

назвать востребованным вузом. В существенной корректировке нуждаются внутренний имидж вуза и визуальный имидж.

В целом, хотя работа по всем направлениям формирования имиджа ведется, не просматривается генеральной стратегии, которая позволила бы создать *такой* образ УГЛТУ, который смог бы повысить его конкурентоспособность в сравнении с другими вузами Уральского региона.

Библиографический список

1. Моисеева Н.К. Маркетинг // Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения. 1999. № 5. С. 78.
2. URL: <http://www.ucheba66.ru/rating.html>.
3. URL: <http://stud-usfeu.livejournal.com/>.

УДК 502.3:37.033

Студ. У.К. Максимова
Рук. С.Ф. Масленникова
УГЛТУ, Екатеринбург

РОЛЬ ЭКОЛОГО-ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ

Вопрос готовности учащейся молодежи к выполнению профессиональных обязанностей в сложных изменяющихся экономических, социальных и политических условиях развития общества становится актуальнейшей проблемой современной педагогической науки. Сейчас, как никогда, государству требуются специалисты нового социокультурного типа, обладающие развитыми социально-значимыми компетенциями, способные к созданию новых смыслов и ценностей профессиональной деятельности, готовые принять на себя ответственность за технологическую безопасность деятельности и последствия влияния своей работы на природу и общество.

В связи с этим перед учеными остро встает проблема формирования аксиоструктуры личности учащейся молодежи. Исследователи отмечают многозначность самого понятия «ценность». В философской литературе ценность отождествляется с идеей, выступающей в качестве индивидуального или социального ориентира; воспринимается как распространенный субъективный образ или представление, имеющее человеческое измерение, синонимизируется с культурно-историческими стандартами; ассоции-

руется с типом «достойного» поведения, с конкретным жизненным стилем. Существуют различные подходы к классификации ценностей: материальные, общественно-политические, духовные ценности; ценности родного очага, малой родины, отечественные; гуманистические, правовые, политические, экологические и др.

Согласно требованиям Государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования, выпускники гуманитарного факультета УГЛТУ – специалисты по сервису и туризму – должны знать возможности современных научных методов познания природы, владеть технологиями, необходимыми для решения задач, имеющих естественнонаучное содержание и возникающих при выполнении профессиональных функций, а также изучить основы современных дисциплин о человеке, его потребностях и методах их удовлетворения. Поэтому у них должна быть сформирована система ценностей, включающая, прежде всего, эколого-гуманистические ценности, под которыми мы понимаем нравственные ориентиры современного общества, связанные с идеей его устойчивого развития. Эколого-гуманистические ценности характеризуются нравственно-ценностным отношением к природе и окружающему миру, особым видением мира как объекта постоянной заботы, способностью к ограничению своих потребностей в соответствии с возможностями природы и общества. Сформированность этих ценностей у студентов гуманитарного факультета УГЛТУ, обучающихся по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм», может служить показателем их профессиональной компетентности, поскольку профессиональная деятельность будет связана с разными видами туризма, и прежде всего, таким популярным сейчас видом, как экологический туризм.

С целью получения информации о сформированных эколого-гуманистических ценностях в ноябре 2011 г. нами был проведен анонимный опрос 90 студентов II–IV курсов гуманитарного факультета Уральского государственного лесотехнического университета, обучающихся по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм».

Респондентам задавались вопросы об их отношении к гуманистическим и экологическим ценностям. Согласно модифицированной методике М. Рокича «Ценностные ориентации», студентам было предложено про ранжировать *шестнадцать гуманистических ценностей*: активная, деятельная жизнь, жизненная мудрость, здоровье (физическое и психическое), интересная работа, красота природы и искусства (переживание прекрасного в природе и искусстве), любовь, материальное благополучие, дружба, общественное признание (уважение окружающих, коллектива, товарищей по работе), познание (возможность расширения своего образования, кругозора, интеллектуальное развитие), продуктивная жизнь (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей), развлечения,

свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках), семья, счастье других (благополучие, развитие и совершенствование других людей, всего народа и человечества в целом), творчество*;
пять экологических ценностей: сохранение лесного биологического многообразия, сохранение естественной лесной динамики, сохранение разнообразных отношений леса с почвой, сохранение разнообразных отношений леса с водой, сохранение разнообразных отношений леса с атмосферой.

Результаты анкетирования, касающиеся формирования эколого-гуманистических ценностей у студентов лесотехнического университета, приведены в таблице.

Ранжирование эколого-гуманистических ценностей
с позиций студентов II-IV курсов гуманитарного факультета УГЛТУ

Место	Эколого-гуманистические ценности	% респондентов, поставивших ценность на первые пять мест
1	Здоровье	83,2
2	Любовь	72,2
3	Счастливая семейная жизнь	55,6
4	Дружба	50
5	Свобода	44,4
6	Материальное благополучие	33,3
7	Сохранение разнообразных отношений леса с атмосферой	22,2
8	Сохранение разнообразных отношений леса с водой	16,7
9	Творчество	11,1
9	Счастье других	11,1
9	Сохранение разнообразных отношений леса с почвой	11,1
10	Интересная работа	5,6
10	Познание	5,6
10	Развлечение	5,6
10	Сохранение естественной лесной динамики	5,6
10	Сохранение лесного биологического многообразия	5,6
11	Красота природы и искусства	0,0
11	Активная, деятельная жизнь	0,0
11	Жизненная мудрость	0,0
11	Продуктивная жизнь	0,0
11	Общественное признание	0,0

Результаты исследования показали, что в структуре ценностей студентов гуманитарного факультета УГЛТУ преобладают ценности личного бла-

* Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе: моногр. М., 2006. С. 99.

гополучия: здоровье (83,2 %), любовь (72,2 %), счастливая семейная жизнь (55,6 %), дружба (50 %), свобода (44,4 %), материальное благополучие (33,3 %). Хочется отметить, что и экологическим ценностям отведено место в аксиоструктуре личности студентов: сохранение разнообразных отношений леса с атмосферой поставили на первые пять мест 22,2 % респондентов, сохранение разнообразных отношений леса с водой – 16,7 %, сохранение разнообразных отношений леса с почвой – 11,1 %, сохранение естественной лесной динамики – 5,6 %, сохранение лесного биологического многообразия – 5,6 %. С сожалением можно констатировать, что такая эколого-эстетическая ценность, как красота природы и искусств (0,0 %), а также гуманистические ценности: активная, деятельная жизнь (0,0 %), жизненная мудрость (0,0 %) и др. – не имеет особого значения для студентов.

Таким образом, роль эколого-гуманистических ценностей в профессиональной подготовке специалистов по сервису и туризму велика, поскольку позволяет принимать более взвешенные и ответственные решения при предоставлении услуг, особо тщательно соблюдать законодательство в сфере социально-культурного сервиса и туризма, правовые нормы, регулирующие отношения между личностью и семьей, обществом и окружающей средой, развивать экологический туризм и т. д.

УДК 159.9

Студ. Н.Н. Мамонтова, А.А. Рочев, А.Е. Сафоненко
Рук. Т.Н. Помазуева
УГЛТУ, Екатеринбург

ДЕНЬ ТУРИСТА НА СЕВЕРКЕ КАК ПРИМЕР ТРЕНИНГА НА КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

Одной из важнейших воспитательных задач в вузе является сплочение студентов внутри учебной группы. Конечной целью этого сложного процесса является формирование команды, члены которой объединены достижением общей цели, во многом соответствующей личным целям каждого.

В своем развитии команда проходит несколько этапов. Первая стадия, стадия формирования, которая приходится на первые недели совместной учебы в вузе, характеризуется тем, что члены будущей команды осторожно исследуют границы приемлемого поведения в группе. Это – стадия перехода индивида от состояния независимого лица к статусу члена команды.

Вторая стадия – стадия психологической напряженности, «бурления» и мощного противостояния различных тенденций и устремлений членов команды. Для этой стадии обычно характерно следующее: