: решение познавательных задач, деятельностные игры, тренинги, упражнения, практика в фирме, коррекция личностного развития обучающихся и решение ситуативных практико-ориентированных задач.

Конструктивными для повышения уровня профессиональных компетенций студентов в учебном процессе являются принципы: устойчивое развитие туризма; системный подход; территориально-отраслевой подход к управлению и планированию развития туризма; определение приоритетных видов туризма; комплексное туристское освоение территорий с приоритетом кратковременного и длительного отдыха местных жителей; научно обоснованное развитие природно-исторических территорий; сохранение уникальных природно-исторических территорий; возрождение культурного туризма; сочетание государственных интересов с интересами предпринимателей и населения; определение туризма как ключевого элемента муниципальной экономики; сочетание активного предпринимательства с планированием и формами управления в сфере туризма; создание новых структур обслуживания населения; инвестиционная политика с учетом максимизации потребительской стоимости и минимизации капитальных вложений; создание системы подготовки туристских кадров.

Установка на успех менеджеров, зависит от изменения стереотипов мышления. Здесь нужны нетрадиционные подходы в подаче материала, возбуждающие любознательность, живой неподдельный интерес, формирующие психологически устойчивый стержень личности будущего туристского менеджера, оснащенного кассетой «Золотых законов» бизнеса и технологиями выхода из нестандартных ситуаций. Туризм, как никакое другое социальное явление, способствует всестороннему развитию личности.