

# МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования

КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА

(КГПУ им. В.П. Астафьева)

ФАКУЛЬТЕТ БИОЛОГИИ, ГЕОГРАФИИ И ХИМИИ

Кафедра географии и методики обучения географии

Специальность 0501003.65– География

Квалификация «Учитель географии»

## ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой географии

и методики обучения географии

\_\_\_\_\_ Н.А. Лигаева

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

Выпускная квалификационная работа

## **ВЛИЯНИЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ФОРМИРОВАНИЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА У ШКОЛЬНИКОВ**

Выполнила студентка группы 52С

Рябкова Юлия Сергеевна \_\_\_\_\_

Форма обучения: очная

Научный руководитель:

Д.э.н., проф., А.И.Шадрин \_\_\_\_\_

Рецензент:

К.п.н., доц. Л.Ю. Ларионова \_\_\_\_\_

Дата защиты \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

Красноярск

2015

## Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Туризм как основа формирования географической картины мира.....	6
1.1. Туризм как отрасль хозяйства.....	6
1.2. Роль туризма в отраслевой структуре хозяйства стран мира.....	13
1.3. Составные части географической картины мира.....	28
Глава 2. Роль выездного туризма в формировании географического мышления школьников...	33
2.1. Формирование географических представлений в туристических поездках.....	33
2.2. Использование материалов туристических поездок учащихся на уроках географии.....	48
Заключение.....	61
Библиографический список.....	63
Приложения.....	66

## Введение

За последние два десятка лет индустрия туризма сформировалась и получила признание как крупнейшая в мире сфера деятельности по оказанию услуг. Это стало возможным в результате более широкого открытия границ между государствами, появления у населения дополнительных средств, развития инфраструктуры транспорта. Все это позволило сделать путешествия массовым явлением, изменить отношение к самим туристским поездкам, превратившимся из элемента роскоши в фактор повседневной жизни. Закономерным следствием этих процессов явилось увеличение количества детей, участвующих в выездных туристических поездках вместе с родителями или же организованными группами.

Роль школьного географического образования во многом заключается в формировании географического мышления школьников, развитию свободно и творчески мыслящей личности.

Определение ценности научно – географических знаний в формировании личности позволяет сформулировать общую цель среднего географического образования – формирование у школьников географической картины единого мира как составной части Земли, убеждение учащихся в необходимости установления и развития международного сотрудничества, формирование у них необходимости усвоения моральных ценностей человеческого мира, норм и правил цивилизованного общения.

Основная цель предмета географии в старших классах – продолжить формирование знаний о географической картине мира, которые опираются на понимание теории взаимодействия общества и природы, воспроизводства и размещения населения, мирового хозяйства и географического разделения труда, районирования территорий, раскрытие глобальных и региональных явлений и процессов, которые происходят как в мире в целом, так и в отдельных субрегионах, странах и их районах. [15]

Формирование у учащихся географической, картины мира, как неотъемлемого компонента их общей культуры, относится к числу наиболее важных задач обучения географии в школе.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы определяет активный рост за последние десятилетия выездного туризма и закономерный рост участия в поездках детей различного возраста, в том числе школьников, как с родителями, так и организованными группами.

Географическая картина мира – это один из компонентов общей культуры человека, поэтому вопрос выяснения влияния выездного туризма на формирование географической картины мира у школьников является актуальным и своевременным.

**Объектом** исследования является формирование у учащихся географической картины мира на основе собственных представлений.

**Предмет исследования:** влияние особенностей выездного туризма на формирования у школьников географической картины мира.

**Цель исследования:** изучить влияние выездного туризма на формирование географической картины мира у школьников.

Поставленная цель потребовала решения следующих задач:

1. Определить понятие и сущность выездного туризма.
2. Провести анкетирование школьников на предмет выяснения влияния зарубежных поездок и информации на углубление и расширение их географических знаний.
3. Провести выборочное интервью школьников.
4. Изучить данные о выездных поездках школьников на базе фондовой информации.
5. Изучить статистические сведения о выездных поездках на базе Единой межведомственной информационно-статистической системы.
6. Использовать методы формирования географических представлений о географической картине мира.

7.Выявить критерии оценки и принципы, и факторы формирования географической картины мира.

8. Произвести анализ данных, полученных в ходе исследования.

9.Включение материалов зарубежных поездок в процесс обучения географии.

Методами исследования в выпускной квалификационной работе являются:

1.Анализ научной литературы, учебников и пособий, анализ научно – популярных статей.

2.Статистический.

3. Социологический: анкетирование, интервьюирование.

Исследование проводилось среди учащихся старших классов средней общеобразовательной школы № 145 г. Красноярска в период прохождения педагогической интернатуры.

# **Глава 1. Туризм как основа формирования географической картины мира**

## **1.1. Туризм как отрасль хозяйства**

В наше время туризм является одной из мощнейших отраслей в мировой индустрии. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании ВВП, создании дополнительных рабочих мест, обеспечении занятости. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, то есть выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Названием науки о туризме предлагаются «геотуристика» [9] или «туристика» [12, 13]. Можно было бы её именовать и как “туристическая география”, рассматриваемую как часть гуманитарной географии, чаще трактуемая как «рекреационная география».

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, изучать обычаи и традиции разных народов.

Менее известно, что туризм является одной из крупнейших и наиболее динамичных отраслей экономики. В сфере туризма занято свыше 250 млн. человек, то есть каждый десятый работник в мире. На его долю приходится 7 % общего объёма инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5 % всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами.

По прогнозам специалистов, XXI век станет веком туризма. Анализ современного состояния рынка туристических товаров и услуг, перспектив его развития и вклада туризма в мировую и национальную экономику чрезвычайно важен. Однако прежде чем погрузиться

основываться на особенностях туристского бизнеса, целесообразно раскрыть содержание понятия «туризм».

Знакомое всем людям слово «туризм» происходит от французского *tour* (тур) – прогулка, путешествие по кругу с возвращением к месту выезда.

Туризм – временные выезды (путешествие) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительные, познавательные, профессионально – деловые, спортивные, религиозные и иные места временного пребывания. [26]

В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная отрасль экономики и наиболее развивающийся экономический сектор.

Туристское хозяйство представляет собой определенный комплекс различных секторов, создание и развитие которых стимулируется приездом и пребыванием туристов. Это хозяйство состоит из взаимно дополняющих друг друга отраслей, которые могут удовлетворить спрос туристов лишь в комплексе.

Туристское хозяйство, как один из основных элементов туристского предложения, оказывает решающее влияние на территориальную систему, а также интенсивность туристского движения.

Возрастающий с каждым годом спрос, все большая дифференциация видов отдыха, а также изменения в социальной структуре туристов приводят к тому, что туристское хозяйство подвергается постоянным переменам, как в структурном, так и в географическом отношении.

Туризм – отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах. [22]

Продукция туризма – это комплексная услуга, содержащая в качестве взаимосвязанных элементов услуги транспорта, гостиничного хозяйства, торговли, экскурсионных, культурно – зрелищных, спортивных, коммунально – бытовых, лечебно – оздоровительных и других учреждений и предприятий. Удельный вес элементов, составляющих тур, колеблется в широких пределах и находится в зависимости от множества факторов, среди которых определяющее влияние оказывают вид туризма, способ передвижения, продолжительность и способ организации путешествия.

Особая роль принадлежит базе ночлега, транспорту и базе питания, без которых развитие массового туризма невозможно, даже в случае высокой туристской привлекательности местности.

Очень большое значение для увеличения туристской привлекательности имеет и сопутствующая база.

Материально – техническая база туризма с экономической точки зрения представляет собой совокупность предприятий и учреждений, которые подразделяют на два компонента.

Таблица 1

Компоненты материально–технической базы туризма

Первичные	Вторичные
Гостиницы	Городской и международный транспорт
Турбазы	Предприятия торговли
Пансионаты	Заведения общественного питания
Различные средства туристского размещения	Культурно-зрелищные
Специальные отделения связи	Коммунально-бытовые средств
Бюро обмена валюты	

Туризм – сфера приложения труда значительной части экономически активного населения во всех развитых странах.



В некоторых странах туризм является единственной отраслью, способной ощутимо влиять на развитие производительных сил, вовлекая в хозяйственный оборот такие природные тела или их свойства, которые не могут быть основой деятельности, ни для какой другой отрасли экономики, – горный воздух, снежный покров, теплое море, солнечная радиация, эстетические особенности ландшафта. Вместе с тем некоторые ресурсы, находящиеся в хозяйственной эксплуатации (леса, луга, реки), также могут быть использованы для целей туризма.

Концентрация производства и урбанизация вызывают естественную потребность проводить отдых в малоизменённой природной среде. Поэтому туристские потоки в значительной степени (часто стихийно) устремляются именно в такие районы, в которых производительные силы развиты относительно слабо и природная среда подверглась относительно меньшим воздействиям.

При этом туризм по сравнению с другими отраслями народного хозяйства в наименьшей степени отрицательно влияет на окружающую среду. Конкуrentно выступая по отношению к другим отраслям народного хозяйства в экономическом освоении территорий, туризм способствует охране природы и выступает как одна из экологически эффективных отраслей народного хозяйства.

Отрицательное влияние туризма на природу фиксируется в тех случаях, когда он является пионером освоения территорий, а также при перегрузке их отдыхающими, которая ведёт к подрыву восстановительных сил природы. [18]

Для предотвращения подобного оскудения природы изучаются нормы туристских нагрузок на различные типы ландшафта, выявляются резервы территорий, подлежащих охране как объекты туризма в будущем, организуются природные парки с природоохранным режимом. Развитие исследований в области комплексного использования рекреационных

ресурсов обусловило возникновение новой отрасли географии – рекреационной географии.

Данное направление возникло в конце 60 – х – начале 70 – х годов в недрах географической науки как география отдыха и туризма.

Сейчас эта дисциплина преподается в некоторых высших учебных заведениях на географических факультетах, в том числе и в КГПУ, и по ней подготовлены учебные пособия.

В чём же состоит задача географов в организации отдыха и развития туризма. Чёткую характеристику участия географов в исследовании рекреации дал Б. Б. Родоман.

“ Задача географов... – пишет он, – состоит в том, чтобы наряду с другими специалистами разрабатывать методику выявления, оценки и картографирования рекреационных ресурсов, давать рекомендации по рациональному использованию территории, охране природы и красоты ландшафта для рекреации, а также в порядке теоретических изысканий строить типовые модели районов отдыха и разрабатывать основные понятия, правила, находить зоны рекреационной географии” . [21. с.311–312]

Все специалисты в области туризма сходятся во мнении, что в основе развития туризма лежит экономический и социальный прогресс. Среди многочисленных факторов, воздействующих на развитие туризма, целесообразно выделить следующие факторы (макрофакторы).

## Макрофакторы, воздействующие на развитие туризма [12]

Факторы	Характеристика
1. Социально – экономический	Характер общественно-экономического строя; степень развития производительных сил, индустриализацию и научно – техническую революцию; объём и структуру свободного времени; материальное благосостояние; трудовую деятельность, культурный уровень, профессиональную и образовательную структуру населения
2. Демографический	Численность, территориальное распределение населения и его возрастная структура, урбанизация. Например, урбанизация усиливает тягу к туризму
3. Экологический	Качество среды постоянного проживания и состояния здоровья населения; немаловажным фактором, воздействующим на туризм может оказать глобальное потепление, которое может изменить флору и фауну земного шара, а так же повышение уровня морей, которое преобразует, морские береговые зоны и тем самым повлияет на прибрежный туризм
4. Политический	Для развития туризма в той или иной стране важен тип международных отношений, сложившийся с другими государствами; состояние торгового и платежного баланса данной страны и ее партнеров; международная обстановка в мире или отдельно взятом регионе; упрощение паспортного и таможенного режима; социальная политика государства
5. Материально – технический	Определяются уровнем техники и технологии в отраслях транспорта, строительства, связи, коммуникаций; в

	<p>средствах массовой информации; системе коммунально-бытовых служб, торговли и общественного питания; постоянно растущую мобильность общества, обусловленную успехами развития транспорта; развития воздушного сообщения и удешевления авиабилетов</p>
6. Природный	<p>Разнообразие климатических условий; экзотичностью флоры и фауны; наличием источников минеральных вод; месторождений лечебных грязей и многое другое</p>
7. Культурно - исторический	<p>Удовлетворение культурных, образовательных и эстетических потребностей, что способствует развитию стремления у людей к познанию, исследованию жизни, традиций, культуры и истории других стран и народов.</p>
8. Научно - технический прогресс	<p>При обслуживании туристов используются современные компьютерные технологии управления, возможности глобальных компьютерных сетей, позволяющие сформировать туристский продукт для клиента в короткий промежуток времени с учетом различных тарифов и систем поощрения клиентов; совершенствуются стандарты сервисного обслуживания на транспорте, который становится все более комфортабельным для пассажиров; появляются новые прямые авиарейсы, скоростные магистрали</p>

Развитие туризма значительно зависит от информированности туристов о возможных местах отдыха и путешествий.

Развитие средств массовой информации и их возможностей позволило туристским организациям пропагандировать как туризм в целом, так и отдельные туристские продукты или услуги.

Таким образом, весь комплекс факторов, влияющих на развитие туристской отрасли, можно разбить на две группы:

1. факторы, действующие вне зависимости от деятельности организаций индустрии туризма (политические, экономические, социально-демографические, культурные);

2. факторы, способствующие развитию туризма, активно используемые турорганизациями в своей деятельности.

Экономические условия и ограничительные факторы развития туризма (микрофакторы):

- уровень экономического развития страны в целом;
- факторы туристского спроса (цена, уровень доходов, вкусы, предпочтения, престижность, уровень образования, эстетическое воспитание).
- индивидуализация потребительского выбора.
- туристские ресурсы
- ограничения, связанные с окружающей средой
- ограничения с точки зрения свободного времени.
- ограничения с точки зрения законодательства.

Таким образом, туризм сложился как отрасль хозяйства для многих стран мира. Он оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы хозяйства стран и регионов, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и многие другие.

## **1.2 Роль туризма в отраслевой структуре хозяйства стран мира**

Значение туризма, как источника валютных поступлений и расширения международных контактов, постоянно растет.

По данным ВТО, вклад туризма в мировую экономику составляет более 2 млрд. долларов мирового ВВП. (Рис.1)

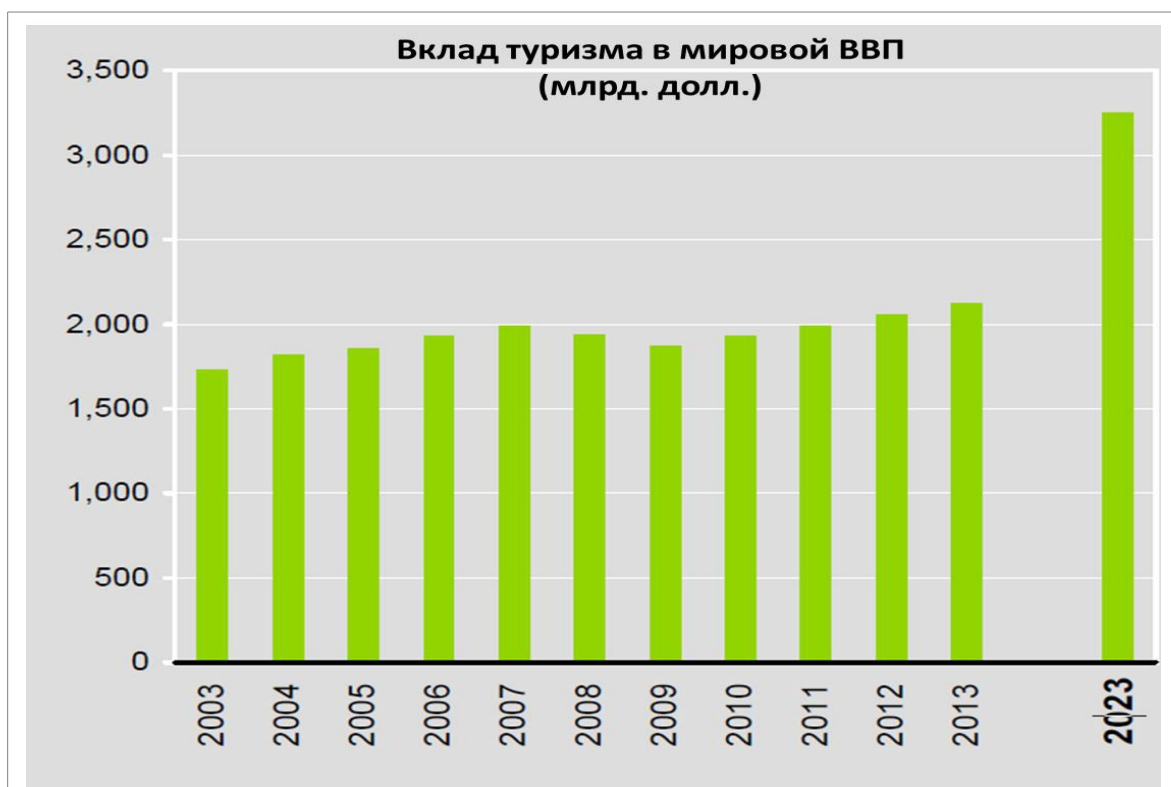


Рис.1. Вклад туризма в мировой ВВП в течение 2003-2013 г., с прогнозом на 2023 год. [<http://провэд.рф>]

Тенденция к росту объясняется, прежде всего, усилением экономик развивающихся стран, в которые, вместе с тем увеличился поток туристов. Помимо этого, на фоне снижения темпов развития экономики всего мира, а, особенно, Европы, сфера туризма не только не ослабла, но и, наоборот, усилилась.

Во все возрастающей степени туризм становится интегральным показателем экономико – политического развития регионов. Он даёт 5 % мирового внутреннего продукта. Доходы от международного туризма уступают лишь двум статьям внешней торговли: “ машины и транспортные средства”, “ офисное оборудование и телекоммуникационные средства”. [3] К обслуживанию большого количества перемещающихся по всему миру людей привлекается еще большее количество специалистов многих

смежных с туризмом отраслей, которые и составляют суть индустрии и инфраструктуры.

Для того чтобы туризм стал массовым явлением и вовлек значительные слои населения, необходим достаток в средствах, позволяющий выделять из семейного бюджета некоторую часть средств на обеспечение отдыха. Как правило, на кратковременный отдых требовалось (и требуется сейчас) значительно больше средств, чем на обычное проживание и режим труда, что связано с расходами на перемещение, проживание в ином месте.

Существует прямая связь между тенденциями развития индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями.

Растущий уровень жизни в развитых индустриальных странах мира ведет к росту продолжительности отпусков и достаточно высокому уровню обеспечения, что также оказывает значительное влияние на развитие туризма.

В практике туристической деятельности различают страны - поставщики туристов и страны, принимающие туристов.

К первым могут быть определены США, Германия, Англия, Бельгия, Дания. Ко вторым Франция, США, Испания, Италия, Венгрия и другие. Туристы из наиболее развитых стран мира – США, Германия и Япония – тратят больше средств в заграничных путешествиях, чем туристы из других стран. [9]

Эксперты Всемирной Туристической Организации указывают на то, что существует четкая связь между тенденциями развития туризма и общим состоянием экономики в стране. Динамика путешествий очень чувствительна к тому, находится ли экономика на подъеме или идет спад.

В условиях сохраняющейся неустойчивости мировой экономической конъюнктуры, все регионы и субрегионы достигли положительных результатов, хотя общая картина выглядит неоднозначно. На удивление,

результаты Европы (+5%) превзошли ожидаемые, учитывая показатели Центральной и Восточной Европы (+10%), а также Южной и Средиземноморской Европы (+6%). Азиатско-Тихоокеанский регион (+6%), за счет успешной деятельности Юго-Восточной Азии (+12%) и Южной Азии (+7%), также превзошел ожидаемые результаты. С другой стороны, хуже планировавшихся оказались результаты Американского региона (+2%) из-за отставания Южной Америки и стран Карибского бассейна.

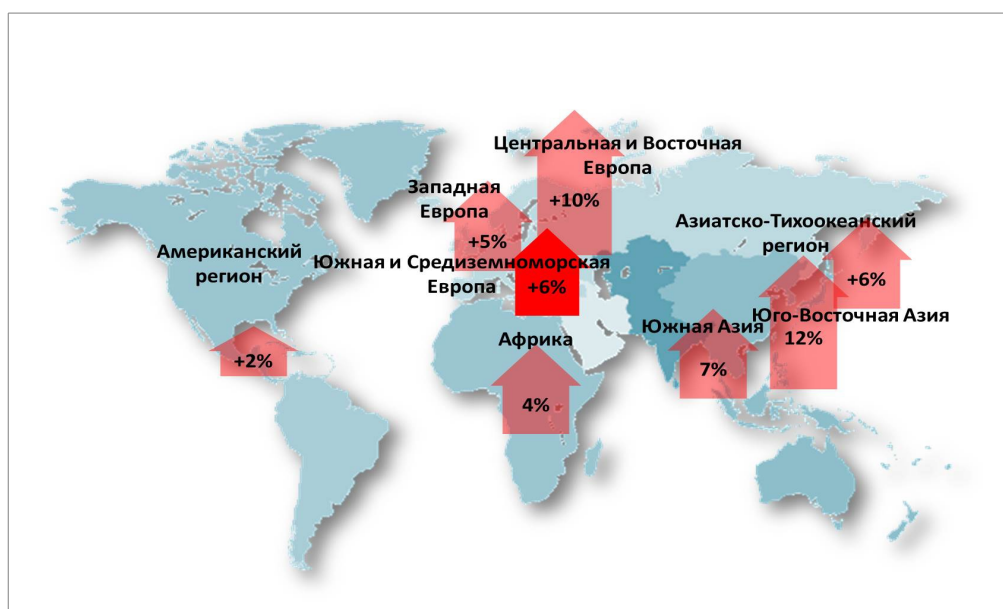


Рис.2. Динамика путешествий в регионы мира. [<http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/7035-turizm.html>]

Россия, обладая колоссальным туристским потенциалом, занимает скромное место на международном туристическом рынке.

На ее долю приходится около 1% мирового туристского потока. Туристский рынок является частью национальной экономики. В случае с международным туризмом, он одновременно относится к двум подчас очень разным экономическим системам, одна из которых существует в границах страны происхождения туристов, а другая – в стране,



принимающей туристские потоки. Международный туризм представляет собой сложное, многоцелевое и в ряде случаев разнонаправленное экономическое явление, достаточно полно воплощающее в себе основные присущие глобальной экономике механизмы и последствия. Международный туризм присутствует в экспортно – импортных операциях мировой и региональной торговли товарами и услугами, международных экономических отношениях, является одновременно производной и предпосылкой интеграционных процессов в глобальной экономике.

Сегодня туризм – это одна из ведущих и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. За высокие темпы роста он признан экономическим феноменом столетия.

За 1950 – 2010 годы численность международных туристов увеличилась в 37 раз, а поступления от этого вида услуг возросли почти в 428 раз. Согласно данным последнего Всемирного барометра туризма в 2010 году наблюдались высокие темпы восстановления международного туризма.

Данная отрасль хозяйства является фундаментальной основой многих развитых и развивающихся стран мира.

В США, например, количество, прямо и косвенно занятых обслуживанием туристов составляет 5,6% всех лиц наёмного труда, во Франции – 4,3% населения, в Великобритании – свыше 4%, в России – около 4%.

В экономике многих стран отрасль туризма занимает одно из ведущих мест. Во Франции, например, туризм опередил по доходам автомобильную промышленность и вышел на 1–е место среди отраслей материального производства и сферы обслуживания.

Анализ доходности от туризма приводит к интересным сравнениям. Так, на каждого жителя США приходится в два раза больше туристов, чем на россиянина, а при равных примерно ценах на туристское обслуживание - доходность от туристской отрасли в США в 5 раз выше.

Еще более парадоксально это положение в Андорре, где вся страна (50 тысяч жителей) работает на туризм, все жители стелют постели, готовят еду, поют с утра до вечера для туристов, продают им товары.

Последнее весьма привлекательно для туристов, поскольку Андорра является зоной беспошлинной торговли.

Других видов деятельности в карликовой стране, расположенной в узкой горной долине, нет или они не имеют значительного веса в экономике государства.

Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. Он занимает значительное место в международных отношениях. Более 700 миллионов человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях.

Международный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в мировой экономике.[4]

В связи с тем, что туризм является межотраслевой сферой экономики, охватывающей не только средства размещения, но и транспорт, связь, индустрию питания, развлечений и многое другое, эта сфера влияет на каждый континент, государство или город. Значение туризма для экономик разных стран связано, прежде всего, с теми преимуществами, которые он приносит при условии успешного развития.

Прежде всего – это рост рабочих мест в гостиницах и других средствах размещения, в ресторанах и иных предприятиях индустрии питания, на транспорте и в смежных обслуживающих отраслях.

Другим важным преимуществом является мультипликативный эффект от туризма, его влияние на развитие смежных отраслей экономики.

Третье преимущество – рост налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. Кроме этого, туризм оказывает экономическое влияние на местную экономику, стимулируя экспорт местных продуктов.

Высокие темпы развития туризма, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. В наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику.

Важной особенностью современного этапа развития туризма и изменения его организационных форм является проникновение в туристский бизнес транспортных, торговых, промышленных, банковских, страховых и других компаний. Интенсивное развитие международных туристских связей повлекло за собой создание многочисленных международных организаций, содействие лучшей организации этой сферы международных экономических отношений.

Международный туризм превратился в одну из доминирующих отраслей мировой экономики, вовлекая в сферу своей экономической активности природные, человеческие, культурно – исторические и иные ресурсы. Актуальным стало понятие «туристические ресурсы», как сочетание природных и культурно – исторических ценностей и иных видов ресурсов, представляющих интерес для путешественников.

Международный туризм становится катализатором развития многих стран, экономика которых все больше зависит от этого вида деятельности, а также многих малоосвоенных, но привлекательных для целей отдыха территорий. Туризм выступает в качестве важного фактора регионального развития, стимулируя освоение пустынных местностей, оставленных земель, отсталых районов, экстремальных территорий.

Международный туризм способствует формированию нового типа пространственных связей, снижающих риск войн, региональных конфликтов, способствующих культурному и техническому обогащению стран и народов. [25]

Ожидается, что к 2020 году ведущим туристическим направлением мира станет Китай, а следующими по популярности станут США, Испания и Гонконг (как самостоятельное от Китая направление).

К 2020 году количество международных туристских прибытий превысит уровень 1995 года в 3 раза и составит 1,6 млрд. человек.

Лидерами выездного туризма к 2020 году станут Германия, Япония, США, Китай и Великобритания. При этом российский выездной туризм будет где-то на уровне 30 млн. человек, что ниже, чем в Великобритании более чем в 3 раза, а Германии – в 5,5 раз.

К наиболее популярным видам туризма к 2020 году можно будет отнести: приключенческий, экологический, культурно–познавательный, тематический, а также круизы. [35]

Время, которое люди выделяют на свой отдых, будет сокращаться, поэтому туристы будут искать туристский продукт, дающий максимум удовольствий в минимальный отрезок времени. Потребителю нравится отдыхать в атмосфере роскоши и утонченности, одновременно наслаждаясь экзотикой и комфортом испытывая беззаботность и получая заряд энергии. Современный этап развития глобального туристского рынка характеризуется усилением власти потребителя. На конференции министров стран Организации экономического сотрудничества и развития в Оттаве было заявлено, что «контроль... незаметно перешел к десяткам миллионов, а вскоре перейдет к сотням миллионов потребителей во всем мире».

Сегодня туристский рынок принадлежит потребителю. Он развивается, постоянно меняется, принимая зрелые формы.

Сфера туризма при успешном развитии может стать одним из ключевых элементов, позволяющих создать условия для достижения стратегических целей развития, а именно, повышения благосостояния населения на основе динамичного и устойчивого экономического роста и обеспечения занятости населения, повышения уровня удовлетворения

социальных и духовных потребностей, создания потенциала для будущего развития государств и укрепления международных позиций. При условии проведения эффективной государственной политики, туристская индустрия обеспечивает рост качества услуг, стимулирует развитие человеческого капитала, повышает качество жизни, создает и совершенствует инфраструктуру.[4]

Таким образом, все выше сказанное, свидетельствует о растущей роли международного туризма в мировой экономике в настоящее время, а также о перспективах развития туризма в ближайшем будущем.

Мировым экономическим форумом разрабатывается Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ), который складывается из трех субиндексов: субиндекс регулирования экономики, субиндекс инфраструктуры и бизнес - среды, субиндекс человеческих и природных ресурсов. Этот индекс предназначается для измерения факторов и тех политических действий, которые делают туризм привлекательным в определенной стране. Данные собираются на основе анкетирования крупнейших международных организаций. В 2013 году Всемирная туристическая организация также его рассчитала и подвела итоги. Европа по-прежнему остается лидером по конкурентоспособности мирового туризма. (Рис 3)

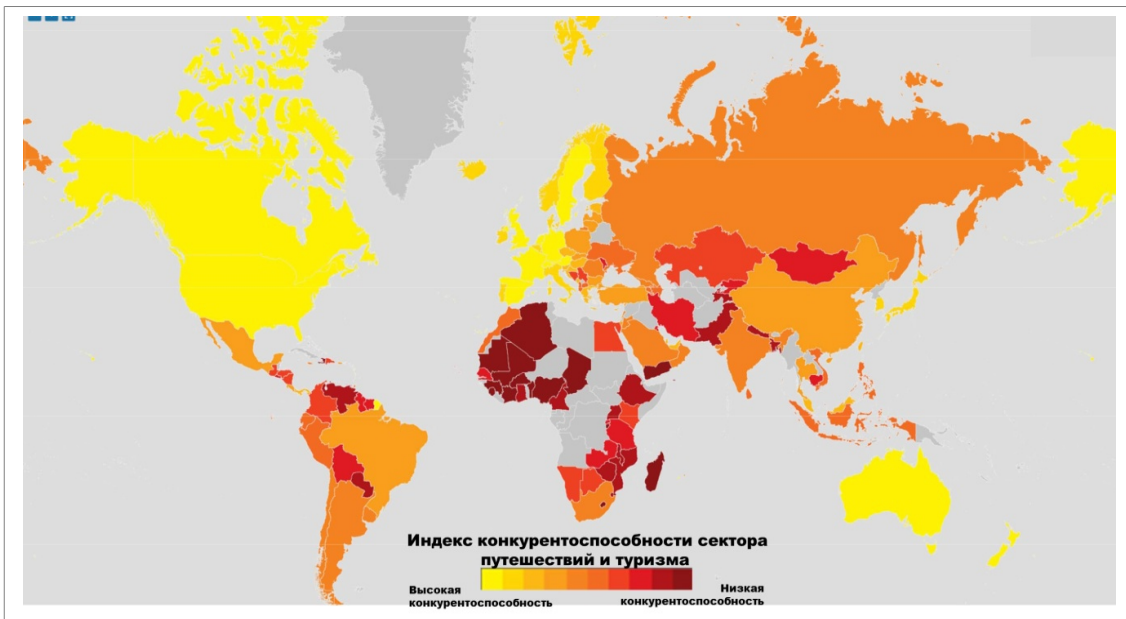


Рис.3. Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма.  
[[http://otherreferats.allbest.ru/sport/00022919\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/sport/00022919_0.html)]

По характеру перемещения туристов относительно места своего постоянного проживания можно выделить три типа туризма: въездной, выездной и внутренний. В настоящей работе нас интересует *выездной туризм*, который представляет собой поездку лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну. Одновременно это являет собой *международный туризм*, как деятельность, направленная на осуществление туризма жителями одной страны на территории другой.



Рис.4. Структура туристических поездок в 2013 году.

[<http://www.labaved.ru/news/640841>]

Поскольку туризм с момента становления превратился в отдельную отрасль, он имеет определенные характеристики, которые являются показателями степени развития туризма, его влияния на экономику. [19]

**Основными показателями состояния и развития международного туризма являются:**

- 1) число туристов, посетивших зарубежные страны (туристические прибытия);
- 2) денежные поступления от туризма.

**Выездной туризм** в данном плане является менее выгодным для экономики страны, прежде всего, из-за вывоза туристами капитала за пределы этого государства. Доход государства от выездного туризма составляют налоги, получаемые от туристических организаций, осуществляющих отправку туристов за рубеж, и от сферы перевозки. Новые рабочие места – это опять же места только в сфере перевозки и в сфере организации отправки. Остальные отрасли, включенные в туристическую индустрию, остаются при данном типе туризма, как правило, незадействованными.

С другой стороны, если выездной туризм имеет массовый характер, то доходы от него могут быть довольно значительными.

Так, например, в Венгрии каждый житель страны, учитывая младенцев и престарелых людей путешествует за рубеж два раза в год.

В России зарубежные поездки могут позволить себе лишь два процента населения. Прежде всего, это связано с недостаточным уровнем материального обеспечения основной части населения, которая не имеет финансовых возможностей для подобных поездок.

Однако, несмотря на то, что уровень жизни населения России ниже в сравнении со многими зарубежными странами, выездной туризм постепенно развивается, о чем свидетельствует увеличение числа путешествующих туристов.

Большинство российских туристов по – прежнему отдает предпочтение недорогому отдыху в странах с благоприятным теплым климатом, поскольку вопрос экономии для них является существенным.

Вообще, следует отметить, что для гармонично развивающегося туризма характерно наличие баланса между внутренним и въездным туризмом. Однако это не относится к тем странам, экономика которых ориентирована на туризм (например, Таиланд), поскольку практически все население, способное путешествовать, в таких странах занято работой в туризме и не имеет свободного времени для поездок.[13]

К недостаткам, которые способны тормозить развитие туризма в пределах одной страны, относятся:

- 1) политическая нестабильность страны;
- 2) несоответствие дорожно – транспортной инфраструктуры международным стандартам;
- 3) завышенные цены на обслуживание, несоответствующие их реальному уровню;
- 4) несоответствие материально-технической базы международным стандартам;
- 5) несовершенство законодательного и экономического стимулирования туризма на уровне государства;



б) низкий уровень обслуживания;

7) низкий имидж страны.

Ежегодная статистика свидетельствует о продолжении роста и развития сферы мирового международного туризма. Все большее число людей вовлекается в эту сферу.

Развитие туризма приводит не только к увеличению числа туристов, но и к увеличению поступлений от туризма.

В качестве признака, позволяющего классифицировать путешествия по видам туризма, используются мотивационные факторы, побудившие человека отправиться в поездку.

Классификация целей туристских поездок отличается значительным разнообразием. Можно выделить некоторые типы туризма, однако число их может быть значительно больше.

Таблица 3

Типы туризма по целям поездок [11]

Классификация целей туристских поездок	Города и страны	Места посещения
Рекреационный	1. Турция 2. Тайланд 3. Сочи	1. Побережье Средиземного моря 2. Побережье Андаманского моря 3. Побережье Черного моря
Культурно - познавательный	1. Франция 2. Италия	1. Классический экскурсионный тур в Париж, включающий автобусно-пешеходные экскурсии по Парижу и Монмартру + экскурсия в Лувр и поездка в Версаль. 2. Венеция – Пиза – Флоренция – Рим – Ватикан – Неаполь – Помпеи – Ассизи – Римини.

Деловой и профессиональный	США, Великобритания, Канада.	Курсы английского языка за рубежом.
Спортивный	Турция, Египет, Багамские острова, Тунис, Таиланд, Кипр, Швейцария.	Швейцария (Альпы; курорты – Давос, Санкт–Мориц, Церматт, Интерлакен, Лейкербад.)
Экологический	1. Армения 2. Китай	1. В курортном городе Армении –Цахкадзоре распространён экологический туризм. 2.В Китае находится множество объектов экотуризма. Одно из самых больших в мире количество лесных заповедных зон и лесопарков. В провинции Хэйлунцзян находится геологический парк мирового значения с природной зоной «Первобытный кратерный лес».
Религиозный	1.Саудовская Аравия 2. Израиль	1.В Мекке находится главная мечеть мусульманского мира Аль – Хараам и святилище Кааба, а в Медине – могила пророка. 2.Стена плача.
Комбинированные туры	1. Греция-Турция 2. Австрия-Германия	Обзорная экскурсия по городу с посещением Акрополя и нового Музея. Мыс Сунио, храм Посейдона, озеро Вульяменис. 2. Обзорная экскурсия по Вене с посещением дворца Шёнбрунн. Экскурсия в Зальцбург.

К наиболее популярным видам туризма к 2020 году можно будет отнести: приключенческий, экологический, культурно–познавательный, а также круизы. Время, которое люди выделяют на свой отдых, будет сокращаться, поэтому туристы будут искать туристский продукт, дающий максимум удовольствий в минимальный отрезок времени. Потребителю нравится отдыхать в атмосфере роскоши и утонченности, одновременно наслаждаясь экзотикой и комфортом испытывая беззаботность и получая заряд энергии. Современный этап развития глобального туристского рынка характеризуется усилением власти потребителя. На конференции министров стран Организации экономического сотрудничества и развития в Оттаве было заявлено, что «контроль...незаметно перешел к десяткам миллионов, а вскоре перейдет к сотням миллионов потребителей во всем мире». Сегодня туристский рынок принадлежит потребителю.

По итогам 2014 года, россияне стали свидетелями нестабильной экономической обстановки. Доход остался прежним, а вот цены подросли. В этом же году обанкротились сразу несколько известных туроператоров. Несмотря на это, сейчас туристический рынок плавно возвращается к показателям прошлого года и предлагает путешественникам новые варианты.

Экономическая обстановка по-прежнему остаётся нестабильной, однако аналитики утверждают, что количество желающих съездить за границу в сентябре 2014 года меньше не стало по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году. Изменения коснулись только продолжительности путешествий. В этом году русские туристы отдыхали не так долго, как раньше.

Европейские страны в 2014 году активно занялись привлечением туристов из России. Проводятся различные рекламные кампании и акции.

В 2015 году крупные туристические компании, Ростуризм и агентства по аренде зарубежной недвижимости ожидают стабилизации рынка. [31].

### **1.3. Составные части географической картины мира**

Структура географической картины мира [по Максаковскому. В. П.]



Природа



1. Географическая среда – одно из важнейших понятий географической науки. Оно было предложено еще в конце XIX в. известным французским географом - страноведом Элизе Реклю и работавшим вместе с ним русским географом Л. И. Мечниковым. За прошедшие сто с лишним лет это понятие постепенно расширялось и углублялось, став центральным звеном учения о географической среде. Несмотря на обширную литературу по этой проблематике, причем не, только географическую, но и философскую, некоторые принципиальные вопросы еще до сих пор продолжают оставаться спорными.

Во-первых, это вопрос о трактовке самого понятия «географическая среда», который еще не так давно разделял географов на два враждующих лагеря.

Сторонники более широкой трактовки считали и продолжают считать, что между понятиями «природа» и «географическая среда» теперь уже нет различия, поскольку люди освоили, окультурили всю планету.

Сторонники более узкой трактовки считают, что понятия «природа» и «географическая среда» близкие, родственные и в перспективе, по-видимому, действительно сольются в одно понятие. Но пока еще человеком освоена далеко не вся природа, а только ее часть, хотя и преобладающая. Такой точки зрения придерживается большинство географов и философов, что отразилось и на самом определении понятия о географической среде. Для примера можно привести определение, которое дано в очень авторитетном издании – «Географическом энциклопедическом словаре»: «Географическая среда – земное окружение человеческого общества, часть географической оболочки, в той или иной мере освоенная человеком и вовлеченная в общественное производство» . [15]

2. География населения изучает географические особенности формирования и развития населения и населенных мест в различных социальных, экономических и природных условиях. Она устанавливает закономерности, в первую очередь пространственные, которые определяют развитие структуры, размещения и территориальной организации населения.

Научным ядром географии населения следует считать теорию расселения, которая рассматривает расселение людей под воздействием социально-экономических (уровень развития и размещение производственной и непроизводственной сфер), природных (условия рельефа, климата, водоснабжени.) и демографических (тип воспроизводства населения) факторов.

3. Так, по Я. Г. Машбицу, политическая география исследует территориальную расстановку классовых и политических сил в связи с социально-экономическими, историческими, политическими, этнокультурными и природными особенностями развития регионов и стран, их районов, городов и сельской местности.[17]

По В. А. Колосову, современные политико-географические исследования можно классифицировать по трем территориальным уровням: к макроуровню относятся исследования по миру в целом и по его крупным регионам, к мезоуровню – по отдельным странам и к микроуровню – по отдельным городам, районам. [14]

Политическая карта мира – географическая карта, отражающая страны мира, их форму правления и государственного устройства. Политическая карта отражает главные политико-географические изменения: образования новых независимых государств, перемену их статуса, слияние и разделение государств, утраты либо приобретение суверенитета, изменение площади государств, замену их столиц, изменение названия государств и столиц, перемену форм государственного правления

4. Мировое хозяйство – это сложное междисциплинарное понятие.

Во-первых, это историческая категория, поскольку становление мирового хозяйства – результат тысячелетней эволюции производительных сил.

Можно выделить длительный этап своего рода предыстории мирового хозяйства, а затем этапы его возникновения (XVI в.), формирования (конец XIX в.) и, наконец, уже в XX в. этапы его преимущественного развития «вширь» (первая половина) и «вглубь» (вторая половина).

Во-вторых, это политико-экономическая категория, поскольку понятие о мировом хозяйстве тесно связано с понятием об общественном разделении труда, интернационализации хозяйственной жизни,

международной экономической интеграции. Наконец, в-третьих, это и географическая категория, которая предполагает изучение мирового хозяйства, по крайней мере, на трех уровнях:

- 1) общей географии мирового хозяйства;
- 2) географии отраслей мирового хозяйства;
- 3) географии крупных регионов и субрегионов.

5. По ходу развития цивилизации перед человечеством неоднократно возникали сложные проблемы, порой и планетарного характера. В полной мере они проявились уже во второй половине и, в особенности в последней четверти XX в. Такие проблемы были вызваны к жизни комплексом причин, отчетливо проявившихся именно в этот период.

Все это, начиная с 60 –70-х гг. XX в., привлекло к глобальным проблемам внимание ученых, политиков, широкой общественности. Постепенно сложилось и само понятие о глобальных проблемах, которые:

во-первых, касаются всего человечества, затрагивая интересы и судьбы всех стран, народов и социальных слоев;

во-вторых, приводят к значительным экономическим и социальным потерям, а в случае их обострения могут угрожать самому существованию человеческой цивилизации;

в-третьих, могут быть решены лишь при сотрудничестве в общепланетарном масштабе, совместных действиях всех стран и народов.

Несмотря на такое, казалось бы, достаточно четкое определение глобальных проблем, оценки общего их количества варьируют в очень широких пределах – от примерно 10 до 40 и даже более. [15]

Все перечисленные выше компоненты составляют сущность географической картины мира. Каждый компонент содержит в себе ещё множество составляющих, которые помогают как можно конкретнее и



понятнее сформировать картину мира у школьников, с каждым классом углубляя их знания.

## **Глава 2. Роль выездного туризма в формировании географического мышления школьников**

### **2.1. Формирование географических представлений в туристических поездках**

Школа, обучая детей, всегда должна считаться с развитием их мышления. Сначала школьниками приобретается средство думать о том, чего не видел и о чем не слышал, а затем объем мышления расширяется

пространственно, а затем уже и во времени. Постепенно расширяясь в объеме, мышление поднимается над восприятием и, делаясь все более абстрактным, поднимается также над простым воспроизведением, над памятью.

Расширение объема мышления означает в то же время отдаление мышления от восприятия. Мышление становится все более «не наглядным», более абстрактным, однако расширяясь в масштабе, оно проигрывает в своей содержательности.

Следовательно, словесное мышление необходимо насытить образным содержанием и разнообразить источники получения информации. Развиваясь от класса к классу, учащиеся должны мыслить шире по объему, мышление становится менее наглядным и более абстрактным, но в то же время более содержательным.

Начальным звеном в формировании пространственного мышления школьников являются географические представления. Их формирование составляет основу процесса обучения и учения ученика.

Однако если формированию понятий методическая наука и практика всегда уделяла большое внимание, то формированию географических представлений на уроке географии места, как правило, не находилось. Вследствие этого, ответы учащихся часто являются схематичными, заученными. При характеристике природных зон, например, дети нередко путают названия деревьев, животных, так как за этими названиями у них отсутствуют конкретные образные представления. [24]

Географические представления – это воспроизведение образов географических объектов и явлений, не воздействующих в данный момент на органы чувств. Исходными формами познания, на основе которых складывается представление, являются, как известно, ощущения и восприятие. Ощущение, восприятие, представления — необходимое звено в познании окружающего мира. В отличие от восприятия, отражающего отдельные географические объекты, представления отличаются большей

степенью обобщения и характеризуют не столько простые географические объекты, сколько сложные объекты, а также процессы и явления.

Различают представления памяти и представления воображения. При изучении географии важное значение имеют последние.

Если мы представим себе какое – либо наблюдавшееся нами раньше явление и подумаем, какие именно представления мы при этом имеем, мы заметим, что в нашем сознании промелькнёт несколько самых разнообразных представлений. Вот, например, думая о горнолыжных соревнованиях, мы можем представить себе горный склон, покрытый снегом; на этом склоне идёт группа лыжников, одетых в лыжные костюмы. Это говорит о том, что в нашем сознании возникает масса самых разнообразных представлений. Среди этих представлений мы можем выделить такие, которые относятся к области представлений памяти, и такие, которые относятся к области представлений воображения. Мы видели когда-то склоны, покрытые снегом, и когда мы сейчас представляем такой покрытый снегом склон, мы имеем представление памяти, воспроизводящее когда-то виденный нами предмет.

Отличие представлений воображения от представлений памяти заключается в той сознательной целевой установке, которую мы при этом имеем, а не в самом материале этих представлений. Материал представлений в обоих случаях один и тот же: и представления памяти, и представления воображения взяты из прежних наших восприятий. Мы не можем вообразить себе такие элементы этих представлений, которые когда-нибудь не воспринимались нами.

Различие между представлениями заключается, прежде всего в целевой установке.

Так же отличие представлений памяти от представлений воображения заключается и в характере реконструкции, которую при этом претерпевают представления.

При воспоминании это будет или обобщение, или уточнение в нём каких-нибудь частей; при воображении – образование дополнительных временных связей, приводящих к образованию нового образа.

Эти особенности представлений воображения по сравнению с представлениями памяти имеют первостепенное значение. Если бы человек был ограничен только представлениями памяти, он всегда жил бы только прошлым и не имел бы возможности представлять себе будущее. Только представления воображения, позволяют нам представить будущие события, добиваться того, чего ещё не было, создавать и творить новые вещи. Если бы у нас не было представлений воображения, у нас не было бы и творчества.

Вопрос о географической культуре, географической образованности молодого поколения, а, следовательно, и всего народа, продолжает оставаться весьма актуальным, ведь уровень этой образованности по-прежнему недостаточно высок.

По В.П. Максаковскому, географическая культура включает четыре основных компонента:

- I. Географическую картину мира
- II. Географическое мышление
- III. Методы географии
- IV. Язык географии

Географическая картина мира рассматривается как систематизированное и целостное представление о мире в виде совокупности наиболее фундаментальных, имеющих как прикладное, так и теоретическое и философское значение концепций современной науки.

Формирование у учащихся географической картины мира, как неотъемлемого компонента их общей культуры, относят к числу наиболее важных задач преподавания географии в школе. [15]

Решение этой задачи на уроках географии позволяет расширить представление школьников о своем земном доме (его облике и структурно

–функциональных особенностях организации), дает возможность каждому ученику определить свою личную включенность в сегодняшнюю и завтрашнюю жизнь планеты.

Конкретизация этой задачи связана с рассмотрением взаимодействия в процессе обучения двух картин мира. Первая из них – научно-географическая - сложилась в современном общественном сознании и выражает наиболее существенные черты теоретического осмысления географами земной действительности. Вторая - индивидуальная - сформировалась в сознании школьника и отражает опыт взаимоотношений ученика с окружающим миром. В современной школе именно преобразование индивидуальной картины мира при ее взаимодействии с научно – географической следует рассматривать как главный результат. [16]

В процессе формирования индивидуальной картины мира школьника большую роль играет личный опыт взаимоотношений школьника с окружающим миром, в том числе и через опыт зарубежных путешествий. Географическая культура подразумевает овладение специфическим географическим мышлением.

В географии самым главным считается выявление своеобразия каждого места. Для того чтобы выявить своеобразие различных мест необходимо учитывать различия от места к месту: чем одно место отличается от другого по рельефу, по климату, по почвам, по растительности, по положению, по населению, по хозяйству. Подтвердить факт наличия этих различий, а затем увязать их между собой и объяснить, составить характеристики разных мест – вот задача географии.

Следовательно, географически мыслит тот:

- 1) кто в достаточной мере привык обращать внимание на подобные различия,
- 2) кто может свои суждения "класть на карту",

3) кто умеет ставить вопрос о причинах, обуславливающих различия от места к месту,

4) кто способен связывать все различия между собой, составлять цельные представления о местности, давать связные характеристики стран и районов.

Уникальность географии, особенно на нынешнем этапе, заключается в том, что она одновременно исследует проблемы окружающей среды и общества, которое в ней развивается. Для понимания и установления взаимосвязей между этими системами необходимо овладеть географическим мышлением.

Николай Николаевич Баранский считал, что в понятие географического мышления входят два признака: "Географическое мышление – это мышление, во-первых, привязанное к территории, кладущее свои суждения на карту, и, во-вторых, связанное, комплексное, не замыкающееся в рамках одного "элемента" или "отрасли".

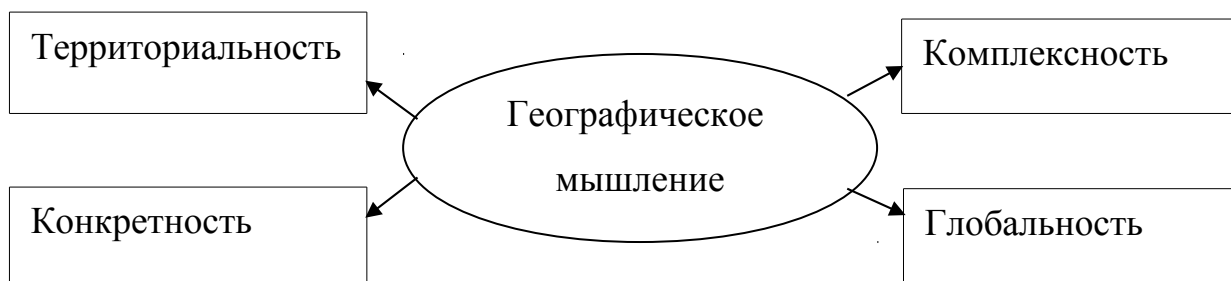


Рис. 5. Компоненты географического мышления. [27].

Комплекс – связь, сочетание, совокупность явлений, составляющих единое целое. Близко к этому более общее понятие – система, то есть образование, которое состоит из разнородных, но взаимосвязанных элементов, обладающих единством.

Развивая идеи Николая Николаевича Баранского о критериях географичности, Э. Б. Алаев к территориальности и комплексности

добавляет конкретность ("только конкретный подход может обеспечить правильность анализа и выводов") и глобальность, то есть требование обязательного соотношения локальных, региональных, национальных, зональных и других частных проблем с их мировым (глобальным) "фоном". [2]

Однако дело не только в особенностях подхода к исследованию, но и в объективных свойствах самих изучаемых объектов.

Так, территориальность можно понимать как "привязанность" к участку пространства земной поверхности (геотории), относительную неперемещаемость. Каждый человек в отдельности может переместиться в другое место, но территориальная общность людей (население города, области) – нечто стабильное, изменяющееся постепенно (исключая чрезвычайные обстоятельства). То же касается парка транспортных средств, обслуживающих город. Неперемещаемость связана с достаточно крупным размером объекта, требующим относиться к нему как к природной данности, хотя создан он человеком. [20]

В современном мире роль географии в воспитании личности школьника особенно велика. Ведь сформированное географическое мышление – это понимание целостности нашей среды обитания, взаимодействий в ней, осознание ответственности за свою деятельность в окружающей среде. В кабинете такие воспитательные задачи решить невозможно. Нужна постоянная работа с учащимися, необходимы различные экскурсии, как в пределах своей страны, так и за рубежом. Если учитель выезжает вместе со школьниками, то на данной территории он имеет большие возможности влиять на эмоционально – волевою сферу детей, на местности мы включаем учеников в практическую деятельность.

Чаще всего в путешествия за рубеж школьники отправляются с родителями или другими близкими родственниками. В таких поездках очень важно не упустить возможность показать учащимся важнейшие особенности той или иной страны, чтобы у них формировались свои

географические представления о природе, населении, различных явлениях и о мире в целом.

На предмет выяснения личного опыта поездок школьников за рубежом мною было проведено анкетирование учеников 9–х классов. В анкетировании участвовали 60 школьников из трех классов средней общеобразовательной школы №145. Большинство детей с энтузиазмом делились личным опытом поездок и внимательно заполняли анкеты. Результаты анкетирования представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Анкетирование школьников 9-х классов.

Класс	Имя	Страны посещения	Цель поездок	Желаемые для посещения страны
9 «Б»	Алёна. А.	–	–	Китай
	Виталий. В.	Украина	Экскурсионные поездки	Англия Бразилия
	Анна. В.	Казахстан	Знакомство с природой и архитектурой страны	Япония Англия Италия Франция Германия Канада Аргентина
	Андрей. Д.	Турция	Пляжный отдых	Германия Италия
	Полина И.	Болгария Украина Казахстан Турция	Для наглядного просмотра ценностей искусства: архитектуры, живописи и	Италия Япония Франция Германия



			культуры в целом	
Иван К.	Кипр Испания Украина США		Познавательные цели	Франция
Павел К.	–		–	Финляндия Франция Китай
Екатерина К.	Франция Чехия Италия Испания Германия Швейцария Малайзия Таиланд Турция Кения Греция Индонезия		С целью знакомства с культурами разных стран, а так же выбор будущего места обучения	США Англия
Лилия Л.	Турция		Экскурсионные поездки, знакомство с иностранными языками	Англия
Елена Л.	Германия		Знакомство с новыми людьми	Венгрия Польша
Илья Л.	Греция Испания Египет Китай		Пляжный отдых, экскурсии по историческим местам	Индия
Елена Л.	Таиланд		Знакомство с	Италия

			культурой страны и иностранными языками	Англия
Игорь М.	Чехия Германия Турция Таиланд		Пляжный отдых, экскурсии	Чили Испания Англия
Лев Н.	Кипр Италия Швеция Дания Норвегия Финляндия Турция Болгария		Изучение истории	Англия Германия
Елизавета С.	Турция Греция		Экскурсии, знакомство с иностранными языками	Франция
Ксения С.	–		–	Канада
Анна Т.	Турция Украина		Экскурсии	Франция Германия Австралия
Григорий Т.	Польша Германия Италия Чехия Турция Тунис		Пляжный отдых, экскурсионные поездки, знакомство с особенностями страны	Греция Нигерия

	Даниил Т.	Турция Китай	Экскурсии, обучение восточным боевым искусствам	Япония Швеция Греция Бразилия
	Ксения Х.	Египет Тунис	Пляжный отдых	ЮАР
	Тимофей Ш.	–	–	–
	Артём Ш.	Таиланд Германия	Ознакомление с культурой и природой других стран	Турция
9 «В»	Валерия Ш.	Турция Польша	Пляжный отдых и экскурсии	Германия Австрия ОАЭ
	Алексей Ш.	Таиланд	Пляжный отдых	Индия Турция
	Виктория В.	–	Экскурсии	Англия Эстония Норвегия
	Никита В.	–	Пляжный отдых	Грузия Япония
	Ксения В.	Казахстан	Экскурсии	Франция США Англия
	Ангелина Г.	Таиланд Египет Израиль Вьетнам Турция	Знакомство с новыми людьми	Все Европейские страны, США, Канада
	Андрей Г.	Во многих	Экскурсии	Индия, США
	Максим Д.	Таиланд	Пляжный отдых и	Бразилия

		Греция Турция Испания Китай Тунис	различные экскурсии	
Екатерина З.	Турция		С целью отдыха и знакомства с иностранными языками	Англия США
Ольга И.	Тунис Таиланд Турция		Экскурсионные поездки по историческим местам	Франция Греция Англия
Юлия К.	ОАЭ Греция		Искать для себя что то новое	Норвегия Германия
Юлия К.	Египет Турция Таиланд Латвия Эстония		Для расширения кругозора и познания остальной части мира, кроме России	Франция Чехия Англия
Артём П.	Таиланд		Пляжный отдых, экскурсионные поездки	Грузия
Алексей П.	Турция Казахстан		Познавать новое, посещать интересные места	Германия Австралия
Кирилл П.	Турция		Пляжный отдых	ОАЭ Швеция Швейцария

	Кирилл Р.	Россия	Люблю свою страну	Россия
	Илья Ч.	США Таиланд	Изучение иностранных языков	В странах Европы
	Виолетта Ш.	–	Пляжный отдых	Испания
	Светлана Ш.	Украина	Экскурсии	Во всех странах бывшего СССР
	Ирина Щ.	Испания Турция	Знакомство с иностранными языками и природой страны	Англия США Канада Ирландия
	Анастасия Я.	Украина	Путешествую с хором в разные страны на конкурсы, а так же для знакомства с новыми людьми	Китай Япония Индонезия Бразилия
	Рафаэль Я.	Турция ОАЭ	С целью узнать, новое для себя	Во всех
9 «Г»	Дмитрий А.	–	Пляжный отдых	Турция Таиланд
	Шараф А.	Таджикистан	Экскурсии	Южная Корея
	Дмитрий Б.	Турция	Интересно всё, что связано с этими странами	Египет Китай США
	Яна В.	–	–	Франция
	Семён Г.	Турция	Знакомство с иностранными языками	Япония

Валерия Г.	Индия	Посмотреть на мир	Финляндия
Бензат Д.	Турция	Экскурсионные поездки	Испания
Артём Е.	–	–	–
Олеся К.	Латвия Эстония Чехия Турция	Экскурсии	Англия Финляндия
Илья К.	ОАЭ Литва Китай	Экскурсионные поездки	США
Денис К.	Таиланд	Экскурсионные поездки	Китай
Никита Л.	Таиланд	Пляжный отдых	Турция
Ярослав М.	Китай Япония Чехия	Знакомство с иностранными языками	США Англия
Елена М.	Турция	Пляжный отдых	Испания Франция
Дмитрий М.	Турция	Узнать новое, иностранные языки	США
Даниил Н.	Турция Таиланд	Экскурсии	Франция Египет
Никита Н.	Австрия	Экскурсионные поездки	Англия

	Виктория Н.	Германия Хорватия	В гости к родным, отдых от своего города	Англия
	Яна П.	Казахстан	Чтобы изучать новое о других странах	США Сингапур Китай
	Павел Р.	Турция Таиланд	Знакомство с иностранными языками	Кипр
	Егор С.	Германия Латвия	Знакомства с новыми людьми	Япония Китай Индонезия
	Даниил С.	Казахстан	Посмотреть особенности страны	Япония
	Ксения С.	Турция Таиланд Вьетнам Китай	Пляжный отдых, экскурсии по стране	Польша Англия
	Мария Т.	Чехия, Таиланд	С целью фотографий пейзажей, знакомств с новыми людьми	Япония
	Екатерина Ч.	Израиль	В Израиле живёт моя семья; экскурсионные поездки	Италия Аргентина

В итоге, общий анализ собранных материалов показал, что 33% от опрошенных (20 школьников) отправляются за границу нечасто и

посетили в среднем несколько стран, 50% (30 школьников) путешествуют активно, отправляются за рубеж 1 – 2 раза в год, и 16% (10 школьников) никогда не бывали за границей. (Приложение 3)

В итоге 83 % от общего количества опрошенных учеников имеют опыт зарубежных путешествий.

Школьники активно путешествуют с родителями, примерно 1 – 2 раза в год. В основном это страны: Испания, Италия, Германия, Франция, Чехия, Китай, Кипр, Египет, Вьетнам, Израиль, Греция, Арабские Эмираты. Есть и страны, так называемого Ближнего Зарубежья (бывшие союзные республики СССР) — Литва, Таджикистан, Казахстан, Украина. В списке лидеров – Турция и Таиланд. Большинство школьников путешествуют с целью пляжного отдыха и экскурсионных поездок, но так же немало тех, кто хотел бы познакомиться поближе с природой архитектурой некоторых стран. Многие из них хотели бы побывать в Японии, Америке, Англии. А так же посетить страны Африки и Австралии, Англии. Последняя страна привлекает возможностью обучения в ней.

Картина мира детей, которые имеют непосредственный опыт отношений с другими культурами, намного ярче и объемнее, чем картина мира учеников, которые имеют опыт, связанный лишь с книгами, учебниками и фильмами.

## **2.2. Использование материалов туристических поездок учащихся на уроках географии**

С целью выяснения того, как опыт туристических поездок помогает им на уроках географии, было проведено выборочное интервью школьников, которые обучаются в различных школах и гимназиях. В путешествиях школьники набирают новую информацию о той или иной стране: природных памятниках, населении, культуре. Когда на уроке



географии теоретический материал подкрепляется уже сформировавшимися в поездке различными образами и представлениями, ученику значительно проще и точнее можно понять особенность страны. Географические знания ценны тогда, когда они могут подкрепляться конкретными наблюдениями школьников и могут быть использованы на уроках географии.

Ниже представлены лишь некоторые рассказы школьников о своих путешествиях, и о том, как их поездки помогают им на уроках географии.

Таблица 5

Выборочное интервью школьников

Ученики	Школа	Страна, места посещения	Использование материалов туристических поездок
1. Ученик 6 класс	Гимназия № 13	Турция, Таиланд	Опыт пребывания за рубежом помог ученику на уроках по изучению климата и климатических поясов. На уроке мальчику намного легче было представить климат тропического пояса, его особенности и характеристики. Картина представлений о влиянии климата тропического пояса на здоровье человека была более понятной и объемной в связи с наличием личного опыта посещения. Кроме того, ученику запомнились особенная флора стран – пальмы, непривычные фрукты, особенно

			карамбола и лонган.
2. Ученица 10 класс	Гимназия № 13	Индия, Таиланд	<p>В поездке ученица запомнила насколько много людей самых различных национальностей проживают в данной стране, также поразила разнообразию языков. На обзорной экскурсии запомнила, что люди из разных штатов Индии друг друга не понимают, так как говорят на разных языках.</p> <p>Затем, на уроке географии ученица узнала, что Индия – самая многонациональная страна в мире, что подтвердил и ее личный опыт. Факт, что по количеству объектов Всемирного культурного наследия Индия находится на одном из первых мест в мире, был подкреплён экскурсионным опытом.</p> <p>В поездке в город Мурудешвар особенно запомнилась огромная статуя бога Шивы. В местном музее впечатлили сцены жизни индийских божеств. В поездке в деревню слонов девочке удалось понаблюдать за слонами, а также прокатиться на одном из них. Поездка дополнила знания ученицы об индийской</p>

			фауне.
3. Ученица 8 класс	Гимназия «Универс»	Замок Карлштейн В Чехии. Испания Хорватия Турция Таиланд	Когда в качестве домашнего задания задаются презентации про любую достопримечательность, то она берет те достопримечательности, что уже видела, так проще и легче рассказывать. Одна из презентаций была про замок Карлштейн в Чехии. Так же опыт зарубежных поездок помогает лучше ориентироваться на карте, есть возможность добавить информацию из собственного опыта в темах про население стран мира.
4. Ученица 10 класс	МОУ СОШ № 94	Индия	В поездке она ознакомилась с историей возникновения данного государства, с многонациональностью ( хиндустанцы, телугу, м аратхи, бенгальцы, джат, тамилы, гуджаратцы); с религиями, побывала в самых крупных городах Индии (Мумбаи, Дели, Калькутта ,Ченнай ); так же узнала о многочисленных традициях Индии. Школьница говорит, что все полученные ею знания в поездке она с легкостью применяла на

			уроке географии в теме: Мы “открываем” Индию.
--	--	--	---

В целом можно сделать вывод, что школьники, отправляясь в заграничную поездку, преследуют свои цели, и из большинства опрошенных учеников, которые получили различные знания о той или иной стране, в дальнейшем могли использоваться ими на уроках географии.

Рассмотрим возможность использования полученных знаний в поездках на примерах выборочных тем по географии.

Тема **«Страны Северной Африки»**

Ученик 7 класса рассказывает о своём путешествии в Египет.

Египет является довольно таки загадочной страной, он таит в себе истории множество тайн и легенд.

Земли Египта прославились существующей когда-то могущественной египетской цивилизацией, которая сейчас проявляется во многих строениях, верованиях, памятниках, исторических предметах и культурных шедеврах. Все понимают, почему Египет – страна пирамид, подобное словосочетание отлично характеризует республику. Страна имеет необычную природу: огромная пустыня Сахара с туарегами и берберами, с переливающимися песками, гористыми пейзажами и единичными оазисами, благородный [Нил](#) дающий жизнь сухим землям, удивительнейшее Красное море, единственное на планете.



Красное море



Пустыня Сахара

Каждый, побывавший в Египте, стране пирамид, будет по-другому смотреть на мир, ведь сам изменится.

В Египте, наверное, интересно всё, ведь тут преобладает арабский колорит, экзотический и таинственный для туристов. Однако всё множество интересных фактов о стране Египет сложно сразу преподнести, ведь эта цивилизация сыграла огромнейшую роль в жизни человечества. Здесь изобрели предметы, нужные и знакомые каждому современному человеку: ножницы, мыло, расчёска, батарейка. Мы переняли и систему отсчёта времени – количество дней в году и часов в сутках. Многие

египетские многоэтажки не имеют достроенных крыш, ведь в этом случае не нужно платить налог за дом. Это – лишь часть интересного в Египте, всё главное познаётся тогда, когда мы своими глазами можем увидеть необыкновенные особенности той или иной страны.

Все полученные мною географические знания о Египте, я непременно смогу использовать на уроках географии в теме “Страны Северной Африки”. Рассказать о том, как появился Египет, откуда появились пирамиды Хеопса; почему большую часть территории Африки занимает огромная пустыня Сахара; почему Красное море имеет именно такое название; так же интересна история населения Египта и его необычных особенностей. Я могу доступнее воспринимать теоретический материал учителя о данной стране, так как я там бывал, и этот материал уже будет подкреплён увиденными мною образами.

При изучении темы «*Страны Юго - Восточной Азии*»

### **Вьетнам**

Вьетнам это крайняя западная страна с муссонными климатическими особенностями, которые играют весомую роль во всех областях вьетнамской жизни. Именно, судя по Вьетнаму, понимаешь, что такое стихия, и что мы до сих пор остаемся зависимыми от погоды и её настроения. Во Вьетнаме господствует муссонный характер, определяющий субтропический и тропический климат, благодаря этим погодным особенностям появляется условная грань между двумя сезонами сухой сезон, с относительным показателем минимального количества дождей и период господства муссонных проливных дождей, которые приносят на материк сильные ветра и непогоду. В такой период во Вьетнаме часто бывают наводнения, а море бурлит от сильного шторма. Но такую картину можно наблюдать лишь ночами или ранним утром. Дожди здесь идут не дольше 30 минут, но, что действительно поражает, так это их интенсивность. Дождь идет сплошной стеной, словно бы кто-то

там наверху забыл выключить кран. Спустя час после ливня о последствиях непогоды не будет и следа, единственным свидетельством недавнего капризного приступа служат лишь размытые тропы.



Муссонные дожди Вьетнама

## Таиланд

В Таиланде весьма необычный климат. Туристическим сезоном в Таиланде считается период декабрь-март, когда стоит жаркая, сухая погода. В апреле в данной местности начинается сезон дождей, который длится до ноября. Но это вовсе не значит, что тропические ливни не прекращаются целых полгода.

Отдыхать в Таиланде можно в любой сезон, главное – выбрать правильное место, где отлив происходит ночью, а прилив – днём.

В основном проблема приливов-отливов наблюдается на пляжах с неглубоким, плавно уходящим под воду дном. Там же, где большая глубина начинается практически сразу у берега, таких проблем не существует. В частности, на пляжах Пхукета и других южных и юго-западных областей Таиланда влияние приливов и отливов практически не заметно.



Приливы и отливы

С одной стороны включение географических наблюдений в курс школьной географии, влечет за собой умение школьников рассказывать, правильно излагать свои мысли, а с другой стороны у него формируется своя индивидуальная картина мира.

### **2.3. Сценарий географического вечера на тему «Путешествие по странам мира».**

9 класс

Цель: Углубить знания об особенностях некоторых стран мира.

Задачи:

1. Сформировать у учащихся достаточно полное представление об особенностях стран мира.
2. Воспитать бережное отношение к природе, культуре других стран, формирование мировоззренческих позиций школьников при изучении географии.
3. Сформировать географическую картину мира у школьников.
4. Развить логическое мышление и умение делать выводы.



Оборудование:

Политическая карта мира, иллюстрации и фотографии из журналов, компьютер, интерактивная доска, мультимедийная установка, презентации учеников.

#### Подготовительный этап

Школьники выбирают темы докладов, каждый школьник выбирает страну, в которой когда то совершил путешествие, делает доклад по своей теме. Определяется структура и последовательность докладов. Учитель помогает с выбором литературы, консультирует. По желанию учеников, можно доклад представить в виде презентации, но не более 7 слайдов. Учитель так же подготавливает рассказ по данной теме.

#### Ход мероприятия

**Учитель:** Здравствуйте, ребята! Сегодня мы вместе с вами совершим виртуальное путешествие по различным странам мира.

На примере: Германии, Турции, Таиланда. Итак, отправляемся в путешествие.

**Учитель:** На свете существует множество различных стран, каждая из которых имеет свои неповторимые особенности. Страны имеют свое географическое положение на материке, свою особую природу, население, культуру. В каждой стране происходят свои явления, характерные только для той местности. Европейские страны, несомненно, отличаются от азиатских стран, даже азиатские страны различаются между собой. Чтобы разобраться и расширить знания о странах, мы прослушаем доклады. Первая страна, с которой мы познакомимся, это Германия.

**Ученик:** Германия прекрасная и величественная страна. У Германии очень насыщенная история, которая до сих пор поражает многих специалистов. В Германии родилось очень много выдающихся людей,

имена которых известны во всем мире. Это Гете, Бетховен, Бах и многие другие. Про Германию можно сказать, что это земля великих людей. Экономика Германии развивается огромными темпами. Это во многом объясняется тем, что Германия на открытых рынках сотрудничает с США, Великобританией и Францией. Современная экономика Германии имеет большую конкурентоспособность. При этом именно Германия является одним из самых деятельных участников Европейского Союза. Современная Германия завоевала уважение во всем мире, и считается одной из самых стабильных стран. Германия привлекательная для туризма страна, здесь много достопримечательностей красивые земли и города. Перед поездкой в Германию необходимо оформить шенгенскую визу. Многие туристы предпочитают приезжать в Баварию. Замок Нойшванштайн, а так же красивое убранство Альп ежегодно привлекает сюда сотни туристов. А в столице Баварии Мюнхене, находится множество издательств. Но любой город Германии одинаково привлекателен. Особенно поражают туристов соборы Германии, они величественные и прекрасные и только в них можно услышать неповторимые звуки органа. Германия так же считается крупнейшим производителем автомобилей в Европе.

**Учитель:** Вот мы с вами познакомились с Германией, давайте выделим основные особенности страны и перейдем к Турции.

**Ученик:** Турция является одним из самых популярных туристических направлений в мире, предлагая многочисленным гостям возможности всех видов туризма. Каждый найдет здесь что-то интересное. Турция является идеальным местом одновременно для пляжного, культурного, событийного, делового, экскурсионного, паломнического, экологического, спортивного и медицинского туризма. Турция занимает выгодное географическое положение. Большая часть территории страны (97%) размещается на полуострове Малая Азия (Анатолия). Оставшаяся часть (3%) - или Фракия – расположена в Европе. Берега Турции омывают

четыре моря: Черное море на севере, Мраморное море и Эгейское море на западе и Средиземное море на юге. Климат Турции крайне разнообразен. Для средиземноморского и эгейского побережья характерен типичный средиземноморский климат с жарким, сухим летом и дождливой зимой. На всем побережье Черного моря преобладает умеренный теплый климат с повышенной влажностью. Во внутренних регионах – степной, практически континентальный климат. Климат в Юго-Восточных регионах больше соответствует странам Ближнего Востока – лето засушливое и очень жаркое, зима относительно теплая. С точки зрения туризма, климат Турции позволяет туристам отдыхать в этой стране на протяжении всего года: весна и осень благоприятствуют культурному и экскурсионному отдыху, зима – горнолыжному, лето – пляжному туризму.

**Учитель:** Прослушали доклад про Турцию, скажите, чем особенна Турция, какие отличительные черты она имеет от других стран? Двигаемся дальше, и поговорим немного о Таиланде.

**Ученик:** Таиланд – это Острова с пышной тропической растительностью, ослепительные пляжи, окаймленные пальмами, коралловые рифы, изобилующие множеством представителей морской флоры и фауны, живописные рыбацкие деревушки с красочными лодками, национальные парки, лесистые горы, водопады, исторические достопримечательности, многочисленные каучуковые плантации, расположенные рядом буддистские храмы и мечети делают этот регион очень привлекательным для туристов.

**Учитель:** Ребята, давайте с вами подведем итоги нашего географического вечера.

Вот мы и познакомились с некоторыми странами мира на примере: Германии, Турции, Чехии, Таиланда. Рассмотрели природу, население, культуру каждой страны, а так же необычные факты о них. Каждый из вас

непрерывно открыл сегодня на географическом вечере что то новое для себя. Углубил или расширил имеющиеся знания по географии стран, сформировал свою географическую картину мира.

## **Заключение**

В наше время индустрия туризма стремительно набирает обороты. Туризм играет значительную роль в развитии многих стран мира, а некоторые страны даже живут этой индустрией, так как она составляет огромную часть экономики данной местности. Вклад туристского хозяйства в экономический рост сравнительно велик и имеет высокие показатели. Туризм, в том числе обеспечивает людям рабочие места, уровень занятости населения высок. Значение данной отрасли отражается не только в экономических, политических и социальных факторах, но так же важно отметить, и в культурном отношении. Туризм предполагает сохранение и укрепление исторического и природного наследия.

Россия стала крупной страной на мировом рынке выездного туризма по количеству туристов, отправляющихся за границу с целью туристического досуга. Объём выездного туризма преобладает над объёмами въездного и внутреннего туризма. Всё большее количество людей с каждым годом выезжает за границу. На одного иностранного туриста, который въехал в нашу страну, приходится примерно десять выездных, в тот момент, когда нормой является соотношение 1:1.

В нынешнее время огромное количество школьников имеет возможность выезжать за границу вместе с родителями, которые преследуют определенные цели в своей поездке. Большинство учащихся, согласно анализу анкетирования, выезжают с целью пляжного отдыха, но имеются и такие, которые путешествуют ради экскурсий в исторические места, знакомства с иностранцами и иностранными языками, изучением колорита данной страны, явлений, которые свойственны только той или иной стране, поиском открытий нового для себя.

Каждое заграничное путешествие, способствует развитию у школьников своего географического мышления, появлению географических представлений, созданию своей неповторимой географической картины мира. Все полученные в поездке знания и факты, ученик с легкостью может использовать на уроке географии в определенной теме. Так же географические вечера могут дополнить и углубить знания школьников по странам. Все перечисленные выше составляющие непосредственно и формируют географическую культуру всего общества в целом, и уровень этой культуры необходимо постоянно повышать.

Материалы выпускной квалификационной работы переданы в кабинет географии учителю Н.В. Стафоркиной для работы в данном направлении, которое она намерена осуществлять в своей деятельности.

## Библиографический список

1. Аббасов А.С. Пространство и время, пространственно-временная организация / Вопросы философии. 1984, N 11.
2. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. - М.: Мысль 1983. — 350 с.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
4. Блануца В.И. Географическое изучение сетевого мира: исходные установки и перспективные направления// География и природные ресурсы. 2010. № 1. – С. 5-13.
5. Ганопольский В.И. Туризм и спортивное ориентирование. Учеб. Для ин-тов и тех – мов физ.культ./Сост. Ганопольский В.И. – М: Физкультура и спорт, 1987 . – 240 с., ил.
6. Географический энциклопедический словарь. Понятия и термины. – М.: Сов. Энциклопедия, 1988. – С. 50.
7. Гладкий Ю.Н., Сухоруков В.Д. Экономическая и социальная география зарубежных стран. - М.: Академия, 2008. - 464 с.
8. Голубчик М.М., Евдокимов С.П., Максимов Г.Н. История географии. - Смоленск: Изд. – во СГУ, 1998. – 224с.
9. Голубчиков Ю.Н, Кружалин В. И. Геотуристика :методологические и методические подходы// Курортное дело.2009, № 2 . – С.4 –10.
10. Елацков А.Б. О понятии «геополитика» в современной России / Вестн. С. – Петерб. Ун –та. Сер. 7, Геология, география . 2000. Вып. 3 (№23).
11. Зорин И.В., Кривошеев В.М. Туризм как наука// Туризм и рекреация: Фундаментальные и прикладные исследования. Труды Международной научно – практической конференции. М.: РИБ Туризм, 2006. – С.24 – 27.

12. Зорин И.В., Феномен туризма. Избранные сочинения. – М.: Наука, 2005. – 552с.
13. Каледин Н.В. Политическая география: истоки, проблемы, принципы научной концепции. СПб, 1996.
14. Максаковский В.Л. Географическая культура: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС. –1998. – 416 с,
15. Максаковский В.П. Географическая картина мира в 2 – х кн. Кн.1  
Общая характеристика мира. – М.: Дрофа, 2009.
16. Манзелей О.А. Проблемы формирования географической картины мира в процессе обучения географии в 6 классе //Научные труды МПГУ им.В.И. Ленина, Серия. – естественные науки.- М.: Прометей, 1994, с.78 – 82.
17. Машбиц Я.Г. Комплексное страноведение. – Смоленск: Изд-во СГУ, 1998. – 238 с.
18. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания: [ Учеб. Пособие для геогр. спец. вузов]. – Мн.: изд. – во “Университетское ”, 1985. – 253с., ил.
19. Потёмкин В.К., Симанов А.Л. Пространство в структуре мира. Новосибирск, 1990.
20. Путрик Ю.С., Свешников В.В. Туризм глазами географа.- М.: Мысль, 1986.-158с., 16л.ил., карт.
21. Родоман Б.Б. Географические проблемы отдыха и туризма.- В сб.: Территориальные системы производительных сил. – М.,1971, с.311– 312.
22. Самойленко А.А. География туризма: учеб. пособие /А.А. Самойленко;- Ростов н/Д: “ Феникс”, 2006. – 368с.: ил. (Высшее образование)
- 23.Саушкин Ю.Г. Географическое мышление. – Смоленск: Ойкумена, 2011. – 218 с.



24. Уколова Е.В., Гененко И.А. Формирование географического мышления при культурологическом подходе // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 7 – С. 31– 32

25. Черников В.Г. Общественное пространство (социально – философский анализ). Воронеж, 1984.

26. Эрли, А.А. Рекреационная география: учебное пособие (курс лекций)/ Краснояр. гос. пед. Ун –т им.В.П. Астафьева. – Красноярск, 2013. – 152 с.

### Ресурсы из Интернета

27. Географическая культура. URL: <http://xronograf.at.ua/load/6-1-0-585>

28. Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do?id=37191>

29. Информационно-аналитическое сетевое издание Провэд URL: <http://провэд.рф>

30. Рейтинг конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма. URL: [http://otherreferats.allbest.ru/sport/00022919\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/sport/00022919_0.html)

31. Рынок международного туризма: основные тенденции 2013 года. URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/7035-turizm.html>

32. Современные разновидности туризма. URL: [http://uchebnikionline.com/turizm/suchasni\\_riznovidi\\_turizmu\\_-\\_klyap\\_mp/struktura\\_turizmu.htm](http://uchebnikionline.com/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyap_mp/struktura_turizmu.htm)

33. Туризм 2015. URL: <http://www.labaved.ru/news/640841>

34. Туризм. Россия и страны мира 2013. URL: <http://library.shu.ru/pdf/stat03.pdf>

35. Туристическая библиотека: Всё о тризме. URL:  
[http://tourlib.net/books\\_history/sokolova43.htm](http://tourlib.net/books_history/sokolova43.htm)

## **Приложения**

*Приложение 1*

**Ключевые понятия**

*Туризм* – временные выезды ([путешествия](#)) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

*Турист* — это любое лицо, которое остается на территории другого государства не менее 24 часов, но не более 1 года в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, без занятия в стране временного проживания оплачиваемой деятельностью. Этим определением проводится грань между туризмом и экономической миграцией.

*Выездной туризм* – путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

*Географические представления* – образы не воспринимаемых в данный момент географических объектов и явлений, воспроизводимые в сознании в соответствующий момент.

*Географическое мышление* - мышление, привязанное к территории, кладущее свое суждение на карту, связное, комплексное, не замыкающееся в рамках одного "элемента" или одной "отрасли".

*Географическая картина мира* – основополагающее понятие, элемент географической культуры, который лежит в основе научных знаний, полученных и проверенных в ходе исследовательской и практической работы в области современной географии, и отражает представления человека о природе и обществе, его отношении к ним.

*География* – наука, изучающая функционирование и эволюцию географической оболочки, взаимодействие и распределение в пространстве её отдельных частей и компонентов - в целях научного обоснования территориальной организации общества, размещения населения и производства, эффективного использования природных ресурсов, сохранения среды обитания человека, создания основ стратегии экологически безопасного устойчивого развития общества.

*Рекреационная география* - это часть географии, изучающая территориальное распределение туризма, процессов и явлений, связанных с ним, а также взаимодействие туризма с различными компонентами природы и общества.

*Экскурсия* — это процесс ознакомления или изучения какого -либо объекта социокультурной среды с помощью профессионально подготовленного специалиста-экскурсовода. В современном понимании, экскурсия всегда характеризуется определенными целями, временем проведения и местом.

*Международный турист* – человек, путешествующий в страну, не являющейся страной его постоянного проживания с обязательством возврата в строго определенный период.

*Путешествие* – перемещение людей, не зависящее при этом от их целей и от промежутков времени. Оно может быть и профессией, и образом жизни.

*Тур* – поездка (индивидуальная либо групповая) в конкретно определенный срок по определенному маршруту.

*Туристический рынок* – это сфера проявления экономических отношений, складывающихся между производителем (в данном случае это туристическая индустрия) и потребителем (туристом) туристического продукта.

*Индустрия туризма* – это экономическая система, состоящая из комплекса подразделений и отраслей, удовлетворяющих спрос на всевозможные виды развлечений и отдыха.

*Туристическая отрасль* – это такая отрасль общественного производства, которая состоит из предприятий, основным назначением которых является производство товаров и услуг, предназначенных исключительно для их реализации на туристическом рынке.

Таблица 1 . Число оправленных в туры российских туристов (значение показателя за год). [28]

Страны	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Австрия	18 505	37 755	17 670	31 318	29 321	30 360	43 117	38 730	42 498
Болгария	47 529	51 062	82 461	96 186	116 020	122 585	86 425	115 359	135 450
Великобритания	8 900	12 256	17 377	15 003	12 873	17 012	22 091	19 285	22 662
Германия	18 175	33 051	16 340	20 549	21 757	25 137	31 877	39 787	53 676
Греция						168 743	272 957	304 293	625 630
Египет	343 677	399 147	640 110	786 001	1 207 623	1 522 315	911 166	1 280 306	1 146 613
Израиль	3 076	5 163	11 470	17 325	19 745	32 623	37 257	37 681	52 083
Индия						72 974	62 259	72 690	124 373
Испания	102 325	109 321	125 710	104 808	191 412	195 560	247 670	304 686	436 476
Италия	38 043	67 765	84 809	145 588	151 790	139 985	183 617	271 722	309 934
Канада						1 064	922	1 186	1 341
Кипр	14 973	40 513	48 293	35 358	58 600	45 854	80 219	122 465	153 732
Китай	716 841	907 362	1 384 609	1 606 614	666 731	870 500	923 302	750 353	624 686
Норвегия	4 277	1 545	3 115	10 191	4 840	4 549	5 958	6 871	6 693
ОАЭ	90 807	83 857	111 898	86 852	82 489	119 036	155 277	191 855	251 217
Чехия	43 695	61 455	76 449	87 451	70 165	87 717	131 498	164 800	190 923
США, включая Гавайи	3 675	11 061	11 775	7 516	6 321	10 544	12 237	15 106	13 889
Тайланд	47 421	107 696	154 201	178 482	225 272	379 196	515 653	643 225	739 732
Тунис	45 845	39 996	52 726	61 768	53 796	69 964	60 788	122 922	150 143

Турция	784 76 0	938 05 3	1 148 4 86	1 473 8 18	1 649 5 92	1 894 4 87	1 848 8 39	1 851 5 60	1 973 2 18
Франция	47 506	77 382	60 830	104 30 2	77 625	59 981	78 240	96 706	99 318
Хорватия	22 837	35 282	29 954	51 647	44 357	29 384	28 142	30 558	26 685
Черно- гория						17 450	27 792	32 494	44 700
Швеция	6 986	3 302	24 555	31 330	28 844	50 891	21 863	22 143	29 925
Япония	11 761	9 312	15 549	11 561	4 582	10 139	5 477	7 581	6 453

*Приложение 3*



Рис.6. Выездная активность школьников