

РОЗДІЛ III. ПЕДАГОГІКА ТА ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*Коперская Е.И., магистрант 1 курса
Института магистерской подготовки,
Белорусский государственный экономический университет.
Научный руководитель: Наумов Д.И., к.соц.н., доцент,
доцент кафедры экономической социологии,
Белорусский государственный экономический университет*

**СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В БЕЛОРУССКОМ СПОРТЕ
(на примере СДЮШОР г. Жодино)**

**SOCIAL ADVERTISING IN THE BELARUSIAN SPORT
(FOR EXAMPLE SPORTS SCHOOL ZHODINO)**

Аннотация. В статье рассмотрена роль социальной рекламы в популяризации спорта в Республике Беларусь. На примере деятельности СДЮШОР г. Жодино рассмотрены принципы и модель подготовки спортсменов, а также выявлена функциональная роль социальной рекламы в данном процессе.

Ключевые слова: спорт, социальная реклама, СДЮШОР, СМИ.

Abstract. The article examines the role of social advertising in promoting sports in the Republic of Belarus. On the example of the sports school Zhodino the principles and model of training athletes, and revealed a functional role of social advertising in the process.

Keywords: sports, social advertising, school, media.

Постановка проблемы. В современном мире спорт превратился в сложный и социально значимый феномен жизнедеятельности общества. Он выполняет разнообразные и многочисленные общественные функции, оказывает серьезное влияние на различные социальные процессы. Развитие спорта привело к появлению физической культуры как важной подсистемы общей культуры и особой области социальной деятельности. Она представляет собой совокупность духовных и материальных ценностей, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека. В современных условиях без спорта и физической культуры невозможно укрепление здоровья человека и совершенствования навыков его двигательной активности. В рамках социологии спорта это определяет необходимость научных исследований теоретических и прикладных проблем функционирования и развития спорта, в том числе различных аспектов организации физкультурно-спортивной деятельности.

Анализ исследований и публикаций. Проблемы и вопросы организации и развития спорта постоянно находятся в центре внимания исследователей. Это вызвано тем, что спорт является уникальным социальным институтом, который

обеспечивает развитие, распространение и освоение культуры здорового образа жизни. Современный спорт предоставляет любому человеку огромные возможности для проявления и развития его духовных и физических сил. Это нашло свое выражение во многих научных и методических работах: Визитей Н.Н. «Социология спорта», Кун Л. «Всеобщая история физической культуры и спорта», Лубышева Л.И. «Социология физической культуры и спорта», Пономарев И.И. «Социальные функции физической культуры и спорта», Столяров В.И. «Социология физической культуры и спорта» и др. Однако существует необходимость исследования механизмов, благодаря которым в обществе осуществляется связь между сферами массового и профессионального спорта. Это и определило актуальность и новизну данного исследования.

Целью исследования является выявление и характеристика роли социальной рекламы в популяризации спорта в Республике Беларусь (на примере деятельности СДЮШОР г. Жодино).

Изложение основного материала. Современная Беларусь занимает достойное место в мировом спортивном сообществе. Страна постоянно входит в двадцатку сильнейших, если исходить из результатов спортивных состязаний мирового уровня, среди более 200 спортивных держав мира, принимающих участие в Олимпийских играх. Беларусь по праву считается спортивной страной, спортсмены которой широко известны в мире (Максим Мирный, Дарья Домрачева и др.).

Спорт и физическая культура функционируют в Беларуси в форме множества разнообразных физкультурных и спортивных ассоциаций и организаций. Это, прежде всего, клубы профессионального белорусского спорта (например, футбольный клуб «БАТЭ» и хоккейный клуб «Динамо-Минск»). В то же время в обществе всем, кто интересуется физической культурой и спортом, хорошо знакомы названия таких спортивных организаций, как детско-юношеская спортивная школа, фитнес-клуб, физкультурно-оздоровительный центр, спортивный комплекс, плавательный бассейн, федерация футбола, дзюдо и самбо и т.д. Для большинства населения страны такие учреждения хорошо знакомы, т.к. люди либо регулярно посещают их сами, либо водят на спортивные тренировки своих детей.

Деятельность спортивных организаций в стране является предметом социальной рекламы, которая нацелена на популяризацию спорта, идеалов и ценностей олимпизма. Социальная реклама – вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Возникает вопрос, почему же в белорусских реалиях эти понятия – спорт и социальная реклама – могут быть совместимы?

В современном мире тема популяризации спорта и освоения ценностей физической культуры и традиций олимпизма средствами социальной рекламы является актуальной. Во-первых, это вызвано необходимостью познания исторического и гуманистического потенциала спорта. Во-вторых, необходимостью развития профессионального спорта. Ведь он обусловлен коммерческими интересами и является основным материальным источником существования спортсменов.

Однако социальная реклама в сфере спорта имеет свои специфические черты и особенности. В частности, в поле зрения социальной рекламы в сфере спорта часто попадают такие особые объекты, как специализированные детско-юношеские школы олимпийского резерва, спортивные клубы, федерации и т.д.

В данном случае необходимо поближе познакомимся с понятием специализированная детско-юношеская школа олимпийского резерва (далее СДЮШОР). СДЮШОР – это вид образовательного учреждения дополнительного образования детей и молодежи, которое отвечает за приобщение их к массовой физической культуре и спорту.

Объектом исследования, результаты которого представлены в этой статье, стала СДЮШОР г. Жодино. Школа была основана в 1991 году с целью развития молодежного спорта в городе, который является крупным индустриальным центром страны. Так, именно в г. Жодино находится «БелАЗ» – всемирно известный производитель карьерной техники. В данный момент в структуре СДЮШОР функционирует 5 отделений: дзюдо, самбо, художественная гимнастика, бокс, гандбол. По половому признаку в СДЮШОР только ориентирована художественная гимнастика (только девочки и с определенного возраста), остальные виды спорта смешанные. По возрастному признаку есть средний возраст для занятия спортом – это школьники, но и для дошкольников создаются группы с определенной программой проведения тренировки.

В своей деятельности СДЮШОР реализует следующие основные задачи:

- реализация Государственных программ развития физической культуры и спорта в Беларуси по подготовке спортивного резерва для национальных и сборных команд страны;
- подготовка стажерского и резервного составов команд Беларуси по гимнастике художественной, самбо, дзюдо, боксу и гандболу;
- отбор перспективных учащихся в спорте высших достижений и передача их в другие специализированные учебно-спортивные учреждения и училища Олимпийского резерва, а также в клубы по видам спорта, участвующие в национальных соревнованиях в стране;
- развитие материально-технической базы школы для обеспечения ее деятельности по организации подготовки спортивного резерва;
- физическая подготовка, укрепление здоровья учащихся, повышение уровня их общей культуры;
- популяризация физической культуры и спорта, здорового образа жизни, активного отдыха и досуга.

Для анализа социальной рекламы, используемой в работе педагогического и тренерского коллектива СДЮШОР г. Жодино, была сформирована теоретическая выборка (около 20 объектов). Для этого был использован такой критерий отбора, как канал размещения рекламы. Это позволило отобрать конкретные образцы социальной рекламы, связанной с данной школой, из следующих источников:

- телевизионная реклама (телеканал СФЕРА, программа «Чё по Чём?!» – СДЮШОР / Отделение бокса; телеканал СФЕРА, видеоролик с участием главного тренера по боксу СДЮШОР г. Жодино – «Жизнь и расцвет Беларуси в победе каждого из нас над самим собой»; телеканал СТВ, программа «Центральный регион»);

- печатная реклама (газеты «Жодзінскія Навіны» и «Мінская праўда», номера за 2017 год);

- интернет-реклама (реклама в сети Интернет: раздел про СДЮШОР на сайтах Жодинского горисполкома; группа СДЮШОР г. Жодино в социальной сети ВКонтакте).

В качестве методов исследования выступили общенаучные методы исследования и анализ визуальных образцов социальной рекламы.

В целом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, социальная реклама по телевизионным каналам нацелена на персонификацию деятельности СДЮШОР г. Жодино. Так, в программах и видеороликах участвовали тренера-преподаватели нашего объекта исследования Евгений Богдановский, Игорь Коперский, Сергей Позняк. «Чемпион Республики Беларусь среди боксёров-профессионалов в полутяжёлом весе и старший тренер по боксу, старший тренер по самбо и мастер пирографии, тренер высшей категории обладатель 5 дана по дзюдо», – про каждого из перечисленных героев можно сказать, что они являются эталонами представленного ими вида спорта. Какую же преследуют мотивацию эти образцы социальной рекламы? Цель одна – показать уровень и качество спортивных и педагогических достижений лучших работников школы, профессионалов своего дела. Они предполагают раскрытие того, в чем источник их тренерского успеха. Кроме того, эти программы и видеоролики позволяют познакомиться с теми, кому родители доверяют своих детей и объясняют, почему они должны выбрать для проведения досуга либо достижения высоких результатов именно данное государственное учреждение.

Во-вторых, социальная реклама в СМИ нацелена на систематическое информирование родителей учеников о результатах деятельности СДЮШОР г. Жодино. Газеты «Жодзінскія Навіны» и «Мінская праўда» публикуются раз в месяц, но почти в каждом номере содержится информация о городских или республиканских спортивных соревнованиях, чемпионатах мира и Европы. Так, в газете «Мінская праўда» СДЮШОР неоднократно отмечали из-за высоких результатов на республиканской Спартакиаде ДЮСШ или других спортивных соревнованиях. Такая социальная реклама может непосредственно выглядеть как краткая информация по этому поводу, так и косвенно выступать в форме газетной статьи. Рекламирование спортивных достижений в жодинских изданиях, в первую очередь, мотивируют потенциальных учеников и их родителей для занятий спортом в школе.

В-третьих, социальная реклама в интернете направлена на создание и поддержание коммуникации по поводу спортивной деятельности участников из числа нынешних или прошлых учеников СДЮШОР г. Жодино. Данный вид социальной

рекламы наиболее активно развивается в последнее время. Это вызвано тем, что постоянно увеличивается численность пользователей интернета. Поэтому в социальных сетях можно оперативно ознакомиться с информацией по различным аспектам деятельности школы. Кроме того, ознакомиться с информацией по условиям набора в школу, составом тренерского штаба, режимом и порядком работы школы можно и на сайтах отдела образования г. Жодино [1; 2]. Создание личной группы СДЮШОР в социальной сети ВКонтакте, постоянные объявления о набираемых группах на страницах сетей самих тренеров, фото с соревнований, видео поединков и спортивных выступлений также играют свою роль и немало влияют на привлечение в школу новых учеников. Не удивительно, что после просмотра каких-либо онлайн фотографий или вступления в группу в социальной сети ВКонтакте ребенок и/или его родители принимают решение об обучении именно в этой спортивной школе.

Выводы. Спорт – это, в первую очередь, здоровый образ жизни, поддержание физической культуры, самодисциплина и контроль, а также – это результаты и успех, к которым мы все так стремимся. Соревновательный дух спорта способствует формированию у детей и подростков волевых, лидерских качеств, без которых вряд ли можно рассчитывать на успех в современной жизни. Поэтому социальная реклама является эффективным инструментом, который позволяет ознакомить детей и их родителей с этой важной для них информацией.

Список использованных источников

1. Отдел образования спорта и туризма Жодинского городского исполнительного комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : <https://zhodino-edu.belhost.by/uchr.php?numb=28> – Дата доступа : 22.11.2017.

2. Жодинский городской исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : http://www.zhodino.minsk-region.by/ru/social_sphere/sport – Дата доступа : 22.11.2017.

*Ленчук О.М., магистрант 1 року підготовки,
спеціальності «Соціальна робота»,
Вінницький інститут Університету «Україна»*

СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ЛЮДЬМИ ПОХИЛОГО ВІКУ

SPECIFICITY OF SOCIAL WORK WITH ELDERLY PEOPLE

Анотація. У статті розглядається соціальна робота з людьми похилого віку. Досліджено старіння суспільства як наслідок демографічної кризи. Розкрито соціальні, психологічні та фізіологічні характеристики цієї категорії людей. Висвітлено головні проблеми, які супроводять життя людей похилого віку. Охарактеризовано принципи, форми та методи соціальної роботи, що спрямовані на цю категорію українського суспільства.