

УДК 316.334;304.3

А.М. БАТЮК

ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ ПОШИРЕННЯ ОЗДОРОВЧИХ ПРАКТИК У СУСПІЛЬСТВІ

У статті розглянуто модель загального технологічного впливу на процес соціальної активності населення щодо занять фізичною культурою та спортом. Запропоновано модель активізації участі молоді у фізичних практиках, а також певні інструментально-технологічні підходи до просування інформації про ефективність фізично-оздоровчих практик серед населення з використанням інструментів соціального маркетингу та паблік рилейшнз.

Ключові слова: фізична активність, активізація, технології, поширення, технологічний вплив, цінності, активізація, популяризація, впливовість.

Актуальність теми дослідження. Соціально-демографічні процеси, що мають місце в українському суспільстві, вимагають особливої уваги з боку не лише демографів та фахівців із державного управління, але й представників інших наукових напрямів. Така увага може бути пояснена тим, що питання старіння нації, зниження рухової активності населення (у тому числі молоді) на сьогодні набувають суспільного значення. В зазначених умовах можна констатувати, що пошук можливих технологій підтримання здоров'я населення та підвищення фізичної активності молоді постають як важливе суспільне завдання.

На початку 80-х рр. ХХ ст. питання старіння та довголіття стало предметом спеціального розгляду міжнародних організацій і агентств ООН. В Україні функціонувала міжгалузєва комплексна програма “Здоров'я нації” (напрямок VI – “Здоров'я нації в старості”) на 2002–2011 рр.; 1997 р. був підписаний Указ Президента України про програму “Здоров'я літніх людей”.

У цілому активізація практик фізичної активності розглядалась з боку широкого кола наукових підходів: фізіологічні механізми підвищення рухової активності молоді розглядались, зокрема О. Артюшенко [1]; рухова активність людини розглядалась у працях В. Бальсевич [2]. Питанням фізичного виховання студентської молоді присвячені дослідження багатьох науковців (В. Вовк, В. Шигалевський, А. Андрющук, В. Щербина та ін.). Проблеми професійно-прикладної фізичної підготовки студентів досліджувались у працях С. Канішевського, Р. Раєвського, В. Філінкова та ін. Формуванням індивідуальних рухових здібностей активно займалися радянські дослідники, зокрема М. Козенко [3]. Однак, незважаючи на значну

кількість науковців, які вирішували різні аспекти окресленої проблеми, активізація фізично-оздоровчих практик як соціальна технологія практично не розглядається.

Постановка завдання дослідження. На нашу думку, саме соціальна технологізація поширення практик фізичної активності надає змогу підвищити рівень охоплення громадян фізичною культурою та спортом.

Мета статті – розглянути модель загального технологічного впливу на процес соціальної активності населення щодо занять фізичною культурою та спортом; запропонувати модель активізації участі молоді у фізичних практиках, а також певні інструментально-технологічні підходи до просування інформації про ефективність фізично-оздоровчих практик серед населення з використанням інструментів соціального маркетингу та паблік рилейшнз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Технологію поширення соціальних практик фізичної культури та спорту в Україні можна подати у вигляді певної загальної схеми, яка має внутрішні функціональні зв'язки. Загальну логічну модель елементів, що визначають соціально-технологізаційний аспект оздоровчих практик, наведено на рис. 1.

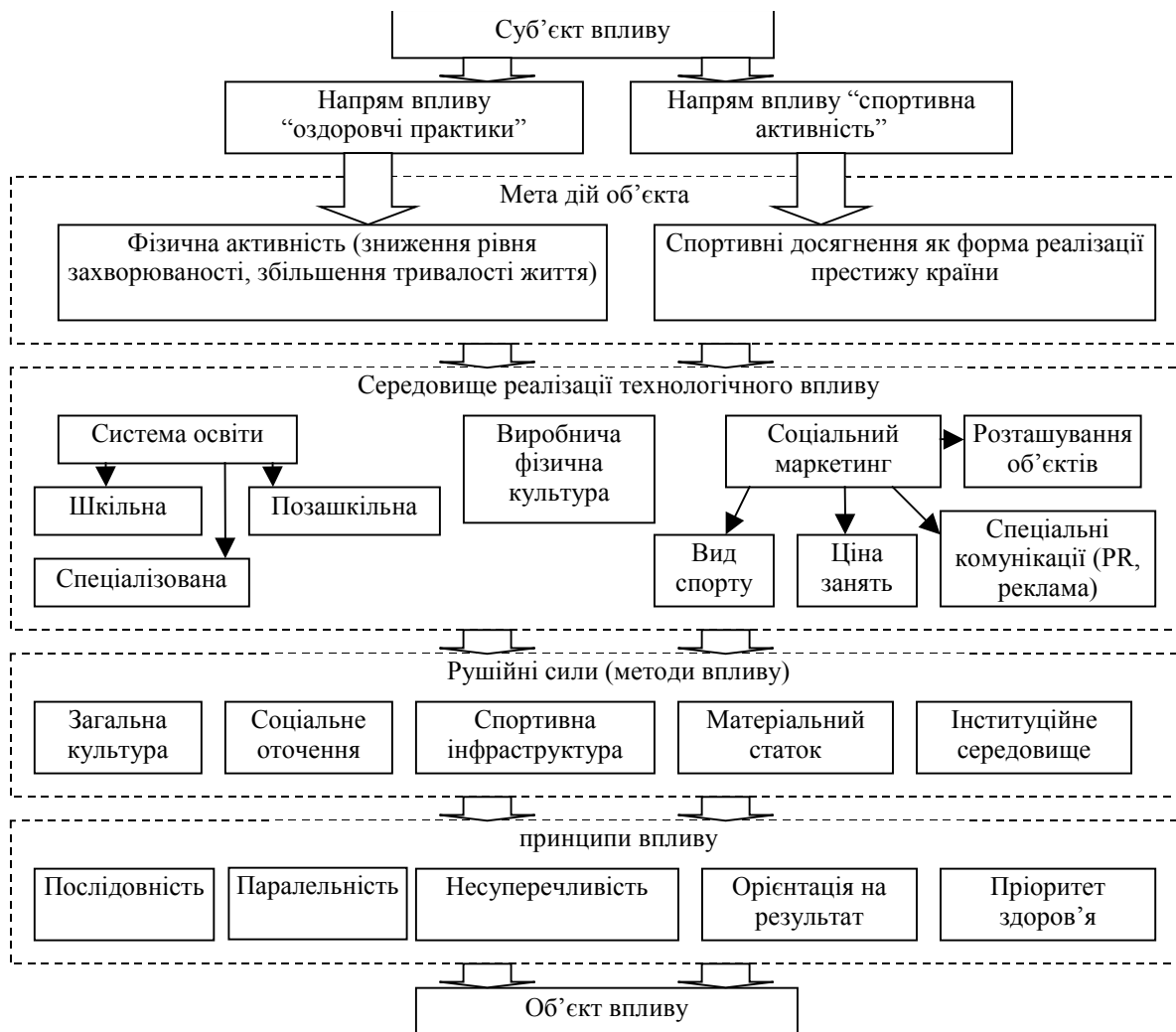


Рис. 1. Загальна модель технологічного впливу

На наш погляд, одним із інструментальних (технологічних) шляхів вирішення проблеми поширення спортивних практик варто також розглядати соціальний маркетинг. Як зазначають українські соціологи В. Полторак та Д. Акімов, суть маркетингу (маркетингових підходів) “полягає в тому, щоб в умовах конкурентного середовища просувати різноманітні продукти і послуги в найрізноманітніших умовах обміну, у тому числі й під час виникнення кризових ситуацій, пов’язаних із втратою іміджу організації чи бренду товару, активністю конкурентів, виходом на ринок нових продуктів та ін.” [5, с. 263]. На нашу думку, на сьогодні окремі заклади спортивної інфраструктури та види спорту втрачають суспільну популярність, яку можна повернути шляхом використання маркетингових технологій. З точки зору протидії конкурентам варто враховувати, що сучасний темп життя часто призводить до того, що оздоровчі практики по суті вступають в конкуренцію із часом на пасивний відпочинок.

Як зазначають дослідники, саме некомерційний чи соціальний маркетинг використовується для врегулювання кризових ситуацій, які виникають у процесі соціального розвитку суспільства, функціонування громадських, неурядових організацій тощо [5, с. 264].

Специфіка використання соціального маркетингу як маркетингу конфліктів досить проста. Соціальний маркетинг (як і бізнесовий маркетинг у комерційній сфері) формує цілі, технології, маркетингові механізми, які можуть бути застосовані в нашому випадку до сфери спорту. Відповідно, у випадку недостатньо ефективної роботи тих чи інших регуляторів чи їх відсутності саме за допомогою маркетингових підходів визначаються шляхи виходу з кризи.

При формуванні зазначеної технології ми пропонуємо також виходити з існуючого нормативного забезпечення, зокрема з “Положення про фізичне виховання учнів загальноосвітньої школи” [6]. Особлива увага, приділена цьому документу, пов’язана з тим, що популяризацію спортивних практик (як було визначено за результатами емпіричних досліджень) варто починати до 11–12 років (тобто в початковому шкільному чи навіть дошкільному віці). У системі шкільного виховання можуть використовуватися такі пов’язані між собою форми, як: уроки фізичної культури; фізкультурно-оздоровчі заходи протягом шкільного дня (гімнастика перед уроками, фізкультурні хвилини під час уроків, ігри й фізичні вправи на перервах і в режимі продовженого дня); позакласна спортивно-масова робота (заняття в гуртках фізичної культури і спортивних секціях, спортивні змагання); позашкільна спортивно-масова робота та фізкультурно-оздоровчі заходи за місцем проживання учнів (заняття в дитячо-юнацьких спортивних школах, туристичних гуртках і т. д.); самостійні заняття учнів фізичними вправами вдома, на пришкольних і дворових майданчиках, стадіонах та інше. При цьому в останньому випадку вплив школи на формування фізично-оздоровчих практик є найменшим, у перших двох випадках – найбільшим.

Враховуючи значну кількість вад фізичного здоров’я, що мають місце у дітей, та низьку увагу їх батьків до фізичної активності, на наш по-

гляд, варто організовувати спільні змагання та спільні заняття (у першу чергу, на базі навчального закладу). Фактично зазначені заходи відбуватимуться у рамках позакласної оздоровчої роботи і спортивно-масової роботи. У рамках проведення зазначених заходів може передбачатися:

- засвоєння прикладних можливостей здорового способу життя (використання фізичної сили);
- перевірка засвоєння учнями програмного матеріалу, що вивчається на уроках фізкультури;
- виконання відстаючими учнями нормативних вимог програми з фізкультури;
- екскурсії до спортивних залів (тренувальних майданчиків) представників різних видів спорту та спілкування з ними;
- організація практичних занять з різних видів спорту, за інтересами учнів;
- проведення масових спортивних змагань з різних видів спорту, туризму (у тому числі спільних із батьками).

Власне процес залучення школярів молодшого віку до фізичних практик можна подати у такому вигляді (рис. 2).

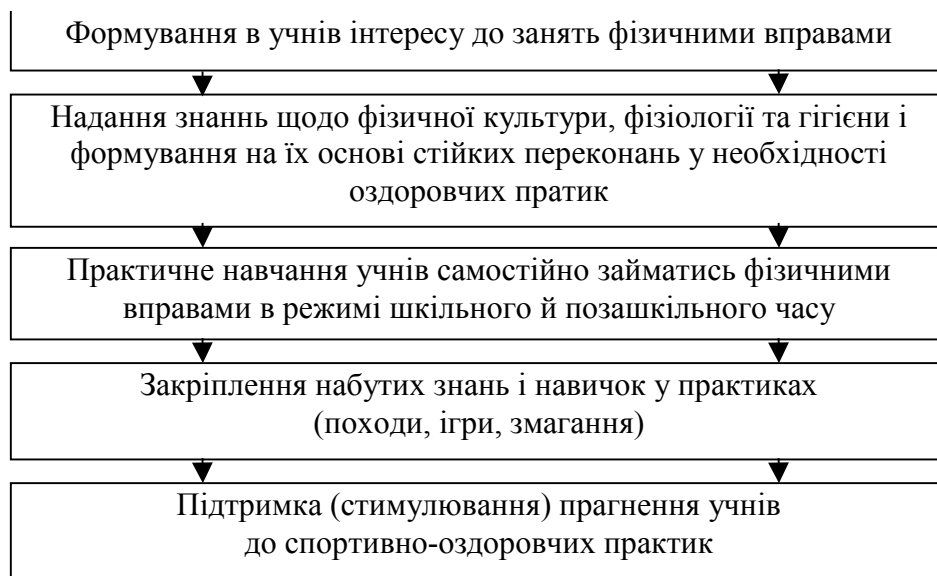


Рис. 2. Схема формування інтересу до спортивних практик у молодших школярів

Враховуючи, що в ранньому шкільному віці важливим напрямом підвищення рівня спортивно-оздоровчої діяльності є просвітительська й освітня робота, існує потреба в розробці системи інформування молодших школярів про окремі види фізичної активності та можливості залучення до них. Досягти цього можливо через доступні для дітей відповідного віку джерела інформації: дитячі журнали, мультфільми та зустрічі (відвідування). Використання таких засобів, як пропаганда, для молодшої категорії бачиться нам сумнівним. Більш доцільним є використання пропаганди для поширення спортивних практик у представників старшого віку (зокрема, дорослих).

Практична реалізація соціальної технології популяризації оздоровчих практик, відповідно до обраної місії, на наш погляд, передбачає використання запропонованих вітчизняними дослідниками Ю. Сурміним та М. Туленковим праксеологічних соціальних технологій, до складу яких було віднесено й ігрові [7, с. 187]. Запропоновані авторами підходи до гри нами було адаптовано до вимог технологізації соціальної роботи з особами, яких планується залучити до аматорського спорту або фізичної культури (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив ігрових технологій на фізичну активність

<i>Функція</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Захід</i>
Пізнавальна	Для молоді – випробування власних фізичних можливостей. Для зрілих – оцінювання витривалості організму. Порівняння фізичних сил і витривалості	Участь у проведенні фізичних змагань
Соціалізуюча	Адаптація до стресів, формування інших якостей необхідних для практичної діяльності	Тренування, змагання
Тренувальна	Тренування фізичних рис та витривалості, необхідних для повсякденної життєдіяльності (розвиток специфічних умінь і навичок)	Тренування
Комунікативна	Розширення кола спілкування, навички практичної взаємодії (у групових видах спорту), навички взаємодопомоги (у силових видах)	Спільні заходи тренувального й організаційного характеру (у т. ч. вболівання)
Розважальна	Дозвілля, відновлення після психологічних стресів тощо	Тренування, змагання, вболівання
Перевірочна	Перевірка рівня розвинутості певних властивостей і можливостей організму	Тренування, змагання
Статусно-рольова	Статусне позиціонування (як особа, що веде здоровий спосіб життя тощо)	Тренування, пропаганда
Комерційна	Отримання певної матеріальної винагороди за фізичні практики	Вболівання (тоталізатор), окремі економічні заходи*

* під окремими економічними заходами пропонується розуміти матеріальну підтримку з боку підприємства у разі, якщо працівник не звертався за лікарняним, підтримка учасників аматорських змагань тощо.

Як можна бачити з табл. 1, ми намагаємося запропонувати соціальну технологію гри до широкого кола учасників фізичних практик. При цьому професійні спортсмени, які також можуть бути залучені до цієї гри, фактично також будуть реалізовувати зазначені функції через запропоновані заходи. Відмінності полягатимуть переважно в комерційній функції (адже для цієї категорії гри можна розглядати як безпосередньо економічну діяльність). Також збільшуватиметься роль статусно-рольової (адже спорт може виступати чинником стратифікації) та соціалізуючої (яка у випадку із професійним спортом іноді може розглядатися як десоціалізуюча). Остання теза пов'язана з тим, що повноцінне перенесення цінностей і норм спортивних

практик на повсякденне життя може виступати як чинник соціальної дезорієнтації (найбільш граничними прикладами можна назвати Расула Мізаєва, Євгена Сотнікова). Такий ефект виникає внаслідок концентрації спортсменів у сфері спорту та певної їх відірваності від повсякденних практик (внаслідок необхідності тривалого тренування, що по суті означає “життя в спортивному залі”). У такому контексті мають також паралельно розроблятися соціальні технології адаптації успішних спортсменів (повторної соціалізації) до життя у суспільстві. Однак зазначені технології лише частково пов’язані із завданнями цього дослідження, через що ми пропонуємо не конкретизувати їх у межах вирішення поставленого завдання.

Відповідно, використання популяризації спортивних практик без забезпечення соціально-психологічного й інформаційного супроводу зазначеного процесу може призводити до принципово негативних наслідків (результатів). Відповідно виникає потреба у використанні соціально-інформаційного інструментарію. До такого інструментарію можна віднести, зокрема, пропаганду.

Головна мета пропаганди у цьому контексті – активне впровадження масової фізичної-оздоровчої культури та спорту в повсякденне життя. У цьому випадку термін “пропаганда” ми використовуємо у трактуванні, запропонованому В. Глуховим. Зокрема, науковець під терміном “пропаганда” розуміє цілеспрямовану діяльність з поширення й популяризації оздоровчо-спортивних та фізкультурних знань, науково обґрунтованих порад, рекомендацій, методичних концепцій за допомогою сучасних засобів масової інформації [8].

Для посилення ефективності пропагандистських методів застосовується так звана формула *stasm*, що передбачає організацію дії на реципієнта, базуючись на визначенні джерела інформування, часі подачі інформації, аудиторії, предметі повідомлення, а також місії, що характеризує зв’язок інформації з планами та стратегією суб’єкта [9, с. 109–110]. У такому контексті постає головне питання – визначення місії пропагандистської діяльності щодо активізації оздоровчих практик у середовищі дорослого населення. На наш погляд, загальна місія відповідної діяльності має бути спрямована на формування у населення соціально-психологічної потреби в оздоровчих (здоров’язберігаючих) практиках. Елементами, з яких формується відповідна місія, ми пропонуємо вважати такі (табл. 2).

Таблиця 2

Обґрунтування місії активізації оздоровчих практик

Елемент	Характеристика
Цільові орієнтири діяльності	Максимальне залучення населення до оздоровчих практик через формування у них цінностей здорового способу життя
Сфера реалізації пропаганди	Підприємства, місця проживання, спортивні установи, ЗМІ
Філософія реалізації зусиль	Соціально-психологічна орієнтація на цінності здорового способу життя
Способи здійснення пропагандистських заходів	Орієнтація на програмно цільовий підхід до розробки та реалізації конкретних заходів

Як можна бачити з табл. 2, основний акцент зроблено на операціоналізації процесу формування цінностей фізичних практик та забезпечення стійкої прихильності населення (незалежно від віку) до здорового способу життя. При цьому запропонований рівень пропагандистського процесу за ступенем та характером впливу може бути зіставним із тим, який реалізовувався в радянські часи для політичної пропаганди. Загальні вимоги до використання методів пропаганди, які для радянської практики пропонував А. Соломонік, такі: 1) масштабність тем політичної пропаганди, що потребує прискіпливого відбору матеріалів, а сама композиція дій – чіткості; 2) якщо цільова аудиторія є широкою, то варто відпрацювати стиль повідомлень, щоб він переконував різні групи людей; 3) важливо продумати емоційний план повідомлень, щоб максимально впливати на почуття аудиторії [10]. Адаптуючи зазначені тези до умов спорту, можна констатувати, що має існувати певна масштабність (прикладом може слугувати чемпіонат Європи “Євро-2012”). Характер повідомлень (інформації) має бути достатньо уніфікованим та досить однозначним для однакового усвідомлення різними освітніми та віковими групами населення (обмеження популяризації тілесності, бойових мистецтв як універсальних видів спорту). Використання елементів психологічного впливу через інформування про життя осіб, що досягли результатів в оздоровленні чи спорті.

Висновки. Однак на цьому етапі розвитку суспільства сформувати в окремо взятого індивіда потребу в заняттях спортивно-оздоровчими та фізичними вправами за допомогою тільки лише пропаганди не видається можливим. Більше того, сучасний інформаційний простір не завжди дає змогу використовувати пропаганду як окремий вид інформаційної діяльності. У зв'язку з цим актуальності можуть набувати й інші шляхи роботи з масовою аудиторією. У цьому контексті інтерес може становити public relations (PR), який є логічним розвитком пропаганди. У нашому випадку мова може йти про некомерційний та комерційний PR. Некомерційний полягатиме у популяризації самих оздоровчих практик, тоді як комерційний PR спрямований на залучення конкретних осіб до реалізації оздоровчих практик у конкретному закладі.

Запропоновані в межах статті підходи є не стільки безпосередньою соціальною технологією, скільки механізмом її реалізації в умовах сучасного медіа-інформаційного суспільства. При цьому ефективність та важливість їх використання є високою та зумовлюється необхідністю фізичної культури та спорту відповідати (бути адекватними) інформаційному впливу з боку інших (шкідливих для здоров'я) соціальних практик чи процесів.

Список використаної літератури

1. Артющенко О.Ф. Виховання інтересу до фізичної культури у юнаків 15–17 років з урахуванням функціональних відмінностей / О.Ф. Артющенко // Фізичне виховання дітей і молоді. Респ. міжвід. зб. – К., 1990. – Вип. 13. – С. 9–13
3. Бальсевич В.К. Физическая культура для всех и каждого / В.К. Бальсевич. – М. : Физкультура и спорт, 1988. – 202 с.

4. Козленко М.П. Фізичну культуру в побут школярів / М.П. Козленко. – К. : Рад. школа, 1979. – 95 с.
5. Полторак В.А. Соціальний маркетинг та регулювання соціальних проблем у кризовому суспільстві / В.А. Полторак, Д.І. Акімов // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна : зб. наук. пр. – 2010. – Вип. 4. – С. 260–266.
6. Положення про організацію фізичного виховання і масового спорту в дошкільних, загальноосвітніх і професійно-технічних навчальних закладах України : затверджено наказом МОН України 02.08.2005 р. № 458 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/legislation/other/2811/>.
7. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий : учеб. пособ. / Ю.П. Сурмин, Н.В. Туленков. – К. : МАУП, 2004. – 608 с.
8. Глухов В.И. Физическая культура в формировании здорового образа жизни / В.И. Глухов. – К. : Здоров'я, 1989. – 72 с.
9. Политические коммуникации / [под ред. А.И. Соловьева]. – М., 2004. – С. 110.
10. Соломоник А.Г. Методы устной пропаганды / А.Г. Соломоник. – М. : Знание, 1972. – 401 с.

Стаття надійшла до редакції 21.08.2012.

Батюк А.М. Технологизация распространения оздоровительных практик в обществе

В статье рассматривается модель общего технологического влияния на процесс социальной активности населения в занятиях физической культурой и спортом. Предлагается модель активизации участия молодежи в физических практиках, а также определенные инструментально-технологические подходы к продвижению информации об эффективности физически-оздоровительных практик среди населения с использованием инструментов социального маркетинга и публичных релейнгов.

Ключевые слова: *физическая активность, активизация, технологии, распространение, технологическое влияние, ценности, активизация, популяризация, влияние.*

Batyuk A. Technologization of the health practices distribution in the society

The paper presents a model of the overall technological impact on the process of social participation rates in physical education and sport. Propose a model of the participation of youth in physical practices, and formed some instrumental and technological approaches to promoting information about the effectiveness of physical healing practices among the population, using the tools of social marketing and public relations.

Key words: *physical activity, activation, technology, distribution, technological influences, values, activation, promotion, influence.*