



УДК 070

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ К ЗАНЯТИЯМ СПОРТОМ И СДАЧЕ НОРМ КОМПЛЕКСА ГТО: СИСТЕМНЫЙ АСПЕКТ**THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE PROJECT ON ENGAGEMENT OF PRIMARY SCHOOLERS TO SPORT ACTIVITIES AND “READY TO WORK AND DEFENSE” COMPLEX (GTO): SYSTEM APPROACH****Е.В. Хованова
E. V. Khovanova**

Аннотация. В статье обосновано применение системного подхода к разработке и реализации проекта по привлечению младших школьников к сдаче норм ГТО. Последовательно рассмотрены системно-исторический, системно-целевой, системно-функциональный, системно-структурный, системно-элементный, системно-ресурсный, системно-интеграционный и системно-коммуникационный аспекты. Обосновано применение метода семантического дифференциала для оценки коммуникативной эффективности проекта.

Abstract. The article deals with system approach to the development and implementation of the project on engagement of primary schoolers to sport activities and “Ready to Work and Defense” complex (GTO). The article discusses system-historical, system-purpose, system-functional, system-structural, system-element, system-integration and system-communication aspects. Semantic differential method is applied to assess the communication efficiency of the project.

Ключевые слова: системный подход, комплекс ГТО, здоровый образ жизни, метод семантического дифференциала.

Keywords: system approach, all-Russian sports complex “Ready to Work and Defense” (GTO), healthy lifestyle, semantic differential method.

Интерес исследователей к предметной области «связи с общественностью» чрезвычайно высок. Специалисты-практики рассматривают успешные PR-кампании и предлагают практические рекомендации по PR-сопровождению в коммерческом секторе [11, 18]. В то же время проблемы PR в социальной сфере остаются, на наш взгляд, недостаточно изученным.

Социальная сфера обладает высоким потенциалом в формировании общественных ценностей и способствует установлению благоприятного общественного фона [2,14]. Как отмечает В. Л. Кириллова, такие моменты как отсутствие бюджета, сложность постановки целей и определения концепции деятельности снижают эффективность PR в некоммерческом секторе [6].

Особое значение в социальной сфере приобретает PR по формированию здорового образа жизни населения. По данным опроса ВЦИОМ, в котором приняли участие 1600 человек из 130 населенных пунктов России, лишь 16% респондентов регулярно тренируются и только треть (36%) употребляет в пищу полезные продукты [17].

Многие исследователи отмечают, слабую физическую подготовленность современных школьников, более того их физическое состояние продолжает ухудшаться [7, 13]. Необходима эффективная PR-программа, направленная на создание позитивного общественного мнения по вопросам занятия физической культурой и спортом, мотивации к оздоровлению и стимулирования спроса на профилактические и спортивные мероприятия [22].

Ряд отечественных и зарубежных исследователей рассматривают теоретические и практические аспекты PR-деятельности в сфере ЗОЖ [3, 9, 22-26]., однако отсутствует описание успешных российских проектов на региональном уровне, что актуализирует обращение к данной теме.

Н.Г. Швед отмечает, что в сфере ЗОЖ выделяют три направления PR: этический, включающий в себя формирование этических норм и ценностей по ведению здорового образа жизни; потребительский, связанный с продвижением товаров и услуг; мотивационно-агитационный, мотивирующий человека на ведение здорового образа жизни, позволяющий сделать этот образ его личной социальной ценностью [23]. В данной статье рассматривается мотивационно-агитационное направление построения PR-стратегия в системном аспекте.

Системный подход – направление методологии исследования, в основе которого лежит рассмотрение объекта как целостного множества элементов в совокупности отношений и связи между ними, то есть рассмотрение объекта как системы. Какое бы явление или объект, независимо от их природы и масштаба, мы ни взяли – везде мы имеем дело с целостной системой, существование которой обусловлено взаимовлиянием ее компонентов [5].

Системный подход предполагает изучение и использование ряда аспектов: системно-исторического, системно-целевого, системно-функционального, системно-ресурсного, системно-элементного, системно-структурного, системно-интеграционного и системно-коммуникационного [4]. Рассмотрим последовательно выделенные аспекты для реализации PR-стратегии по привлечению младших школьников к занятиям спортом и сдаче норм комплекса ГТО.

1. *Системно-исторический аспект* позволяет выяснить условия возникновения, пройденные этапы, современное состояние, а также возможные перспективы развития исследуемой системы. Исторический анализ развития комплекса ГТО, дифференцированный по годам и основным направлениям государственной политики в области физической культуры и спорта представлен в статье Р.И. Платоновой, С.И. Колодезниковой, С.Д. Халыева «Социальный потенциал комплекса ГТО в формировании физически активного населения» [15].

Авторы выделяют этап становления ГТО (1931-1934 г.г.) с акцентом на массовости и общедоступности упражнений и видов спорта, включенных в нормативы. На втором этапе – содержательном (1935-1958г.г.) уточнены уровни нормативных требований, система упражнений и возрастные границы, а также произошло развитие массового и детского спорта. Третий этап (1972-1984г.г.) был нацелен на физическое развитие и общественную активность, стимулирующую здоровьесберегающую деятельность. В 90-х годах XX в. снижение значимости и популярности комплекса постепенно привели к его исчезновению.

В марте 2014 года Президент Российской Федерации подписал указ «О всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (далее – всероссийский комплекс), в котором провозглашается поэтапное возрождение в России комплекса ГТО – одной из основ физического воспитания и пропаганды здорового образа жизни в советские годы [19].

Внедрение комплекса должно обеспечить реализацию «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года» и способствовать увеличению доли населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом к 2020 году до 40%, а среди обучающихся до 80%.

А.И. Данилина и С.П. Миронова отмечают, что проблемным моментом выступает ознакомление с идеологическим содержанием и нормативами данного комплекса, представляющего собой реалию советского периода, в основном представителей старшего поколения. Среди молодых людей не прослеживается понимание его цели, задач, содержания и принципов [3]. По данным опроса «Нормы ГТО: готовность № 1!», проведенного ВЦИОМ 5-6 декабря 2015 года 23% респондентов никогда не слышали о ГТО и пока не готовы к выполнению комплекса упражнений 52% [10].

Для привлечения школьников к занятиям спортом, популяризации здорового образа жизни, подготовке к сдаче нормативов ГТО мы разработали PR-стратегию проекта «ГТОшка». Предлагаемый нами проект является уникальным, поскольку ориентируется на младших школьников 6-8 лет, т.к. именно на этом этапе формируется интерес к здоровому образу жизни, мотивация к здоровому питанию и занятиям спортом.

Анализ литературы позволил выявить проект «ГТО-НИКА» по внедрению комплекса ГТО в физическое воспитание и социализацию детей и молодежи. В ходе реализации проекта в общеобразовательных учреждениях Саратовской области в сентябре 2015 года автор проекта С.А. Фирсин отмечает большой социально-педагогический потенциал игровой и соревновательной деятельности при подготовке детей и молодежи к выполнению норм ГТО, а так же улучшение физического состояния школьников [20].

2. *Системно-целевой аспект* определяет необходимость научного определения целей и подцелей системы, их взаимной увязки между собой. В качестве стратегических целей мы определили популяризацию комплекса ГТО среди младших школьников, повышение уровня физической подготовленности обучающихся, пропаганда здорового образа жизни, создание условий, мотивирующих к занятиям физической культурой и спортом. В качестве тактической цели – создание позитивного персонажа ГТОшка и его использование в подготовке младших школьников к сдаче нормативов ГТО.

К целевой аудитории проекта мы отнесли учащихся начальных классов, которые смогут познакомиться с веселым озорным человечком ГТОшкой, изучить «Азбуку полезных советов», получить возможность участвовать в спортивных соревнованиях в игровой форме. У родителей учащихся начальных классов появится инструмент вовлечения детей в регулярные занятия физической культурой и спортом и организовать времяпровождение детей во внеурочное время.

Учителя физической культуры получают механизмы для пропаганды здорового образа жизни на уроках физической культуры, формирования условий, призывающих к регулярным занятиям физической культурой и спортом. Департамент образования и Управление физической культуры и спорта получает возможность участия в пилотном проекте по возрождению норм ГТО, опыт привлечения детей младшего школьного возраста к сдаче норм комплекса ГТО.

3. *Системно-функциональный аспект* направлен на выявление функций, для выполнения которых создана и существует соответствующая система. Мы выделили следующие функции проекта: популяризирующая (через повышение привлекательности нового комплекса ГТО для

К рискам проекта мы отнесли недостаточное количество школьников, изъявивших желание знакомиться с ГТОшкой и сдавать нормы ГТО, отсутствие условий для реализации проекта в общеобразовательных учреждениях города Белгорода, нехватка информационных и технических ресурсов для реализации проекта.

7. *Системно-интеграционный* аспект может быть раскрыт через возможность интеграции модели в различные спортивные мероприятия: на школьном уровне (знакомство первоклассников МАНОУ «Шуховский лицей» с ГТОшкой – 2015-2017 года, проект «ГТОшка среди чемпионов»); на городском уровне (участие в «Дне зимних видов спорта» и «Лыжне России»); на всероссийском уровне (победитель конкурса «Займись спортом. Навстречу комплексу ГТО»)).

8. *Системно-коммуникационный* аспект направлен на выявление коммуникативной эффективности проекта. Результаты анкетного опроса, проведенного среди первоклассников МАНОУ «Шуховский лицей» (N=100) показали, что 93% респондентов не знают что такое «ГТО». В результате проведенных мероприятий осведомленность о ГТО выросла до 100%. Проведенное после «Фестиваля ГТОшки» интервью показало, что предложенный первоклассникам персонаж ГТОшка (рис. 2) им понравился, и они хотели бы они продолжить с ним дружбу.



Рис. 2. Графический образ «ГТОшка»

Мы провели оценку коммуникативной эффективности графического образа «ГТОшка» методом семантического дифференциала [12, 21]. Использование бимодальной шкалы для оценки объекта «ГТОшка» по факторам «Оценка», «Сила», «Активность», позволило интерпретировать их по шкалам «Оценка» (глупый – умный, приятный – неприятный, красивый – отталкивающий), «Сила» (храбрый – трусливый, сильный – слабый), «Активность» (быстрый – медленный, веселый – грустный, активный – пассивный).

Опрос респондентов – учащихся первых классов МАНОУ «Шуховский лицей» и МБОУ «Гимназия №3» г. Белгорода, участников «Фестиваля ГТОшки» (N=20) показал, что данный персонаж, моделируемый для учащихся младших классов, оценивается как красивый (общее значение фактора 2,52), сильный (2,63), храбрый (2,29), быстрый (2,61), веселый (2,93) человек, который мотивирует респондентов к занятиям физической культурой и к сдаче норм ГТО.

В результате реализации проекта появился позитивный ГТОшка, мотивирующий младших школьников заниматься спортом и сдавать нормы ГТО, комплексом ГТО заинтересовались учащиеся младших классов и их родители, младшие школьники получили положительный опыт реального участия в сдаче нормативов ГТО. Перспективы развития проекта связаны с созданием спортивного комплекса, который позволяет осуществлять замеры времени и средней скорости прохождения дистанции с фото и видео фиксацией участников. Круглосуточная работа комплекса позволит соревноваться не только младшим школьникам (на уроках физкультуры и при сдаче норм ГТО), но и всем желающим. Все результаты будут фиксироваться и по желанию пользователя отображаться на портале.

Поскольку реализуемый проект является социальным, это определяет специфику его продвижения, связанную с необходимостью привлечения и взаимодействия широких групп общественности (педагогов, родителей, учеников). Для каждой из групп необходимы свои механизмы взаимодействия. Поскольку проект не имеет коммерческой составляющей, возникает необходимость поиска источников финансирования. Необходимы административные ресурсы для масштабирования проекта на региональном уровне.

Литература

Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире [Текст] / Л. Бугаев.- М.: Альпина Паблишер, 2012. - 214 с.



- Воробьева Т. А. PR-сопровождение: понятие и концепция [Текст] / Т. А. Воробьева // [Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки](#). - № 26 (197). - 2014. - С. 75-79
- Данилина А. И., Миронова С. П. Информационное PR-сопровождение всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО в высших учебных заведениях / А. И. Данилина, С. П. Миронова // Физическая культура, спорт и здоровье студенческой молодежи в современных условиях: проблемы и перспективы развития : материалы Региональной студенческой научно-практической конференции, 8 апреля 2015 г., г. Екатеринбург / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. - Екатеринбург, 2015. - С. 42-45.
- Ильяева И.А., Хованова Е.В. Межкультурные коммуникации в региональном вузе / И. А. Ильяева, Е. В. Хованова. [Текст]. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2009. - 203 с.
- Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Джозеф О'Коннор и Иан Макдермотт; Пер. с. англ. - 7-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 254 с.
- Кириллова В. Л. PR в некоммерческом секторе [Текст] / В. Л. Кириллова. - М.: Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 127 с.
- Козлова Н. С., Некрасова А. В., Горбунова И. Л. Формирование здорового образа жизни у детей младшего школьного возраста [Текст] / Н. С. Козлова, А. В. Некрасова, И. Л. Горбунова // Молодой ученый. - 2014. - №10. - С. 387-389
- Королева Д. О. Всегда онлайн: использование мобильных технологий и социальных сетей современными Лебедева А. М., Нархов Д. Ю. К вопросу о коллаборации рекламы и PR в сфере массового спорта / А. М. Лебедева, Д. Ю. Нархов // Социокультурное развитие большого Урала: тренды, проблемы, перспективы : материалы юбилейной Всероссийской научно-практической конференции XX Уральские социологические чтения (Екатеринбург, 27-28 февраля 2015 г.) / под общ. ред. Ю. Р. Вишневецкого. - Екатеринбург: УрФУ, 2015. - С. 271-274.
- Нормы ГТО: готовность № 1! Опрос ВЦИОМ от 15.12.2015. - [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115514>
- Основы PR в бизнесе [Текст] / под ред. В.Д.Соловья. - М.: ЭКСМО, 2016. - 416 с.
- Павлов, О. Ю. Бренд-менеджмент: глубинный семантический дифференциал бренда / О. Ю. Павлов // Креативная экономика №9 (69) 2012. - С. 96-106.
- Перова Е. И., Куренцов В. А., Голубев В. П., Егорычева Э. В. Физическое состояние и готовность студенческой молодежи к выполнению нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО 2014 года [Текст] / Е. И. Перова, В. А. Куренцов, В. П. Голубев, Э. В. Егорычева // Вестник спортивной науки. - №2. - 2014. - С. 55-60
- Петропина С. И. Инструменты создания социальной рекламы и средства ее распространения [Текст] / С. И. Петропина // Проблемы развития территории. - №6. - 2013. - С. 83-89
- Платонова Р. И., Колодезникова С. И., Халыев С. Д. Социальный потенциал комплекса ГТО в формировании физически активного населения [Текст] / Р. И. Платонова, С. И. Колодезникова, С. Д. Халыев // [Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология](#). - №3(18). - 2014. - С. 169-171
- Синявский Н. И., Фурсов А. В., Камаргдинова А. А., Гергега Н. Н. Применение онлайн технологий в программно-методическом обеспечении всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) [Текст] / Н. И. Синявский, А. В. Фурсов, А. А. Камаргдинова, Н. Н. Гергега // [Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта](#). - №3 (121). - 2015. - С. 133-136
- Скажем спорту «да»?! Опрос ВЦИОМ от 20.05.2015. Пресс-выпуск №2837 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115256>
- Студеникин Н. [PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя](#) [Текст] / Студеникин Н. - М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с.
- Указ Президента РФ от 24 марта 2014 г. № 172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)» // Режим доступа: URL: <http://www.gto-normy.ru/ukaz-prezidenta-rf-putina-o-gto/> (дата обращения: 20.01.2017 г.)
- Фирсин С. А. Проект «ГТО-НИКА» в физическом воспитании детей и молодежи [Текст] / С. А. Фирсин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. - №2 (1132). - 2016. - С. 194-197
- Хованова Е. В., Замошникова И. В. Оценка коммуникативной эффективности графического образа методом семантического дифференциала / Е. В. Хованова, И. В. Замошникова. - Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5-7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. - Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. - С. 331-335.
- Черепанова В. Н., Савицкая Ю. П. Роль PR в формировании здорового образа жизни населения [Текст] / В. Н. Черепанова, Ю. П. Савицкая // Здоровый образ жизни российской молодежи : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 5-летию программы утверждения и сохранения Трезвости в России «Трезвость - воля народа!» / под ред. Н.Г. Хайруллиной - Тюмень : ТюмГНГУ, 2014. С.100-104
- Швед Н. Г. использование PR-коммуникаций в контексте стратегии внедрения ценностей здорового образа жизни, в общественное сознание [Текст] / Н. Г. Швед // Наука и современность: сборник статей международной научно-практической конференции (7 марта 2015 г., Уфа). - Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2015. - С. 155-158
- Lessons Learned from Public Health Mass Media Campaigns: Marketing Health in a Crowded Media World // Annual Review of Public Health Volume 25, 2004 Randolph, pp 419-437 <http://annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.publhealth.25.101802.123046>
- Public Health Communication: Evidence for Behavior Change / Edited by Robert Hornik. - London: Lawrence Erlbaum Associates. - 2002
- Social Marketing for Public Health: Global Trends and Success Stories / Edited by Hong Cheng, Philip Kotler, Nancy Lee. - Boston: Jones and Bartlett Publishers. - 2011