

холога, приобретает большее значение. Получение психологом качественного профессионального образования представляет для него комплексную проблему, решение которой позволит отвечать потребностям и вызовам времени. Современное общество предъявляет выпускнику вуза особые требования: с каждым годом все увеличивается количество психологов, растет конкуренция на рынке труда, в связи с этим изменяются и усложняются требования, предъявляемые к психологам, к их деловым и личным качествам, лежащим в основе умения решать профессиональные задачи.

Профессия психолога-консультанта, как и любая другая, предъявляет свои требования к личности специалиста, занимающегося психологической деятельностью. Одним из таких требований является развитая способность решать профессиональные задачи консультирования. Проблема обретения компетентности консультирования имеет ряд взаимосвязанных аспектов, среди которых один из наиболее важных – обретение коммуникативной компетентности, так как основным методом консультирования является определенным образом построенная беседа.

Рассмотрение теоретических и эмпирических результатов исследований проблемы обретения профессиональной компетентности, выделяя при этом проблему обретения коммуникативной компетентности выпускником вуза по специальности «Психология» (на примере студентов Кубанского государственного университета) позволило сделать следующие выводы:

1. Наличие у психолога коммуникативной компетентности является неотъемлемой составляющей его деятельности и одним из показателей его профессионализма. Коммуникативная компетентность – это не врожденная способность, а способность, приобретаемая человеком, в процессе приобретения им социально-коммуникативного опыта. Студенты приобретают такой опыт, обучаясь в вузе, общаясь со сверстниками и с преподавателями, а также общаясь за пределами вуза. Коммуникативная компетентность психолога – это способность целенаправленно использовать вербальные и невербальные средства коммуникации для решения задач психологического общения и предполагает развитие способностей понимать себя и других людей, способностей быть понятным другим людям и соблюдать нормы общения. Студенты за время обучения в вузе обретают способности понимать себя и понимать других людей, у них хорошо развита способность быть понятыми другими людьми, т.е. студенты обретают коммуникативную компетентность. Сформированная коммуникативная компетентность влияет на развитие способностей студента решать задачи психологического консультирования.

2. В профессиональном становлении важную роль играет оценка собственных способностей решения задач психологического консультирования; ко времени окончания университета студенты приобретают практический опыт работы психологом и оценивают свои способности решения профессиональных задач, исходя из собственного опыта. Столкнувшись на практике с какими-либо трудностями и попытавшись их преодолеть, старшекурсники начинают более адекватно относиться к себе и своим способностям, они стараются развить в себе способности, необходимые в профессиональной деятельности, самосовершенствуются. Самооценка собственных способностей студента в проведении психологического консультирования оказывает влияние на развитие способностей студента решать задачи психологического консультирования.

3. У большинства студентов за время обучения в вузе формируется готовность к консультативной деятельности; студенты-старшекурсники имеют дифференцированные представления о профессиональных задачах психолога, они готовятся к конкретной деятельности и ищут для этого дополнительные способы обучения. Образовательная среда вуза, и в частности учебная программа специальности

«Психология», направлена на формирование у студента-психолога теоретических представлений о консультировании, получение практических навыков консультирования в условиях учебной деятельности, но создает недостаточно условий для обретения способностей решать задачи психологического консультирования в реальной профессиональной ситуации. Образовательная среда вуза влияет на обретение способностей решать задачи психологического консультирования.

Приведенные данные позволяют высказать предложение о необходимости организации Центра (лаборатории) психологической поддержки процесса подготовки специалистов на факультетах психологии, основной задачей которого может стать консультирование студентов по реальным проблемам обретения профессиональной компетентности. Центр может предоставлять условия студентам-психологам для обретения способностей решать задачи психологического консультирования в реальной профессиональной ситуации.

### ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Левина М.А.

*Удмуртский Государственный Университет,  
Ижевск*

Туризм во всем мире считается одной из самых значительных отраслей экономики. Туризм – это сложный процесс, в основе которого лежат наука, культура и образование. С начала 90-х годов, на базе старой экскурсионной системы, начали создаваться туристические организации различных форм собственности, занимающиеся в основном выездным туризмом.

С переходом к рыночным отношениям в России, стало ясно, что без высококвалифицированных, культурных, знающих свое дело кадров немислимы глубокие качественные изменения в туристической отрасли.

Система подготовки кадров для сферы туризма в России получила развитие, начиная с 1993 г., в связи со стремительным ростом количества туристских фирм. В основном подготовка специалистов осуществлялась на уровне среднего специального образования для гостиничной и ресторанной сферы. Специализированное туристское высшее образование давалось лишь в Высшей школе профсоюзного движения при ВЦСПС, при "Интуристе", "Спутнике" и ВЦСПС имелись институты и иные учебные заведения для повышения квалификации своих сотрудников.

В настоящее время кадры для сферы туризма готовятся в учреждениях среднего специального, высшего и дополнительного образования. Справочник "Образование в туризме", изданный в 1996 г., содержал сведения о 43 вузах, колледжах, лицеях и техникумах. На данный момент в стране насчитывается более 200 учебных заведений, большая часть которых - вузы, где ведется подготовка кадров для туристской отрасли.

После принятия в 1996 г. Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и Федеральной целевой программы "Развитие туризма в Российской Федерации", в которых содействие кадровому обеспечению рассматривается как один из методов государственного регулирования и реализации государственной политики в сфере туризма, количество учебных заведений, где готовятся специалисты для туристской индустрии, стремительно возросло. Высшее образование в сфере туристского и гостиничного бизнеса, как правило, предлагается в институтах и университетах, в основном, экономического или гуманитарного профиля, и существует преимущественно на коммерческой основе.

Однако, отрасли необходимы не только управленцы, но и туристические технологи по узкой части, организаторы туристических цепей, специалисты среднего звена и обслуживающий персонал.

Средних специальных учебных заведений, готовящих специалистов для туристских фирм, гостиничного и ресторанного бизнеса, явно недостаточно. Обучение ведется на базе техникумов и колледжей, а также лицеев технического или социально-культурного профиля. Предлагаемое обучение ведется в рамках государственных образовательных стандартов, содержание которых не полностью соответствует практическим потребностям работодателей.

Согласно опроса, проведенного среди руководителей туристических организаций в Центральном регионе России, сектор подготовки кадров не соответствует потребностям туристской отрасли ни в количественном, ни в качественном отношении. Существующие учебные программы не всегда отвечают реальным нуждам секторов туризма ввиду их академичности и неориентированности на практическую работу в туристской индустрии. В равной степени это касается учебников и учебных пособий, составляемых преподавателями профильных учебных заведений, не имеющими практического опыта работы в туристической индустрии и, в основном, пришедших в сферу образования в туризме из других отраслей. Лишь немногие преподаватели, пришедшие из практической деятельности в туристском бизнесе, демонстрируют требуемый уровень необходимых прикладных знаний в сфере туризма. Таким образом, в настоящее время далеко не все учебные заведения данного профиля дают необходимые практические знания и навыки для работы в туристской индустрии. В высших учебных заведениях готовятся менеджеры-управленцы, тогда как отрасли необходимы в первую очередь специалисты начального уровня и менеджеры среднего звена. Отсутствует мониторинг потребностей в специалистах различного профиля учреждений туристского и гостиничного бизнеса.

В целом практики туристской индустрии придерживаются мнения, что существующая сегодня система образования в туризме является недостаточной и несовершенной. Однако специалисты-практики смогли судить о результатах деятельности высших учебных заведений только после 1998 г. - первого поколения выпускников на рынке труда.

Для совершенствования туристского образования в высших учебных заведениях необходимо принятие новых образовательных стандартов, отвечающих потребностям отрасли и значительно расширяющих объем специализированных дисциплин и практических занятий. При этом должен быть существенно изменен состав преподавательских кадров в направлении привлечения практических работников из туристской индустрии с целью повышения уровня преподавания специализированных дисциплин.

В ближайшие годы основная задача состоит в необходимости совершенствования существующих и создания новых учебных заведений для повышения квалификации работников туристского и гостиничного бизнеса среднего звена и начального уровня, дающих практические знания и навыки, а также возможность периодического прохождения курсов повышения квалификации по наиболее актуальным вопросам их практической деятельности. Кроме этого, данные учебные заведения должны заниматься переподготовкой специалистов из других отраслей, начинающих работать в индустрии туризма, при этом даются как базовые теоретические, так и практические знания и навыки.

Повышение квалификации персонала должно предусматривать обучение без отрыва от основной деятельности, а именно, регулярный внутригостиничный и внутрифирменный тренинг. Именно такая система повышения квалификации показала наибольшую эффективность в зарубежных странах, успешных в области развития туризма. Для менеджеров высшего управленческого звена наиболее целе-

сообразным является повышение квалификации в рамках специализированных программ, в том числе организации зарубежных стажировок с целью наглядного детального изучения планирования и реализации стратегии деятельности туристской организации.

В последние годы начался массовый выпуск специалистов для туристического бизнеса. Насколько полезными смогут они стать для своего бизнеса, будет являться показателем качества предоставляемых услуг образовательными учреждениями.

#### К ВОПРОСУ О ПЕРЕДАЧЕ ИДЕОСТИЛЯ ИНОЯЗЫЧНОГО ТЕКСТА В РУССКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПЕРЕВОДЕ

Либерман Я.Л.

*Уральский государственный  
технический университет – УПИ,  
Екатеринбург*

Как известно, великое множество текстов, с которыми нам приходится соприкасаться в жизни, строится с использованием идеограмм – знаков, обозначающих некоторые целые понятия. Идеограммами являются математические, химические и многие другие знаки. Вместе с тем и всякая фонема – тоже, в некоторой степени, идеограмма, поскольку ее графическое изображение и звучание также определенным образом семантически наполнены. Долгое время это ставилось под сомнение, однако сегодня уже убедительно доказано, что и отдельные фонемы, и фонетическая форма слов имеют хотя и множественную, но вполне конкретную смысловую окраску. Так, известный лингвист А.П. Журавлев, в частности, автор классических исследований в этой области, в своих работах уверенно утверждает, что «фонетическая мотивированность явно существует и вместе со смысловой (понятийной – Я.Л.) и морфологической мотивированностью обеспечивает тесную взаимосвязь между содержанием и формой слова». Исходя из изложенного, в настоящее время все чаще и чаще говорят об идеостиле литературного произведения, имея в виду его фонетическую структуру и обусловленную ею его содержательную (фоносемантическую или звуко-смысловую) составляющую.

В процессе художественного перевода иноязычного литературного текста на русский, как правило, ставятся две задачи: передать русскоязычному читателю информацию, содержащуюся в тексте, и сделать это в форме, близкой к форме оригинала. (Лишь при таком подходе перевод может дать читателю наиболее полное представление о «другой» культуре). Если это удастся, перевод считается адекватным, и вполне естественно, что каждый переводчик, особенно переводчик поэзии, к этому стремится. Обычно поэт-переводчик старается воспроизвести и образный строй стихотворения-оригинала, и его ритмику, и строфику, и систему рифмовки, и пр. Зачастую он пытается воспроизвести и идеостиль. Однако при этом он встречается с серьезными трудностями, вызванными тем, что частотность тех или иных фонем в каждом языке своя. Как правило, преодолеть эти трудности переводчик не в состоянии, а потому в подавляющем большинстве поэтических переводов идеостиль не передается. Тем не менее, это, все же, можно осуществить.

Известно, что, воспринимая иноязычный текст на слух, человек непроизвольно отождествляет составляющие его фонемы с фонемами русского языка. Благодаря этому, а также ассоциативности человеческого мышления, такой текст выглядит для слушателя как совокупность квазислов, состоящих из русских букв. Это, по-существу, квазитекст, представляющий собой оригинал стихотворения, записанный в русской практической транскрипции. Читая иноязычный текст, русскоязычный человек воспринимает его почти