

СКВОРЦОВА С. С., РИБАЛКО П. Ф.
**ПРОПАГАНДА СПОРТИВНО-МАСОВОЇ ТА ФІЗКУЛЬТУРНО -
ОЗДОРОВЧОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ**

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
Навчально-науковий інститут фізичної культури
Сумський національний аграрний університет

В статті наведені ефективні заходи, що до пропаганди та реклами, які є запорукою масового залучення населення до фізкультурно-оздоровчих занять. Зазначена діяльність входить до функціональних обов'язків фахівців, що обіймають різні посади в системі фізкультурного руху. Одним із дієвих засобів пропаганди, місцем розміщення реклами є фізкультурно-оздоровчі заходи змагальної спрямованості.

Постановка проблеми. У сучасних умовах все більш зростаючого значення набуває масова фізична культура. Більше того, є всі підстави думати, що соціально обумовлена необхідність цілеспрямованого вдосконалювання здоров'я людини повинна трансформуватися в культурну потребу, у прагнення до фізичного вдосконалення.

Тому проблема формування, а надалі підтримки рівня фізичної активності, ведення здорового способу життя, пропаганда спортивно-оздоровчої діяльності є досить актуальною, адже здоров'я – це сукупність фізичних і духовних якостей людини, які є необхідною передумовою успішної трудової діяльності, здійснення творчих планів.

У зв'язку з цим, дослідження управління пропагандистською діяльністю керівними фізкультурними організаціями, особливостей її здійснення у спортивних школах, організації рекламної діяльності в оздоровчих клубах, з'ясування шляхів їх подальшої активізації та удосконалення є актуальним.

Фізично-оздоровча культура й спорт є невід'ємною частиною національної історії й культури народу, сприяють гармонічному розвитку особистості, досягненню довголіття, твердженню здорового способу життя.

Саме на цю галузь держава поклала рішення проблем соціального комплексу, нерозривно пов'язаного зі станом і зміцненням здоров'я дітей, підлітків, студентської молоді, трудящих, підприємств і установ країни.

На сьогоднішній день існують принаймні три сфери організованого оздоровчого фізичного виховання: масова фізична культура, спорт вищих досягнень і фізичне виховання в системі освіти. Названі напрямки тісно взаємозалежні й у сукупності утворюють національну систему фізичного виховання, ефективність якої насамперед обумовлюється масовістю [4].

Саме масовий характер занять фізичною культурою, оздоровчо-спортивною діяльністю значною мірою визначав успіхи наших спортсменів на міжнародній арені. Однак згодом все більший акцент у діяльності фізкультурно-спортивних організацій став робитися на чисто спортивній стороні фізичного виховання. Формули «Від масовості – до спортивної досконалості», «Від значка ГТО – до олімпійської медалі» трактувалися поверхнево й односторонньо. У підсумку вигідніше стало працювати із групою розрядників або спортивною зіркою, яка подає, а не витрачати час на масу «середнячків». Ця тенденція згодом негативно відбилася не тільки на стані здоров'я нації, але й на престижі масових занять фізичною культурою та оздоровчо-спортивною діяльністю в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Джерела будь-якої проблеми на думку В.І. Глухова, Т.М. Громико, Є.К. Кулинковича, Н.В. Зеньковича варто шукати

в мотиваційно-споживчій сфері особистості. Формуючим початком активності виступає її мотив, що є побудником до дії, вчинку.

В.І. Глухов під поняттям «пропаганда» має на увазі цілеспрямовану діяльність по поширенню й популяризації оздоровчо-спортивних та фізкультурних знань, науково обґрунтованих порад, рекомендацій, методичних концепцій за допомогою сучасних засобів масової інформації.

На думку І.Н. Тяхлової, неточні, поверхневі, а часом і псевдонаукові дані підривають довіру до усвідомлення необхідності здорового способу життя, виконання фізичних вправ, занять спортивно-оздоровчою діяльністю

Метою дослідження є формування уявлення про особливості функціонування засобів масової інформації, а також вивчення питань щодо пропаганди фізкультурно - оздоровчої роботи.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день важливим напрямком підвищення рівня спортивно-оздоровчої діяльності населення є просвітительська й освітня робота у цій області, а також високий рівень пропаганди та соціальної реклами. Гостре журналістське перо й влучне слово здатні позитивно вплинути на суспільство, сформувати певні установки.

Головна мета пропаганди в сучасних умовах – активне впровадження масової фізичної-оздоровчої культури та спорту в повсякденне життя.

Однак, на даному етапі розвитку суспільства сформувати в окремо взятого індивіда потребу в заняттях спортивно-оздоровчими та фізичними вправами за допомогою тільки лише пропаганди не представляється можливим, тому що метою пропаганди як такої, на думку Сема Блека, є наявність послідовників, здатність «вести за собою», втримання «на своїй стороні» будь-якими способами, що, суперечить сучасним тенденціям розвитку суспільства (особистісно-орієнтований підхід, гуманізація виховання й освіти). Крім того, не можна не брати до уваги й той факт, що людині властиво негативно ставитися до прямих впливів.

Розглянемо механізми взаємодії з масовою аудиторією за допомогою технологій Publicrelations. У цьому випадку нас буде цікавити соціальна сфера, а саме – сфера масової фізичної культури, спортивно-оздоровчої діяльності. Суспільна думка формується під впливом того, що люди чують, читають і що їм повідомляють засоби масової інформації й комунікації.

Інформація – це відомості про навколишній світ і процеси, що протікають у ньому. Поява й поширення інформації в суспільстві приводить до якісних зрушень у способі життя, народжує нову модель життєдіяльності індивідів. Наприклад, у ході історичного процесу люди звернули увагу на те, що ведення активного способу життя, проявлення фізичних зусиль впливає на витривалість, працездатність, довголіття. Це привело до усвідомленого розуміння людьми явища «заняття вправами», що стало основою фізичного виховання.

Говорячи про засоби масової інформації й комунікації, хотілося б докладніше зупинитися на рекламі в області спортивно-, фізкультурно-оздоровчих послуг. Т.С. Сусикова вважає, що ці послуги являють собою особливий вид діяльності, у якому предметом роботи є сама людина, вона ж і є результатом роботи.

Процес організації фізкультурно-оздоровчих послуг у наш час спрямований на насичення ринку масової фізичної культури, орієнтованого на окремі групи населення. Завдяки рекламі споживач орієнтується в надаваних послугах і може вибрати необхідні для задоволення своїх потреб [2].

Реклама занять різними видами оздоровчої фізичної культури (шейпінг, стретчинг, калланетик, аеробіка, оздоровчий біг і ін.), спортивного одягу, інвентарю, на думку В.О. Толкачева сприяє прилученню споживача до цих занять.

На думку О.І. Слуцкиної, рекламний текст містить певну інформацію, призначення якої в тому, щоб впливати на психіку й поведінку адресата. Сприйняття рекламного тексту залежить від ряду факторів: комунікативного досвіду адресата, його соціальної приналежності, рівня освіти, інтелектуальних можливостей, а також від способу оформлення й подачі рекламованого матеріалу.

Також важлива роль належить рекламі у формуванні системи цінностей. Тут крім традиційних (здоров'я, довголіття) вводиться система додаткових психологічних цінностей, схвалюваних суспільною думкою, і які й у такий спосіб впливають на масову свідомість. Ці цінності пов'язані з поняттями «престиж», «краса», «успіх» і ін.

Говорячи про друковане слово, не можна не зупинитися на періодичній пресі. На сучасному етапі в Україні видаються газети, журнали як спеціалізовані («Спортивна газета», «Спортивна панорама», «Футбол», «Олімпійська арена»), так і не зв'язані безпосередньо зі сферою фізичної культури й спорту. На думку В.І. Морозова, одним зі шляхів більше цілеспрямованого використання пропаганди масової фізичної культури та спортивно-оздоровчої діяльності є пошук і використання нових форм і жанрів, широке залучення на сторінках газети не тільки спеціальних і власних кореспондентів, але й провідних спеціалістів – фізіологів, лікарів, валеологів, інструкторів і ін. Позитивною тенденцією, на думку дослідника, є деяке збільшення матеріалу про спортивно-масову й фізкультурно-оздоровчу роботу.

Значний вплив на суспільну думку роблять аудіовізуальні засоби (кіно, телебачення). Широко відомі сеанси аеробіки, трансляції Олімпійських ігор, Чемпіонатів Європи й світу по різних видах спорту [6].

Публікації на спортивну тематику формують позитивне відношення до фізичної культури і спорту, висвітлюють необхідність занять фізичними вправами, сприяють спрямованості на здоровий спосіб життя та фізичну досконалість. Але існує проблема, що становить невідповідність між потенційними можливостями засобів масової інформації щодо впливу на особистість і суспільство та незнанням того, яким чином найбільш ефективно використовувати ці можливості для розвитку фізичної культури і спорту в Україні, формування в українського народу усвідомленої потреби до занять фізичною культурою і спортом [5].

У період, коли перед українським суспільством стоїть дуже важлива проблема збереження і підвищення рівня здоров'я, пропаганда фізичної культури і спорту, висвітлення їх можливостей щодо формування здорового способу життя є дуже важливими чинниками, що сприятимуть вирішенню цієї проблеми. Таким чином вивчення та обробка надрукованих з цього питання матеріалів є актуальним завданням сьогодення і потребує свого розв'язання [3].

Основними завданнями діяльності засобів масової інформації, зокрема преси, де висвітлюється фізкультурно-спортивна тематика, є не тільки інформація про останні події зі спортивних арен світу, а і залучення якомога більшої кількості людей до занять оздоровчою фізичною культурою і спортом; формування у широких мас потреби у регулярних заняттях фізичними вправами; пропаганда спортивно-оздоровчої роботи носіїв гуманістичних ідеалів і цінностей, здорового способу життя, що сприятиме гармонійному та всебічному розвитку особистості, укріпленню здоров'я, підвищенню творчої активності людей [1].

У результаті аналізу фізкультурно-спортивних повідомлень української преси ми виявили, що основна увага приділяється висвітленню результатів спортивних змагань, причому повідомлення носять здебільшого інформаційний характер і лише розповідають про деякі факти щодо змагань, які вже відбулися, а цілеспрямованої пропаганди самих видів спорту не здійснюється. Висвітлюючи питання спорту та фізичної культури на сторінках української преси, журналісти не

використовують своїх можливостей для формування інтересу до спортивно-оздоровчої роботи, не пояснюють читачеві впливу занять фізичними вправами на організм людини [1, 3].

Фізкультурно-спортивні повідомлення досить рідко мають освітній характер, що сприяв би вирішенню практичних завдань, викликав зацікавленість, примусив людину займатися тим чи іншим видом спорту.

У пресі ще мало приділяється уваги пропаганді різних аспектів спортивно-оздоровчої роботи, рекреаційним та оздоровчим видам спорту, майже не розкриваються вагомні цінності, заради досягнення яких варто займатися фізкультурою і спортом.

Отже, формування громадської думки відносно можливостей і пропаганди спортивно-оздоровчої роботи, вирішення соціально-економічних, виховних та оздоровчих завдань сприятимуть високій зацікавленості різних категорій населення до занять спортом [5].

Забезпечення необхідними знаннями з галузі фізичної культури та спорту для зміцнення здоров'я, виховання, раціонального дозвілля; дотримання диференційованого підходу до їх пропаганди серед різних категорій населення; висвітлення взаємозв'язку між фізичною активністю населення і вирішенням соціально-економічних проблем, фізичною активністю і здоровим способом життя підвищить рівень пропаганди оздоровчої фізичної діяльності та спорту у пресі [4].

Розширення спортивної тематики, її жанрова багатоплановість, збільшення обсягу розглядуваних видів спорту, засобів фізичної рекреації та реабілітації, що мають висвітлюватися в пресі, сприятимуть підвищенню рівня поінформованості читачів.

Сьогодні не викликає сумніву той факт, що спорт та оздоровчо-фізкультурні заняття відіграють значну роль у житті сучасної людини. З раннього дитинства і до пізньої старості завдяки спорту людина розвиває свої духовні й тілесні якості. Заняття спортом поліпшує здоров'я і знижує ризик захворювань, зменшує соціальне напруження у суспільстві. Тому вітчизняні та зарубіжні фахівці надають важливе значення спортивно-оздоровчій діяльності. Її цінність українські фахівці визначають через стимулюючий вплив на поширення фізичної культури серед різних верств населення [3].

Система фізичної культури України перебуває у кризовому стані і не може вирішити проблем, що постають перед нею. У законодавчих документах України з питань фізичної культури містяться положення про необхідність покращання організації оздоровчої фізичної культури у сферах суспільства. Зокрема, в Законі України «Про фізичну культуру і спорт» йдеться про важливість залучення дітей дошкільного та шкільного віку до регулярних занять оздоровчою фізичною культурою, створення для них відповідних умов. Організацію фізкультурно-оздоровчої роботи у навчально-виховній сфері очолює Міністерство освіти України. У структурі міністерства функціонує відділ фізичного виховання, який направляє та координує роботу з фізичного виховання у закладах освіти різних типів. Міносвіти підпорядковуються: дошкільні дитячі установи, загальноосвітні школи, ПТУ, технікуми, коледжі, інститути, університети, ін.

Пропаганда фізкультурно-оздоровчої діяльності – цілеспрямоване розповсюдження та популяризація фізкультурних знань з метою переконання населення у необхідності систематичних фізкультурних занять. Показ тих чи інших фізкультурних заходів, різноманітних форм занять у супроводі відповідних професійних коментарів, бесід із лікарями, тренерами-інструкторами допомагає залученню населення до регулярних фізкультурно-оздоровчих занять [1]. Успіх пропаганди фізкультурно-оздоровчої діяльності залежить від комплексного активного використання всіх її форм. Однак, аналіз фахової літератури,

проведений під час нашого дослідження засвідчив актуальність і недостатню теоретичну та наукову розробку питань управління та організації пропаганди і реклами. Контент-аналіз обласних періодичних видань виявив значну кількість друкованих матеріалів інформаційного характеру і недостатність публікацій методичного, освітньо-виховного змісту. Вирішення проблеми активізації пропагандистської і рекламної діяльності відповідно до умов функціонування спортивно-оздоровчого руху сучасної України можливе в рамках цільової комплексної програми яка, на думку експертів, має відобразити принципи проведення пропаганди і реклами, залучення всіх зацікавлених організацій, наявність основних функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю.

Висновки

1. Фізкультурно-спортивні матеріали, що посідають важливе місце у переважній більшості українських періодичних видань, повинні бути не лише інформаційними, а й давати підстави для роздумів, мати аналітичний характер, піднімати важливі проблеми, і сприяти безпосередньому впливу на читачів, залучати їх до занять оздоровчою фізичною діяльністю та спортом.

2. Журналісти повинні формувати громадську думку відносно фізичної та спортивної культури як соціального явища, що позитивно впливає на вирішення політичних, медико-біологічних, педагогічних і соціально-психологічних проблем у суспільстві, розкривати гуманістичні цінності спортивно-оздоровчої діяльності, надати читачеві можливість регулярно поповнювати свої знання з основ фізичної культури і спорту, активного відпочинку та здорового способу життя.

3. Засоби масової інформації, зокрема преса, повинні брати участь у розробці, організації та висвітленні різноманітних масових заходів, змагань, спрямованих на залучення населення до активних занять оздоровчою фізичною культурою та спортом.

Список використаних джерел

1. Виноградов П.А. Пропаганда физической культуры и спорта // Материалы Всесоюз. науч.-практич. Конф. «Физическая культура и здоровый образ жизни». – М., 1990. – С. 30–39.
2. Жданова О.М., Тучак А.М., Чеховська Л.Я. Реклама фізкультурно-оздоровчих послуг. Тези доповідей IV міжнародного конгресу. – К., 2000. – С. 480.
3. Концептуальні засади подальшого розвитку фізичної культури і спорту в Україні. // Державний комітет з фізичної культури і спорту України. – К., 1998. – 20 с.
4. Рибалко П.Ф. Сучасні підходи до організації фізкультурно-оздоровчої роботи в закладах освіти / П.Ф. Рибалко, С.В. Гвоздецька, Л.І. Прокопова // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. – Суми: СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2016, № 3 (57). – С. 156-161.
5. Тарасюк Н.Я. Дослідження та порівняння окремих аспектів пропаганди фізкультурних занять і реклами оздоровчих послуг // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту: Зб. наук. праць / за ред. С.С. Єрмакова. – Х., 2002. – №17. – С. 36–40.
6. Тарасюк Н.Я. Особливості проведення реклами фізкультурно – оздоровчих послуг // Молода спортивна наука України: Зб. наук.статей. – Л., 2002. – Вип. 6. – Т.1. – С. 124–127.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Скворцова Світлана Сергіївна

Магістрант I курсу зі спеціальності 014 середня освіта (фізична культура)

Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка;

Рибалко Петро Федорович

к. пед. н., доцент кафедри фізичної культури Сумського національного аграрного університету;