

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ БУДУЩИХ БАКАЛАВРОВ ТУРИЗМА К НОРМАМ ПРАВА

Кириякова А. В., д-р пед. наук, профессор,

Лопанова А.П.

Оренбургский государственный университет

Ценностное отношение к нормам права в современном мире туризма становится все более актуальной проблемой. Ее обострение обусловлено динамикой геополитической и социально-экономической обстановки. Как отмечают исследования состояния рынка туризма в Российской Федерации [3], буквально в последние годы произошло существенное снижение спроса на туристские услуги в целом, увеличилась безработица в туристском секторе, произошло резкое повышение цен на ряд услуг внутреннего туризма.

Если еще в 2015 году россияне в преддверии отпускного сезона только настороженно следили за зарубежными новостями политики и экономики, то в 2016 году желающих отдохнуть в зонах возможных конфликтов и террористических угроз стало значительно меньше.

В этих условиях работа менеджера и туристического агента требует умений грамотно соотнести интересы фирмы и интересы потребителя, определить ценностные границы дозволенных правом профессиональных действий и риска действий, нечетко прописанных в законодательных нормах.

Сфера туризма становится предметом постоянного социально-правового конфликта, возникают беспрецедентные правовые проблемные ситуации, для которых законодательство еще недостаточно разработано или апробировано.

В этой связи формирование ценностного отношения будущих бакалавров туризма к нормам права приобретает все большую значимость.

Исследованию ценностных ориентаций студентов и сотрудников сферы туризма посвящен ряд педагогических исследований, которые являются научными предпосылками раскрытия данной проблемы.

Методологические предпосылки исследования представлены в работах [1,2], где раскрыты механизмы ориентации личности в мире ценностей, а также когнитивные аспекты правовой подготовки будущего бакалавра туризма.

Одним из первых исследований сферы туризма с позиций аксиологии стала работа С.С. Новиковой «Педагогические факторы повышения культурной ценности туризма» (Москва, 1994). Автор задавал вопросы, которые и в настоящее время являются актуальными: «Оправдано ли широкое распространение туризма, каково его влияние на духовный мир, систему ценностных ориентаций?».

В первую очередь, С.С. Новикова выделила наиболее массовую группу потребителей туристских услуг – это люди умственного труда, как правило, с высшим образованием или студенты вузов. Следовательно, отмечаем мы, в тот период времени специалисты турорганизаций должны были учитывать, что главная ценность туриста тех лет –расширение сферы своего общения (до

100%), а только затем - отдых и развлечения. По нашему мнению, в этой связи необходимо было грамотно подходить к организации туристических групп, поскольку именно в них происходили процессы коммуникации. Комфорт, общение или конфликты в туристических группах были значительно важнее неудобств расселения или некачественного питания на отдыхе.

Автор не исследовал задачи ценностно-правового характера, но динамика смены ценностных ориентиров в профессионально-правовом поле и туристов, и работников сферы туризма, представляется нам интересной и значимой тенденцией. Возможно выделить приоритетные ценности в различных видах туризма и на этом основании исследовать проблемы ценностно-правового характера.

Далее мы отмечаем исследование Н.А.Савиной «Формирование ценностных ориентаций у студентов вузов физической культуры, спорта и туризма» (Краснодар, 2006). Его результаты определяют методологический статус аксиологического подхода для исследования ценностей обучения студентов. Автор утверждает, что особый статус ценностных ориентаций состоит в том, что они не заменяются другими компонентами профессиональной деятельности, но, более того, их отсутствие существенно затрудняет общее целостное становление и развитие будущего специалиста.

Другой аспект ценностных ориентаций раскрыт в работе И.А. Фрейнкиной «Формирование профессиональных ценностей у будущих специалистов туристической индустрии в условиях инновационной практической подготовки» (Челябинск, 2008). Автор установила уровни профессиональных ценностей в рамках профессии туристической деятельности. Автор выявила также структуру профессиональных ценностей: мотивационно-смысловой компонент, когнитивный, деятельностно-практический. В эксперименте была установлена динамика ценностных ориентаций студентов. Так, универсальными ценностями для студентов всех курсов стали воспитанность и образованность, а исполнительность отождествлялась с ответственностью. Мы также отмечаем, что только к пятому курсу студенты стали выделять среди ценностей профессии честность и смелость в отстаивании своей точки зрения, что указывает на недостаточное внимание к ценностям правовой сферы.

Особый интерес представляют результаты А.К. Холостовой в исследовании «Развитие личностной нравственной парадигмы менеджера туризма» (Москва, 2011)). Автор обратила внимание на высокую значимость профессионально-этических норм туризма, с которыми, по нашему мнению, правовые нормы во многом интегрируются. Автор достаточно часто вводит в характеристики личностной нравственной парадигмы понятие «правила», которые также близки к нашим представлениям о ценностном отношении к правовым нормам. В этой связи результаты и рекомендации данного исследования являются достаточно универсальными и могут быть использованы для решения проблемы формирования ценностного отношения к правовым нормам будущих бакалавров туризма.

Правовые ценности в профессиональной подготовке менеджеров туризма исследовали О.В. Бабак, М.Н.Киреев, И.В. Вологодина.

О.В.Бабак (Формирование правовой культуры менеджера туризма в процессе профессиональной подготовки в вузе (Москва, 2007)) в качестве обоснования актуальности своего исследования определил, что в настоящее время государство снизило долю своего участия в качестве ведущего при разрешении всякого рода конфликтных правовых ситуаций, поэтому от каждого требуется активность в условиях свободного рынка труда, обладание необходимым уровнем правовых знаний для реализации своих возможностей. Автор выявил ряд функций формирующейся правовой культуры, в том числе ценностно-нормативную и правосоциализирующую функции, а также охарактеризовал содержательное наполнение мотивационно-ценностного компонента правовой культуры менеджера туризма. Важным выводом исследования стало определение интериоризации нормативных предписаний в сферу личностных ценностей как содержания мотивационно-ценностного компонента правовой культуры.

И.В. Вологодина в своей работе (Формирование основ профессионально-правовой культуры менеджеров туристического бизнеса в вузе (Москва, 2010)) отмечает, что туристическая сфера имеет быстро изменяющуюся правовую базу, в этой связи правовая культура отражает не только степень овладения гранями профессии, но и умения повседневного применения правовых знаний в советующих ситуациях. Автор отмечает среди критериев и показателей сформированности правовой культуры и такие ее аксиологические характеристики как стремление личности к проявлению правовой культуры, духовный иммунитет к совершению правонарушений.

М.Н.Киреев (Формирование ценностного отношения к правовой культуре студентов вузов социокультурной сферы (Краснодар, 2010)) охарактеризовал понятие «ценностное отношение к правовой культуре» как личностное новообразование. Оно определяется устойчивыми ценностными ориентациями, убеждениями и обеспечивает эффективность профессиональной деятельности. Несмотря на универсальность данного определения, мы считаем, что оно является основой для разработки и трактовки специфических элементов отношений, характерных для будущих бакалавров туризма, что должно составить одну из задач следующего исследования.

Новый аспект ценностного отношения к правовым нормам открывает работа Т.Р. Лыковой (Формирование патриотической позиции будущего бакалавра туризма (Челябинск, 2017)). Патриотическая позиция рассматривается через призму ценностных ориентаций, которые, по нашему мнению, создают общий правовой фон профессиональной деятельности, определяют те правовые границы, которые будущий бакалавр туризма не может нарушить как патриот.

Таким образом, в современной педагогической науке имеются предпосылки для решения задач конкретизация понятия «ценностное отношение к правовым нормам», а также для разработки его структуры и

содержательного наполнения [4]. Педагогические исследования, представленные выше, создают основы для разработки моделей формирования ценностного отношения к правовым нормам у обучающихся в сфере туризма, а также определяют возможные границы их применимости в условии университета для уровня бакалавриата.

Список литературы

- 1. Кирьякова, А. В. Аксиология образования. Ориентация личности в мире ценностей / А. В. Кирьякова. – Москва : Дом педагогики, 2009. – 318 с.*
- 2. Волошин, Н.И. Правовые знания в подготовке студентов в сфере туризма и гостеприимства / Н.И.Волошин// Вестник РМАТ. - 2012.- С. 113-119*
- 3. Ермакова Ж.А. Современное состояние туристского рынка в российской федерации / Ж.А. Ермакова, И.Л. Полякова, Ю.Е. Холодилина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016, № 2. – С. 30-34.*
- 4. Lopanova, A.P. Student's Social Experience Forming in University Vocational Training /Liya V. Faleeva, Ekaterina V. Bratukhina , Sergey G. Ezhov , Larisa N. Gorbunova , Anastasia P. Lopanova , Lubov F. Viaznikova , Nina I. Kryukova // Eurasian Journal of Analytical Chemistry. 2017,12(7b). – P. 1127-1135.*