МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ КОНГРЕСС

ЦЕННОСТИ, ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СПОРТА

Материалы III Международного научного конгресса

14–15 ноября 2024 г.

Часть 3

Минск
БГУФК
2024

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь
Национальный олимпийский комитет Республики Беларусь
Президентский спортивный клуб
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

ЦЕННОСТИ, ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СПОРТА

Материалы III Международного научного конгресса

14–15 НОЯБРЯ 2024 г.

В трех частях

Часть 3

Минск
БГУФК
2024

УДК 796(06)
ББК 75р
Ц37

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом БГУФК

Редакционная коллегия:
д-р экон. наук, доцент (гл. редактор) С. Б. Репкин;
канд. пед. наук, доцент (зам. гл. редактора) Т. А. Морозевич-Шилюк;
д-р филос. наук, доцент Т. Н. Буйко;
д-р пед. наук, профессор В. А. Коледа;
д-р биол. наук, профессор С. Б. Мельнов;
д-р пед. наук, д-р биол. наук, профессор А. А. Михеев;
д-р пед. наук, профессор Т. П. Юшкевич

Ц37 **Ценности,** традиции и новации современного спорта : материалы III Междунар. науч. конгр., Минск, 14–15 нояб. 2024 г. : в 3 ч. / Белорус. гос. ун-т физ. культуры ; редкол.: С. Б. Репкин (гл. ред.), Т. А. Морозевич-Шилюк (зам. гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУФК, 2024. – Ч. 3. – 351 с.
ISBN (ч. 3) 978-985-569-769-6.
ISBN 978-985-569-766-5.

Издание представляет собой сборник материалов III Международного научного конгресса «Ценности, традиции и новации современного спорта».

Во третьей части сборника представлены направления «Менеджмент, маркетинг и экономика индустрии спорта», «Физическая культура и спорт как инструмент достижения целей в области устойчивого развития», «Вызовы и тренды в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения», «Исторические аспекты становления и развития спорта и туризма» и «Инновации в системе подготовки, повышения квалификации и переподготовки высококвалифицированных кадров отрасли «Физическая культура, спорт и туризм»».

Издание предназначено для специалистов отрасли «Физическая культура, спорт и туризм», преподавателей, научных работников, аспирантов и студентов.

УДК 796(06)
ББК 75р

ISBN (ч. 3) 978-985-569-769-6
ISBN 978-985-569-766-5

© Учреждение образования «Белорусский государственный университет физической культуры», 2024

Адамина Д.Д.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

ВЛИЯНИЕ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Adamina D.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

THE IMPACT OF SPORT MARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR

Аннотация. В статье рассматривается влияние спортивного маркетинга на поведение потребителей. Также обсуждаются методы измерения эффективности маркетинговых кампаний в спорте и их влияние на поведение фанатов и потребителей. В заключение подчеркивается важность понимания этих взаимосвязей для разработки эффективных маркетинговых стратегий в спортивной индустрии, что может привести к повышению конкурентоспособности брендов и успешному продвижению спортивных товаров и услуг.

Ключевые слова: спортивный маркетинг; маркетинг; потребители; продвижение.

Abstract. The article examines the impact of sport marketing on consumer behavior. Methods of measuring the effectiveness of marketing campaigns in sports and their impact on the behavior of fans and consumers are also discussed. In conclusion, it is emphasized the importance of understanding these relationships in order to develop effective marketing strategies in the sports industry, which can lead to increased brand competitiveness and successful promotion of sporting goods and services.

Keywords: sport marketing; marketing; consumers; promotion.

В реалиях современного мира маркетинг стал известен как знание принципов коммуникации и методов влияния и убеждения других, и во что бы то ни стало это искусство, которое требует умения использовать различные методы и способы для достижения лояльности аудитории.

До любых продаж спортивный продукт или услуга должны занять место в сознании потребителя. На практике это требует, чтобы потребитель знал о спортивном продукте или услуге и отреагировал на него каким-то – желательно положительным образом. Спортивный маркетинг стал краеугольным камнем успешного спортивного менеджмента и бизнеса, способствуя росту спортивных организаций и расширению базы болельщиков.

Спортивный маркетинг – относительно новое явление. В 1940-х и 1950-х годах большая часть спорта не была сильно коммерциализирована и, таким образом, рассматривалась как занятие, которым люди просто «занимались» [1]. Спорт воспринимался как должное, и отношение молодых людей к спорту обычно формировалось традициями, семейными ценностями и влиянием сверстников. В настоящее время люди стали меньше заниматься активными видами спорта, что в свою очередь означает необходимость популяризации данного направления посредством внедрения маркетинга в эту сферу. Теперь каждый спортивный орган по всему миру осознает, что его продукт может расти только в том случае, если он подкреплен профессионально проведенной маркетинговой кампанией.

В спортивном маркетинге каждый отдельный потребитель продукта (зритель) одновременно является и объектом, и основополагающим элементом спортивного маркетинга. Спортивный рынок не стабилен, на него оказывают влияние различные факторы [2].

Это и спортивные результаты, и взаимоотношения с партнерами и спонсорами, и платежеспособность болельщиков. Спортивные маркетологи иногда недооценивают масштаб предстоящих перед ним проблем, что приводит к потерям (как к финансовым, так и к имиджевым). Для успешного развития спорта в настоящее время невозможно ограничиваться лишь проведением соревнований, нужны рекламные события, которые способствуют повышению спроса на рыночные продукты. Для продвижения необходимой информации можно использовать различные информационные платформы, например, рекламные щиты, вывески внутри стадиона, телевизионная реклама, реклама в печатных средствах массовой информации и социальных сетях.

Спортивный маркетинг многомерен. Во-первых, он включает применение маркетинговых концепций к спортивным продуктам и услугам, а во-вторых, он включает маркетинг неспортивных продуктов через ассоциацию со спортом. Рассмотрим подробнее эти два аспекта.

Первая точка зрения применения спортивного маркетинга – это использование общих маркетинговых практик к продуктам и услугам, связанным со спортом. Вторая – это маркетинг других потребительских и промышленных продуктов или услуг через спорт. Как и любая форма маркетинга, спортивный маркетинг стремится удовлетворить потребности и желания потребителей. Он достигает этого, предоставляя потребителям спортивные услуги и продукты, связанные со спортом. Однако спортивный маркетинг отличается от обычного маркетинга тем, что он также имеет возможность поощрять потребление неспортивных продуктов и услуг через ассоциацию.

Другими словами, спортивный маркетинг включает маркетинг спорта и маркетинг через спорт. Например, маркетинг спортивных продуктов и услуг напрямую потребителям спорта может включать спортивное оборудование, профессиональные соревнования, спортивные мероприятия и местные клубы. Другие простые примеры включают рекламу команды, разработку рекламного трюка для продвижения спортсмена и продажу абонементов в спортивные залы. Напротив, маркетинг через спорт происходит, когда неспортивный продукт продается через ассоциацию со спортом. Некоторые примеры могут включать профессионального спортсмена, рекламирую-

щего хлопья для завтрака, бизнес финансовых услуг, спонсирующий теннисный турнир, и пивную компанию, обеспечивающую эксклюзивные права на поставку своей продукции на спортивном объекте или мероприятии.

Эти два аспекта являются центральными для понимания всего спектра спортивного маркетинга и способов управления спортивной индустрией с точки зрения маркетинга.

Измерение эффективности маркетинговых кампаний в спорте – ключевой элемент, который позволяет организациям оценивать успех своих стратегий и вносить необходимые коррективы. Существует несколько методов и подходов для оценки эффективности, а также анализа их влияния на поведение фанатов и потребителей [3].

Методы измерения эффективности маркетинговых кампаний:

1. Анализ показателей продаж. Сравнение объемов продаж до и после проведения кампании позволяет оценить, насколько кампания способствовала увеличению продаж спортивных товаров или услуг и наметить дальнейшие пути развития.

2. Опросы и анкетирование. Сбор данных о восприятии кампании, предпочтениях и поведении потребителей через опросы помогает понять, как кампания повлияла на мнение фанатов и их лояльность к бренду.

3. Анализ трафика и взаимодействия в интернете. Изучение метрик веб-трафика, таких как посещаемость сайта, время на странице, взаимодействие в социальных сетях позволяет оценить, насколько кампания привлекла внимание и заинтересованность аудитории.

4. Измерение охвата и вовлеченности. Оценка числа людей, охваченных рекламой, и их активности (лайки, репосты, комментарии) помогает понять, насколько эффективно сообщение кампании донесено до целевой аудитории.

5. Коэффициент возврата на инвестиции (ROI). Расчет прибыли от кампании по сравнению с затратами на ее реализацию позволяет оценить финансовую эффективность маркетинговых мероприятий.

6. Анализ поведения и лояльности фанатов. Изучение изменений в поведении фанатов, таких как посещаемость матчей, участие в акциях и покупке товаров помогает понять, как кампания влияет на долгосрочную лояльность и активность потребителей.

Для успешного позиционирования спортивного товара или услуги они должны занять место в сознании потребителя. Процесс создания такого отношения известен как брендинг, и когда спортивный бренд захватил прочное место в сознании потребителей, то говорят, что он позиционирован. Последствием успешного брендинга и приобретения сильного позиционирования на рынке является не просто одна транзакция. Скорее, спортивный маркетинг отражает установление постоянных отношений между спортивным брендом и его пользователями.

После рассмотрения вышеизложенного материала, можно разработать простое рабочее определение спортивного маркетинга.

Спортивный маркетинг – это процесс планирования позиционирования спортивного бренда и реализации доставки его продуктов или услуг с целью установления отношений между спортивным брендом и его потребителями.

Спортивный маркетинг выполняет основные задачи, которые приведены на рисунке [4].

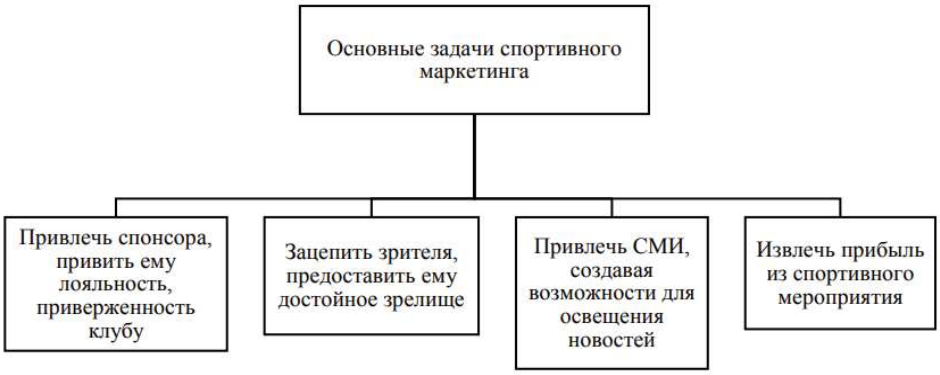


Рисунок – Основные задачи спортивного маркетинга

Спортивный маркетинг играет значительную роль в современном мире спорта и бизнеса. Он не только способствует продвижению спортивных брендов и мероприятий, но и оказывает существенное влияние на поведение потребителей. Рассмотрим подробнее основные аспекты этого влияния.

1. Эмоциональная связь. Эмоциональная связь, созданная через спортивный маркетинг, значительно повышает лояльность потребителей к бренду. Когда бренд ассоциируется с любимым видом спорта, командой или спортсменом, потребители склонны проявлять большую преданность этому бренду. Они чаще выбирают продукцию данного бренда и рекомендуют его другим, даже если на рынке есть аналогичные предложения от конкурентов. Спортивный маркетинг способствует повышению вовлеченности аудитории. Потребители активнее участвуют в маркетинговых кампаниях, связанных со спортом, будь то конкурсы, акции или мероприятия. Они охотнее делятся контентом в социальных сетях, участвуют в обсуждениях и становятся амбассадорами бренда. Это создает эффект «снежного кома», привлекая новых потребителей и усиливая влияние бренда.

2. Идентификация с командой или спортсменом. Потребители часто отождествляют себя с любимыми командами или спортсменами, что оказывает существенное влияние на их покупательские решения и повышает вероятность покупки продукции, связанной с любимой командой. Это может быть официальная атрибутика (футболки, шарфы, кепки), а также продукты и услуги, которые рекламируют или используют их любимые спортсмены. Такие покупки становятся способом выразить свою поддержку и создают чувство принадлежность к определенной группе, а это именно то, к чему стремятся многие личности. Это влияет на их социальное поведение: они чаще общаются с единомышленниками, посещают спортивные мероприятия, участвуют в фан-клубах. Такое поведение не только усиливает их связь с брендом, но и создает сообщество потребителей, что в свою очередь привлекает новых клиентов и укрепляет позиции бренда на рынке.

Спортивный маркетинг оказывает многогранное и глубокое влияние на поведение потребителей. Он затрагивает эмоциональные, социальные и практические аспекты жизни людей, формируя их предпочтения, привычки и покупательские решения.

Эффективный спортивный маркетинг побуждает потребителей покупать спортивные товары и пользоваться спортивными услугами. Это может быть спортивная одежда и обувь, фитнес-оборудование, абонементы в спортзалы или на спортивные мероприятия. Маркетинговые кампании, демонстрирующие преимущества активно-

го образа жизни, мотивируют людей инвестировать в свое здоровье и физическую форму через приобретение соответствующих продуктов и услуг.

Создавая эмоциональную связь, стимулируя идентификацию с командами и спортсменами, влияя на образ жизни, способствуя социальному взаимодействию и напрямую воздействуя на покупательские решения, спортивный маркетинг становится мощным инструментом в руках брендов. Понимание этих механизмов позволяет компаниям разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии, формировать долгосрочные отношения с потребителями и успешно конкурировать на рынке, что может привести к повышению конкурентоспособности брендов и успешному продвижению спортивных товаров и услуг.

1. Introduction to sport marketing/Aaron CT Smith and Bob Stewart. Second edition – Routledge. – 2014. – P. 3–4.

2. Колесина, К. Основные отличительные особенности спортивного маркетинга [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 11-2. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-otlichitelnye-osobennosti-sportivnogo-marketinga. – Дата доступа: 13.10.2024.

3. Беленов, О. Н., Оценка эффективности маркетинга: подходы к анализу и расчету [Электронный ресурс] / О. Н. Беленов, А. А. Бесходарный // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 38. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-marketinga-podhody-k-analizu-i-raschetu. – Дата доступа: 13.10.2024.

4. Вайман, А. Д. Использование инструментов маркетинга в спорте [Электронный ресурс] / А. Д. Вайман // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 11-1. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-instrumentov-marketinga-v-sporte. – Дата доступа: 13.10.2024.

Воеводина С.С., Турбин А.Ю.
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

СПОРТИВНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЕГИОНА В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Vojvodina S.S., Turbin A.Y.
Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism

THE SPORTS INFRASTRUCTURE OF THE REGION IN THE SYSTEM OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS DEVELOPMENT

Аннотация. В статье представлены результаты анализа состояния спортивной инфраструктуры региона (Краснодарского края), включая использование механизма государственно-частного партнерства в ее управлении, как основы достижения целей устойчивого развития физической культуры и спорта.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, спортивная инфраструктура, государственно-частное партнерство, спортивное законодательство, управление, бюджет, инвестиционные проекты.

Abstract. The article presents the results of the analysis of the state of the sports infrastructure of the region (Krasnodar Territory), including the use of the mechanism of public-private partnership in its management, as the basis for achieving the goals of sustainable development of physical culture and sports.

Keywords: physical culture and sports, sports infrastructure, public-private partnership, sports legislation, management, budget, investment projects.

Актуальность исследования обусловлена значением спортивной инфраструктуры как комплекса объектов спорта, обеспеченных необходимым оборудованием для занятия физической культурой и спортом (далее – ФКиС), системы подготовки спортивного резерва и спортсменов высокого класса. От выбора оптимальных способов управления спортивной инфраструктурой с учетом экономической целесообразности и оценки реального спроса на ФКиС зависит реализация целевых отраслевых программ социальной сферы в условиях ограниченных финансовых возможностей регионального бюджета (что касается и бюджетов муниципальных образований – далее МО).

Объект исследования – управление спортивной инфраструктурой в регионе.

Задачи исследования:

1. Анализ обеспеченности спортивной инфраструктуры в регионе – Краснодарском крае, с учетом использования экономической модели государственно-частного партнерства.

2. Разработка предложений по совершенствованию управления спортивной инфраструктурой в регионе.

Следует отметить отсутствие определения спортивной инфраструктуры на законодательном уровне, но данная дефиниция используется в целевых программах развития социальной инфраструктуры [3, 7]. Так, в программе комплексного развития социальной инфраструктуры муниципального образования город Краснодар от 21.07.2022, указано, что спортивная инфраструктура МО город Краснодар включает 1756 спортивных сооружений, из них: 4 стадиона, 533 плоскостных сооружения, 624 спортивных зала, 18 манежей, 3 объекта с искусственным льдом, 35 плавательных бассейнов, 25 сооружений для стрелковых видов спорта, 4 гребные базы и каналы, 312 других спортивных сооружений, 198 объектов городской и рекреационной инфраструктуры [5].

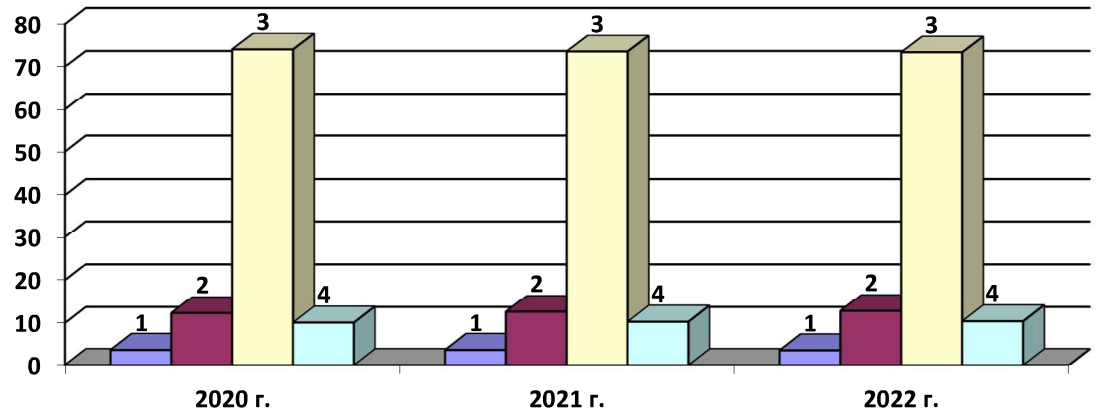
В Стратегии развития физической культуры и спорта в Краснодарском крае (распоряжение главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 18.06.2021 № 147-р) инфраструктура регионального спортивного кластера включает 112 крупных спортивных объектов (42 универсальных спортивных залов, 17 плавательных бассейнов, 8 ледовых арен, 10 спортивных центров, 12 футбольных полей с искусственным покрытием, 23 малобюджетных спортивных комплексов шаговой доступности), 618 многофункциональных спортивно-игровых площадок, из них 67 – площадки с зоной уличных тренажеров и воркаута, 23 – малые спортивные площадки тестирования выполнения нормативов ВФСК «Готов к труду и обороне» (в рамках федерального проекта «Спорт – норма жизни») [6].

Наше исследование затрагивает вопросы самоокупаемости и эффективности использования спортивных объектов (с учетом участия частных структур в данном

процессе), поскольку основная их часть составляет региональную и муниципальную собственность, что наглядно отражено на рисунке:

- спортивные сооружения федерального уровня: 2020 г. – 3,5%, 2021 г. – 3,5%, 2022 г. – 3,4%;
- региональные спортивные сооружения: 2020 г. – 12,3%, 2021 г. – 12,6%, 2022 г. – 12,8%;
- муниципальные объекты спорта: 2020 г. – 74,1%, 2021 г. – 73,6%, 2022 г. – 73,4%;
- спортивные сооружения другой формы собственности: 2020 г. – 10,1%, 2021 г. – 10,3%, 2022 г. – 10,4% [6].

В условиях ограниченности финансовых бюджетных ресурсов региона значимыми являются вопросы применения механизма объединение публичных и частных ресурсов с учетом разделения ответственности, рисков и результата при реализации спортивных проектов, т.е. государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) в строительстве, развитии и эксплуатации объектов спортивной инфраструктуры. Как показывает мировая спортивная практика указанный механизм эффективно применяется в финансировании инвестиционных проектов социальной инфраструктуры, включая спортивную, в условиях дефицита бюджетных средств. Как отмечает Бедняков А.С. «вложение 1 долл. В инфраструктуру в долгосрочной перспективе способно увеличить ВВП на 20 центов за счет повышения производительности труда. Уровень развития инфраструктуры влияет на качество инвестиционного климата в стране, рост благосостояния населения, уровень занятости, доступность социальных услуг» [1].



1 - федеральная
2 - региональная
3 - муниципальная
4 - другая

Рисунок – Динамика спортивных сооружений по формам собственности, %

В таблице представлена информация об отраслевом и региональном (Краснодарский край) использовании ГЧП в области ФКиС, что указывает на недостаточность его применения в отрасли [2].

Таблица – Использование ГЧП в области ФКиС

Позиции	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Количество проектов, шт.	79	97	92
Сумма капитальных затрат, млрд. руб.	3888	1846	1173
Средняя сумма крупного проекта, млрд. руб.	49	19	13
Доля проектов в ФКиС в общем количество проектов, %	1	2	4
Доля проектов в ФКиС в объеме инвестиций, %	1	1	1
Краснодарский край			
Доля проектов в ФКиС в общем количество проектов, %	3	2	1
Доля проектов в ФКиС в объеме инвестиций, %	5	7	1

При положительной динамике загруженности и мощности спортивных сооружений, в среднем, 23 % предназначены для спортивной подготовки и проведения спортивных соревнований, 35,7% – размещены в сельской местности (данные за анализируемый период 2020 – 2022 гг.), 1% – находится в аварийном состоянии [4].

Алгоритм обеспеченности спортивными объектами в регионе включает учет таких критериев как территориальная доступность объектов для населения; состояние действующих; уровень доступности услуг ФКиС; особенности территории (транспортной инфраструктуры) и перспективы ее развития; тенденции демографической ситуации, бюджетные финансовые возможности.

Меры государственной поддержки инвесторов спортивных проектов предусмотрены краевым законодательством (освобождение от уплаты налога на имущество организаций в отношении объекта концессионного соглашения в размере 99 % исчисленного к уплате налога на срок действия соглашения, но не более 10 лет).

В рейтинге российских регионов по показателю «уровень обеспеченности спортивными объектами» край занимал в 2021 г. 46 место (60,7%) , 2022 г. – 44 место (62%).

Приоритетные направления спортивного строительства – малобюджетные спортивные залы, центры единоборств, муниципальные спортивно-игровые площадки с зоной воркаут, «умные площадки» и модульные залы (в рамках проектов «Спорт – норма жизни» и «Бизнес-спринт. Я выбираю спорт»), что является положительным решением задачи повышения уровня обеспеченности спортивными объектами в сельской местности и приведение в нормативное состояние спортивной инфраструктуры краевой и муниципальной собственности.

Необходимость экономии бюджетных средств, изменения в законодательстве в части ограничения бюджетного участия в проектах повлияли на приоритетность выбора коммерческих проектов – спортивные, туристические объекты. В рамках государственных программ и с учетом средств инвесторов в регионе построено 6 спортивных объектов для занятия водными видами спорта (Краснодар – Дворец водных видов спорта, Дворец самбо, Приморско-Ахтарский район, Абинск – плавательный бассейн, Темрюк – водно-спортивная база, Новороссийск – многофункциональный водный центр «Посейдон») [4].

В современных условиях используется комплексный подход к развитию спортивной инфраструктуры в аспекте ее создания, модернизации и управлению с уче-

том показателя «социально-экономическая эффективность проектов» (социальная нагрузка + экономическая эффективность):

- строительство небольших многофункциональных спортивных комплексов, малобюджетных спортивных залов, стадионов – трансформеров с возможностью их использования для любого мероприятия и времени года (при максимальной загрузке) – 100 – 200 мероприятий в год, включая концерты, спортивные и культурные мероприятия (поскольку спортивные комплексы для одного вида спорта менее прибыльны, чем универсальные)

- включение в состав спортивного проекта сопутствующей инфраструктуры с целью сокращения срока окупаемости (до 10-15 лет) – гостиница, паркинг, развлекательный центр;

- фитнес-центры, бассейны, медицинские реабилитационные центры – наиболее прибыльные составляющие в физкультурно-спортивных комплексах.

Одним из основных направлений развития региональной спортивной инфраструктуры краевой отраслевой стратегией предусмотрено обеспечение условий реализации ГЧП в управлении (эксплуатации и строительстве) спортивных объектов.

Вместе с тем, следует отметить недостаточность применения ГЧП в отраслевой спортивной практике, несмотря на значительный период его развития, наличие нормативно-правовой и научно-исследовательской базы – более 160 диссертационных работ за последние 10 лет.

Выводы по результатам исследования:

1 Спортивная инфраструктура – комплекс спортивных объектов, обеспечивающих поступательное развитие ФКиС и достижение индикаторов государственной отраслевой стратегии.

2 Управление спортивной инфраструктурой в регионе осуществляется с учетом программно-целевого метода, стратегии социально-экономического развития, ограниченности бюджетных финансовых ресурсов.

3 Кластерная форма развития ФКиС предполагает сотрудничество государства и бизнес-структур в вопросах эффективного управления спортивной инфраструктурой с учетом механизма государственно-частного партнерства, предполагающего разделение финансовых рисков и ответственности в реализации спортивных проектов.

1. Бедняков, А. С. Государственно-частное партнерство: мировой опыт и правовое регулирование в Российской Федерации / А. С. Бедняков. – М.: Издательский Дом «Библио-Глобус», 2017. – 150 с.

2. ГЧА в спорте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosinfra.ru/spec/gcp-v-sporte. – Дата доступа: 12.05.2024.

3. Гетман, Е. П. Организационно-управленческие и правовые подходы в области спорта и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар: КГУФКСТ, 2022. – 104 с.

4. Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Краснодарском крае на период до 2030 года: распоряжение главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 18 июня 2021 г. № 147-р. – Официальный сайт администрации Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admkrai.krasnodar.ru. – Дата доступа: 09.10.2024.

5. Спортивный вестник министерства физической культуры и спорта Краснодарского края 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kubansport.krasnodar.ru/news/doklady-i-vystupleniya/282210. – Дата доступа: 21.09.2024.

6. Статистическая информация. Министерство спорта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minsport.gov.ru/activity/statisticheskaya-informacziya. – Дата доступа: 12.10.2024.

7. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 06.03.2022) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. В силу с 01.06.2022) // Консультант Плюс. Законодательство. Версия Проф [Электронный ресурс] /АО «Консультант Плюс». – М., 2024.

Гёзалян А.Г.
Университет Традиционной Медицины, Республика Армения, Ереван

СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК НЕОБХОДИМАЯ СПЕЦИАЛЬНОСТЬ В АРМЕНИИ

Gyozalyan A.
University of Traditional Medicine, Republic of Armenia, Yerevan

SPORTS MANAGEMENT AS A NECESSARY SPECIALTY IN ARMENIA

Аннотация. В работе дан анализ результатов исследования процесса управления спортивных организаций стран СНГ и социологических опросов. Все это выявило необходимость открытия специальности «Спортивный менеджмент» в Армянском государственном институте физической культуры.

Ключевые слова: спортивные организации, спортивный менеджмент, спортивный менеджер.

Abstract. The studies of management activity of sports organizations of CIS countries and analysis of survey results allowed substantiating the introduction of sports management specialty at the Armenian State Institute of Physical Culture.

Keywords: sports organizations, sports management, sports manager.

Перестройка системы экономической и социальной сфер с учетом рыночных отношений сказывается на положении и деятельности физкультурно-спортивных организаций. Действуя в условиях смешанной экономики и либерализации социальных отношений, физкультурно-спортивные организации заинтересованы в формировании у себя такой системы менеджмента, которая обеспечивает высокую эффективность деятельности, возможность развития, устойчивое положение на рынке [1].

Спортивный менеджмент представляет собой самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленной на достижение целей физкультурно-спортивной организации, действующей в рыночных условиях [2].

Цель данной работы – проанализировать и обосновать потребность спортивного менеджера в спортивных организациях Армении.

Физическая культура и спорт функционируют в Республике Армения в форме физкультурных и спортивных организаций. Это прежде всего федерации, спортивные школы и клубы профессионального спорта.

В целом в Армении деятельностью физической культуры и спорта сейчас занимаются около 174 различных организаций физкультурно-спортивной направленности [4].

В отличие от предыдущих лет в 2023–2024 годах значительно увеличилось финансирование спорта и спортивных организаций, действующих в Армении [5].

Для достижения этой цели нами был осуществлен ряд мероприятий, в частности:

анализ менеджмента спортивных организаций ряда стран СНГ (в основном, Российская Федерация, Республики Беларусь, Грузия и Кыргызстан);

сравнительный анализ полученных результатов;

определение эффективности менеджмента управления физкультурно-спортивными организациями в условиях рыночной экономики;

выявление потребности в спортивных менеджерах.

Анализ полученных результатов показал, что в перечисленных странах менеджмент спортивных организаций ведется только руководителем организации.

Сравнительный анализ показал, что только в России и Беларуси с помощью больших финансовых средств, которые выделяются из госбюджета, возможно без каких-либо трудностей преодолеть все препятствия к достижению целей физкультурно-спортивной организации, действующей в рыночных условиях.

Сравнение с менеджментом физкультурно-спортивных организаций Армении показало, что на данный момент финансирование из госбюджета недостаточное, и этой проблеме необходимо найти научное решение.

Самостоятельность физкультурно-спортивной организации в условиях рынка требует серьезные финансовые средства и целенаправленный менеджмент. Для этого физкультурно-спортивным организациям нужны высококвалифицированные спортивные менеджеры.

Современный менеджер – это человек, владеющий наукой управления, разбирающийся в его особенностях, а также в специфике маркетинга, экономики, инновациях, управления персоналом.

Для системы физической культуры и спорта подготовка бакалавров, владеющих знаниями менеджмента, имеет первостепенное значение, поскольку обязательным и постоянным элементом их деятельности является организация и проведение соревнований и физкультурно-спортивных мероприятий, управление учебно-тренировочным процессом подготовки спортсменов. В последние годы важным разделом работы специалистов сферы физической культуры и спорта стало оказание разнообразных оздоровительных услуг, предоставляемых, как правило, на коммерческой основе в условиях конкуренции с аналогичными организациями. Чтобы успешно действовать в современных условиях, от них требуется знание спортивного менеджмента, различные аспекты которого раскрываются в учебных пособиях [3].

Анализируя и обобщая данные результатов соцопроса, проведенного нами среди руководителей спортивных организаций и клубов, дали нам основания в 2016–2017 учебном году подать заявку в Министерство образования и науки Армении на от-

крытие на базе Армянского государственного института физической культуры специальности «Спортивный менеджмент» [6].

Большинство первых выпускников 2018 года были сразу приняты на работу в спортивные организации, в основном федерации.

Выводы. На основании проведенного исследования и изучения потребностей мирового рынка труда можно сделать вывод о высоком спросе на специалистов в области спортивного менеджмента. В Армении эта тенденция также наблюдается. В результате чего желание овладеть этой профессией выразили представители практически всех государственных и общественных организации.

1. Перевезин, И. И. Искусство спортивного менеджмента / И. И. Перевезин. –М., 2004. – 416 с.
2. Алексеев, С. В., Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий: учебник / С. В. Алексеев. – М., 2014. – 687 с.
3. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А. В. Починкин. – Спорт, 2016. – 278 с.
4. Статистический комитет Республики Армения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://armstat.am/ru/?nid=82&year=2022.
5. Министерство финансов Республики Армения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.am/hy/page/petakan_byuje_2024t/.
6. Спортивный менеджмент и социальные науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://old.sportedu.am/index.php?lng=ru&page=department/management-social.

Иванова И.В., Лебедь А.А.
Белорусский государственный университет

РОЛЬ СПОРТИВНОГО ПРАВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ivanova I.V., Lebed A.A.
Belarusian State University

THE ROLE OF SPORTS LAW IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. В статье рассматриваются теоретический и законодательный аспекты спортивного права в Республике Беларусь, выявляются основные проблемы и перспективы правового регулирования в сфере спорта.

Ключевые слова: спортивное право, спортивные организации, нормативно-правовая база, спортивные федерации, правовой статус спортсменов.

Abstract. The article examines the theoretical and legislative aspects of sports law in the Republic of Belarus, identifies the main problems and prospects of legal regulation in the field of sports.

Keywords: sports law, sports organizations, regulatory framework, sports federations, legal status of athletes.

Введение. Спортивное право в Беларуси представляет собой динамично развивающуюся отрасль, которая охватывает широкий спектр правовых вопросов, связанных с организацией и проведением спортивных мероприятий, защитой прав спортсменов, регулированием деятельности спортивных организаций и противодействием допингу. В последние годы в стране наблюдается рост интереса к спортивному праву, что обусловлено как увеличением числа спортивных событий, так и необходимостью совершенствования нормативной правовой базы в этой сфере.

Спортивное право Беларуси включает в себя рассмотрение ключевых аспектов правового регулирования спорта, таких как правовой статус спортивных федераций, клубов и ассоциаций, вопросы лицензирования и сертификации спортивных объектов, а также механизмы разрешения споров в спорте. Особое внимание уделяется международному сотрудничеству и интеграции национального законодательства с международными стандартами, что способствует повышению уровня правовой защиты участников спортивных правоотношений.

Таким образом, спортивное право в Беларуси является важным инструментом для обеспечения справедливости и прозрачности в спортивной сфере, а также для создания благоприятных условий для развития спорта в стране.

Цель данной статьи – рассмотреть теоретический и законодательный аспекты спортивного права в Республике Беларусь, выявить основные проблемы и перспективы правового регулирования в сфере спорта.

Задачи:

Изучить законодательную базу: Рассмотреть основные нормативные акты, регулирующие спортивное право в Беларуси.

Анализировать практику применения: Исследовать примеры применения спортивного права на практике, включая судебные решения и административные процедуры.

Выявить проблемы: Определить основные проблемы и недостатки в правовом регулировании спортивной деятельности.

Актуальность исследования обусловлена растущей значимостью спорта в современном обществе и необходимостью обеспечения правовой защиты всех участников спортивных отношений. В условиях глобализации и интеграции международных спортивных стандартов, Беларусь сталкивается с вызовами, требующими адаптации национального законодательства к новым реалиям. Кроме того, вопросы допинга, спортивных споров и прав спортсменов требуют особого внимания для обеспечения справедливости и прозрачности в спортивной сфере.

Спортивное право – это специализированная комплексная отрасль права, представляющая собой систему взаимосвязанных правовых норм, которые регулируют физкультурно-спортивную деятельность. Оно охватывает различные аспекты, такие как правовой статус спортсменов и спортивных организаций, трудовые отношения, налогообложение, а также административные и уголовные нормы, связанные с физической культурой и спортом.

История спортивного права в Беларуси началась с принятия Закона Республики Беларусь «О физической культуре и спорте» от 18 июня 1993 года. Этот закон определяет правовые и экономические основы деятельности в сфере физической культуры и спорта, направленные на создание условий для развития физкультурно-

оздоровительной и спортивно-массовой работы, а также для проведения спортивных мероприятий и участия белорусских спортсменов в международных соревнованиях.

С тех пор законодательство в этой области продолжает совершенствоваться. Важным этапом стало создание Белорусского республиканского союза юристов, который стал официальным членом Международной ассоциации спортивного права (IASL). Это позволило Беларуси активнее участвовать в международных правовых дискуссиях и обмениваться опытом с другими странами.

Также стоит отметить, что в Беларуси активно развивается нормативная база в сфере спорта, включая вопросы антидопинговой политики, правового регулирования спортивных трансферов и контрактной дисциплины в спорте

Функции спортивного права

Спортивное право в Беларуси охватывает широкий спектр вопросов, связанных с правовым регулированием спорта. Оно включает в себя:

Организация и проведение соревнований: Правила и нормы, регулирующие проведение спортивных мероприятий, включая лицензирование и сертификацию спортивных объектов.

Деятельность спортивных организаций: Правовой статус и функции различных спортивных организаций, таких как Национальный олимпийский комитет, федерации по видам спорта и специализированные учебно-спортивные учреждения.

Разрешение споров: Механизмы разрешения конфликтов в спорте, включая спортивный арбитраж и антидопинговое регулирование.

Права спортсменов: Защита прав спортсменов, включая вопросы трудовых отношений, контрактов и социальной защиты.

Виды спортивного права

В Беларуси спортивное право охватывает различные аспекты, регулируемые законодательством и специализированными кодексами. Вот некоторые ключевые виды спортивного права в Беларуси:

Профессиональный спорт: Включает правовые нормы, регулирующие деятельность профессиональных спортсменов, тренеров и спортивных организаций. Это касается договоров о спортивной деятельности, вознаграждений и условий подготовки к соревнованиям.

Антидопинговое законодательство: Регулирует меры по борьбе с допингом в спорте, включая правила тестирования, санкции за нарушения и деятельность Национального антидопингового агентства.

Спортивные соревнования: Правила организации и проведения спортивных мероприятий, включая официальные соревнования, чемпионаты и турниры. Это также включает аккредитацию спортивных судей и организаторов.

Права спортсменов с ограниченными возможностями: Законодательство, направленное на поддержку и развитие адаптивного спорта, паралимпийского и дефлимпийского движений.

Международное спортивное право: Вопросы, связанные с участием белорусских спортсменов в международных соревнованиях, соблюдение международных спортивных норм и разрешение споров в международных спортивных судах.

Правовая база спортивного права в Беларуси

Основными нормативными актами, регулирующими спортивное право в Беларуси, являются:

Закон Республики Беларусь “О физической культуре и спорте”. Этот закон определяет правовые и организационные основы деятельности в сфере физической культуры и спорта, направлен на создание условий для развития физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы.

Проект Спортивного кодекса Республики Беларусь. Этот проект включает основные положения и термины, используемые в спортивном праве, а также регулирует различные аспекты спортивной деятельности, такие как аккредитация, виды спорта, профессиональный спорт и спортивные соревнования.

Конституция Республики Беларусь. В статье 2 указано, что законы о спорте и физической подготовке формируются в соответствии с Конституцией страны.

Правовые акты, регулирующие деятельность Национального олимпийского комитета, Паралимпийского комитета и других спортивных организаций. Эти акты определяют правовой статус и функции различных спортивных организаций в Беларуси.

Также правовые и юридические аспекты изучаются с помощью теории спортивного права, которые представляют собой правовые аспекты, связанные со спортом и физической культурой. Это относительно новая и развивающаяся область права, которая включает в себя регулирование спортивных отношений, прав и обязанностей спортсменов, тренеров, спортивных организаций и других участников спортивной деятельности.

Основные аспекты теории спортивного права включают:

1. **Предмет и метод**: Определение того, что именно регулируется спортивным правом и какими методами.

2. **Система**: Структура и организация спортивного права как самостоятельной отрасли.

3. **Принципы**: Основные принципы, на которых базируется спортивное право, такие как справедливость, равенство и защита прав участников.

4. **Источники**: Законы, нормативные акты и другие документы, которые составляют правовую базу спортивного права.

5. **Правоотношения**: Взаимоотношения между различными субъектами спортивного права, включая спортсменов, тренеров, спортивные федерации и государственные органы.

Практическая реализация спортивного права в Республике Беларусь

В Беларуси спортивное право применяется в различных контекстах, включая судебные решения и административные процедуры. Вот несколько примеров:

Административные акты спортивных федераций:

Спортивные федерации в Беларуси принимают административные решения, касающиеся правил различных видов спорта, критериев допуска к соревнованиям и других предписаний. Эти решения могут быть обжалованы в судебном порядке, если они нарушают права спортсменов или клубов.

Судебные решения по спортивным спорам:

В практике Спортивного арбитражного суда (CAS) встречаются случаи, когда белорусские спортсмены или клубы обращаются за разрешением споров. Например,

споры о манипулировании результатами соревнований или дисциплинарные дела могут быть рассмотрены CAS.

Принцип справедливости:

Важным аспектом спортивного права является обеспечение справедливого разрешения споров. Это включает в себя право на обжалование решений спортивных федераций и организаций, а также соблюдение процедурных гарантий, таких как уведомление о возбуждении дисциплинарного производства и право на защиту.

Спортивное право – это относительно новая и развивающаяся отрасль права, которая сталкивается с рядом проблем и имеет значительные перспективы для развития. Вот некоторые из ключевых аспектов:

Проблемы:

Отсутствие единого законодательства: В разных странах и даже в разных регионах одной страны могут действовать различные нормы и правила, что затрудняет унификацию и систематизацию спортивного права1.

Коммерциализация спорта: Возрастающая коммерциализация спорта приводит к конфликтам интересов и необходимости более строгого регулирования финансовых аспектов.

Допинг и этика: Борьба с допингом и обеспечение этических стандартов в спорте остаются серьезными вызовами.

Политизация спорта: Вмешательство политических факторов в спортивные мероприятия и организации может негативно сказываться на их независимости и справедливости.

Перспективы:

Систематизация и кодификация законодательства: Создание единого свода законов и правил, регулирующих спортивные отношения, может значительно упростить правоприменение и повысить юридическую определенность.

Развитие международного сотрудничества: Укрепление международных связей и сотрудничества в области спортивного права поможет в борьбе с допингом, коррупцией и другими глобальными проблемами.

Защита прав спортсменов: Усиление правовой защиты спортсменов, включая их трудовые права, социальные гарантии и медицинское обеспечение.

Технологические инновации: Внедрение новых технологий в спортивное право, таких как системы видеоповторов и электронные системы контроля, может повысить прозрачность и справедливость спортивных соревнований.

Реализация спортивного права в высших учебных заведениях Республики Беларусь:

Спортивное право также играет важную роль в организации и проведении уроков физкультуры, помогая как студентам, так и преподавателям. Вот несколько ключевых аспектов.

Безопасность и здоровье: Спортивное право устанавливает стандарты безопасности, которые должны соблюдаться на уроках физкультуры. Это включает в себя требования к оборудованию, условиям проведения занятий и медицинскому обслуживанию. Это помогает предотвратить травмы и обеспечить здоровье студентов.

Права и обязанности: Спортивное право определяет права и обязанности как студентов, так и преподавателей. Это включает в себя право на безопасные усло-

вия занятий, право на участие в спортивных мероприятиях и обязанность соблюдать правила и нормы поведения.

Антидопинговая политика: Спортивное право включает в себя антидопинговые правила, которые помогают поддерживать честную конкуренцию и предотвращать использование запрещенных веществ.

Инклюзия и равенство: Спортивное право способствует инклюзии и равенству, обеспечивая доступ к физкультуре для всех студентов, независимо от их физических возможностей или других факторов4.

Конфликтные ситуации: Спортивное право помогает разрешать конфликтные ситуации, которые могут возникнуть на уроках физкультуры, будь то споры между студентами или между студентами и преподавателями.

Эти аспекты помогают создать безопасную и справедливую среду для занятий физкультурой, что способствует улучшению физического и эмоционального состояния студентов.

Заключение:

Спортивное право в Республике Беларусь продолжает развиваться, отражая современные тенденции и потребности общества. Важнейшими аспектами остаются защита прав спортсменов, борьба с допингом, урегулирование споров и совершенствование нормативной базы. В условиях глобализации и интеграции в международное спортивное сообщество, Беларусь активно внедряет передовые практики и стандарты, что способствует повышению уровня правовой культуры в спорте. Важно продолжать работу над совершенствованием законодательства и практики его применения, чтобы обеспечить справедливость и прозрачность в спортивной сфере, а также защиту интересов всех участников спортивных правоотношений.

1. Закон Республики Беларусь от 4 января 2014 г. № 125-З “О физической культуре и спорте”. Принят Палатой представителей 5 декабря 2013 года. Одобрен Советом Республики 19 декабря 2013 года. Изменения и дополнения: Закон Республики Беларусь от 9 января 2018 г. № 92-З; Закон Республики Беларусь от 19 июля 2022 г. № 200-З.

2. Источники национального спортивного права Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/istochniki-natsionalnogo-sportivnogo-prava-respubliki-belarus.

3. Спортивное право Республики Беларусь : учеб. пособие /. В.С. Каменков [и др.] ; под ред. В. С. Каменкова. – Минск : Четыре четверти, 2019. – 422 с.

4. Проект Спортивного кодекса Республики Беларусь. Минск: Верховный Суд Республики Беларусь, 2013.

5. Сборник Спорт и право. – Минск: Национальный олимпийский комитет Республики Беларусь, 2019.

Игнатович Д.В., Сковорода Е.В.
Белорусский государственный университет физической культуры

ВНЕБЮДЖЕТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ihnatovitch Dz., Skvoroda E.
Belarusian State University of Physical Culture

OFF-BUDGETARY ACTIVITIES OF STATE SPORTS CLUBS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. В статье отражено значение внебюджетной деятельности бюджетных организаций в спорте на примере футбольных клубов Беларуси. Приведены основные нормативные правовые и организационно-правовые акты, регулирующие вопросы дополнительного дохода. Описаны предложения по активизации внебюджетной деятельности и перечислены примеры из практики в настоящее время. В статье также отражены цели и возможности применения дохода из внебюджетной работы клубов.

Ключевые слова: внебюджетная деятельность; доход бюджетной организации; источник дохода; футбол Беларуси; футбольный клуб.

Abstract. The article reflects the importance of extra-budgetary activities of budgetary organizations in sports on the example of football clubs in Belarus. The main normative legal and organizational legal acts regulating the issues of additional income are presented. The proposals for the activation of extra-budgetary activities are described and examples from current practice are listed. The article also reflects the goals and possibilities of applying income from the extra-budgetary work of clubs.

Keywords: off-budgetary activity; income of a budgetary organization; source of income; football in Belarus; football club.

Государственная политика Республики Беларусь в области спорта и туризма выстроена с учетом обеспечения комфортных условий для развития спортивных организаций и объектов, принимаются различные программы, осуществляются мероприятия по поддержке данной сферы.

Футбол в Беларуси играет ключевую роль в структуре спорта страны, являясь не только одним из самых популярных видов спорта, но и важным социальным явлением. Во-первых, он способствует развитию физической активности среди молодежи, формируя культуру здорового образа жизни. Футбол привлекает внимание тысяч зрителей, что создает базу для развития спортивной инфраструктуры, включая стадионы, тренировочные базы, спортивные залы на их основе, тем самым привлекая доходы в футбольную организацию.

Футбол становится платформой для социальных инициатив, направленных на развитие общества, здоровья и активного образа жизни. Клубы проводят благотворительные матчи и акции, что делает их частью местного сообщества. Этот вид спорта

в Беларуси активно развивается, охватывая все слои общества. В стране популярны как профессиональные, так и любительские лиги.

Для качественного развития организации необходимы материальные средства, чаще всего государственные клубы получают их из бюджета, однако согласно Государственной программе «Физическая культура и спорт» на 2021–2025 годы» [3], принятой Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 г. № 54 и Концепции развития футбола в Республике Беларусь до 2028 года от 16 августа 2021 г. Футбольным клубам и академиям рекомендовано активизировать работу по внебюджетной деятельности [1].

Согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2013 г. № 641 «О внебюджетных средствах бюджетных организаций», бюджетные средства формируются по каждому источнику дохода, образованному в процессе осуществления предпринимательской деятельности и иной приносящей доходы деятельности [2].

Доходами от иной приносящей доходы деятельности являются доходы, полученные:

– от операций по сдаче в аренду оборудования, транспортных средств, капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, машиномест, их частей, находящихся в республиканской и (или) коммунальной собственности и переданных в оперативное управление бюджетной организации;

– от операций по сдаче вторичных материальных ресурсов, в том числе драгоценных металлов;

– в виде процентов за пользование временно свободными денежными средствами, находящимися на текущем (расчетном) счете по учету внебюджетных средств;

– в виде процентов по вкладу (депозиту) в размерах, определяемых договором банковского вклада (депозита);

– от реализации изделий, работ, услуг при осуществлении бюджетной организацией возложенных на нее в соответствии с законодательством функций некоммерческого характера;

– в виде неустойки (штрафа, пени), суммы, полученной в результате применения иных мер ответственности за нарушение договорных обязательств, в том числе в результате возмещения убытков, при осуществлении предпринимательской деятельности;

– в виде дохода по облигациям.

Также к таким доходам относят иные непосредственно не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности доходы, полученные бюджетной организацией при осуществлении деятельности в соответствии с законодательством [2].

Стоит учесть, что внебюджетные средства, получаемые бюджетными организациями при осуществлении приносящей доходы деятельности, отражаются в смете доходов и расходов внебюджетных средств бюджетных организаций на соответствующий финансовый год (далее – смета) и отчетности по ним в разрезе источников доходов (подразделов доходов, установленных в классификации доходов бюджета, утверждаемой Министерством финансов) [2].

В качестве предложения по активизации внебюджетной деятельности можно рассмотреть следующие мероприятия:

1. Развитие академии и молодежной программы: Инвестирование в развитие молодежной футбольной академии и продажа молодых талантов в другие клубы может быть прибыльным источником дохода.

2. Привлечение арендаторов не только для занятия спотом, используя инфраструктуру клуба, но и для проведения мероприятий и других видов услуг.

3. Мерчендайзинг – разработка собственной атрибутики и ее продажа.

4. Эффективная работа с игроками и их агентами для получения максимальной выгоды от аренды или продажи спортсмена.

5. Привлечение инвесторов, которое возможно как при исполнении перечисленных мероприятий, так и при успешном выступлении команд клуба.

6. Поиск партнеров и спонсоров для клуба может привести к дополнительному доходу. Это может включать в себя соглашения о рекламе, логотипе на форме и другие виды сотрудничества.

7. Проведение турниров, матчей благотворительности, фестивалей и других мероприятий может принести дополнительные деньги и привлечь новых болельщиков.

8. Эффективное использование онлайн-платформ для продажи билетов, контента для фанатов, стриминга матчей и других цифровых возможностей может помочь увеличить доход клуба.

9. Развитие туристического направления: Привлечение туристов на матчи и создание туристических пакетов вокруг игр и мероприятий клуба может приносить дополнительный доход.

В качестве примеров мероприятий по внебюджетной деятельности в белорусском футболе можно привести партнерство футбольный клуб (далее – ФК) «Белшина» Бобруйск и ОАО «Бабушкина крынка», где футбольный клуб предоставляет рекламные услуги, получая в ответ финансовую поддержку и обеспечение молочной продукцией для команды.

ФК «Энергетик-БГУ» представляет свою инфраструктуру в аренду частным и юридическим лицам для проведения тренировок, матчей и иных мероприятий, таким образом также зарабатывая дополнительный доход.

Значительная часть внебюджетной деятельности футбольных клубов приходится на трансферные процессы: каждый сезон команды отправляют в аренду либо заключают сделку продажи своих игроков, например, в сезоне 2012/2013 ФК «БАТЭ» заработал 3,5 млн евро на продаже Р.Брессана в ФК «Алания» [4], а в сезоне 2022/2023 солигорский ФК «Шахтер» обеспечил трансфер Д. Дарбо в ФК «Аль-Наср» в Объединенные Арабские Эмираты [4].

На цену футболиста влияет множество факторов – статистика, игровые и физические данные, рейтинг клуба, позиция, маркетинговые данные, уровень лиги и национальной сборной, в которых выступает игрок, также определенное влияние имеет и общая обстановка в мире, так, во время пандемии COVID-19 рыночная стоимость большинства спортсменов по всему миру снизилась на несколько процентов.

Дополнительные источники дохода помогают клубу быть менее зависимым от бюджетных средств и обеспечивать финансовую стабильность. Эти средства могут быть использованы для улучшения инфраструктуры, тренировочных баз, молодежных академий и других аспектов, способствующих развитию клуба [1].

Стоит также отметить, что развитие внебюджетной деятельности позитивно сказывается на конкурентоспособности клуба: чем больше ресурсов у организации, тем больше возможностей для привлечения талантливых игроков, тренеров и улучшения качества команды. Внебюджетная деятельность позволяет организовывать дополнительные мероприятия, акции и улучшать условия для зрителей, что способствует привлечению новых болельщиков, укреплению бренда и привлечению внимания СМИ.

Разнообразие источников дохода снижает риски, связанные с возможными экономическими колебаниями или изменениями в спортивной среде, что диверсифицирует доходы. Затем клубы могут использовать внебюджетные средства для реализации социальных программ и благотворительных инициатив, что улучшает их имидж и связь с сообществом.

Таким образом, внебюджетная деятельность является важным инструментом для обеспечения роста и устойчивости футбольного клуба.

1. Ассоциация «Белорусская федерация футбола» [Электронный ресурс] // Документы / Программа развития футбола в Республике Беларусь до 2028 года. – Режим доступа: https://abff.by/uploads/images/files/611a224a3dc2c425896076.pdf. – Дата доступа: 08.10.2024.

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2013 г. № 641 «О внебюджетных средствах бюджетных организаций».

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 г. № 54 О Государственной программе «Физическая культура и спорт» на 2021–2025 годы.

4. Transfermarkt Company Projects [Электронный ресурс] / Transfermarkt – рыночная стоимость трансферов. – Режим доступа: https://www.transfermarkt.world. – Дата доступа: 09.10.2024.

Каган О.Ф.
Белорусский государственный университет физической культуры

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ФКИС

Kagan O.
Belarusian State University of Physical Culture

DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF A SPORTS ORGANIZATION

Аннотация. Статья посвящена возможностям использования цифровых технологий в деятельности спортивной организации, рассмотрены понятия цифровизации и цифровой трансформации и их применение в индустрии спорта

Ключевые слова: цифровизация спорта; цифровая трансформация; автоматизация бизнеса; организация ФКиС

Abstract. The article is devoted to the possibilities of using digital technologies in the activities of a sports organization, the concepts of digitalization and digital transformation and their application in the sports industry are considered
Keywords: digitalization of sports; digital transformation; business automation; sport organization

В последние годы спортивная индустрия стала свидетелем значительной трансформации из-за быстрого развития цифровых технологий. Эти новые цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, виртуальная реальность, носимые устройства и блокчейн, имеют потенциал для революционных изменений в различных аспектах [1].

Спортивная индустрия – это широкомасштабный бизнес, на долю которого приходится 1,5–2 % мирового ВВП. Бизнес-экосистема включает в себя различные заинтересованные стороны, такие как спортивные объекты (то есть лиги, федерации, клубы и спортсмены), спонсоры, вещатели, государственный сектор, инвесторы и агентства (помимо прочих), которые способствуют постоянному росту отрасли.

Цифровые технологии позволяют трансформироваться предприятиям во всех отраслях экономики. Спортивная индустрия в наше время переживает серьезные потрясения, а грамотное внедрение передовых цифровых технологий открывают огромные возможности для интенсивного развития спортивных организаций, существенным образом улучшая качество обслуживания клиентов, внутренние процессы, все показатели деятельности [1].

Цифровая трансформация повлияла на спортивную индустрию на всех фронтах, причем наибольшую долю составили СМИ, клубы и спортивные организации. Спортивные предприятия, проходящие цифровую трансформацию, должны продумать, какие цифровые возможности им нужны и как их эффективно использовать для изменения трех организационных краеугольных камней – людей, процессов и технологий [1]. Различные типы и размеры организаций ФКиС диктуют разные проблемы, но все они имеют одну и ту же суть, которая заключается в повышении своей конкурентоспособности посредством цифровой трансформации, чтобы выжить и процветать.

Например, для крупных организаций необходимо сбалансировать цифровые технологии с сохранением традиций, интегрируя самые современные инновации и аналитику для достижения наилучших результатов. Что касается небольших спортивных организаций, им необходимо сосредоточить свою энергию и финансовые ресурсы на одном аспекте, например, на цифровом маркетинге и т. д. Выделение в одном аспекте может позволить небольшим спортивным организациям занять свое собственное место на рынке.

Изменения, вызванные цифровизацией спортивных организаций, носят многогранный характер. Во-первых, цифровые средства позволяют интегрировать различные процессы (регистрация игроков, рейтинговые списки, управление турнирами (одиночные и сезонные), включая регистрацию результатов) и синхронизировать коммуникацию посредством веб-сайтов, мобильных приложений. Во-вторых, цифровизация расширяет экосистему спортивных организаций. Так, в качестве новых групп стейкхолдеров в спортивной индустрии выделяют поставщиков программного обеспечения и поставщиков данных. В-третьих, растущая цифровизация также

подразумевает, что администрация (управление) спортом может поддерживаться цифровыми технологиями за счет исключения ручных процессов и создания доступа к игре в реальном времени, результатам, а также к архивным данным. В-четвертых, цифровые технологии предоставляют спортивным организациям новые возможности взаимодействия как со своей командой, а также с другими группами заинтересованных сторон, такие как спонсоры и фанаты. В-пятых, все более широко используется бизнес-аналитика и аналитические инструменты в спортивной индустрии.

Исходя из этого, цифровизация может помочь организации в различных областях:

- управление инфраструктурой и безопасностью,
- поиск талантов,
- управление командой,
- спонсорство и управление поставщиками.

Суть цифровизации применительно к отдельно взятому предприятию (организации) состоит в последовательном улучшении организации всех бизнес-процессов на основе увеличения скорости информационного взаимообмена, доступности и защищенности информации, а также на возрастании роли автоматизации в сфере управления. Цифровизация позволяет обеспечить своевременность и клиентоориентированность результата деятельности (производимых товаров и/или услуг). Поскольку целью цифровизации является повышение качества управленческих решений, то и сам процесс цифровизации охватывает систему управления предприятием (организацией), включающую руководство, владельцев бизнес-процессов и используемый цифровой актив [2].

Система поиска талантов также претерпела революционные изменения. Наличие огромного количества статистических данных, полученных с помощью различных датчиков, носимых устройств и аналитических инструментов, приводит к тому, что разведка и набор игроков все больше зависят от данных, а не от интуиции и глаз.

Особую роль в деятельности организации приобретают цифровые маркетинговые инструменты, использующие обсуждение новостной информации, обмен мнениями и эмоциями, демонстрацию фото и видео материалов по результатам спортивных мероприятий, опросы болельщиков, зрителей, фанатов для продвижения услуг спортивных мероприятий, оценки их эффективности для спонсоров, благотворительных акций.

Цифровая аналитика позволяет лучше понять, что волнует фанатов, предоставляя спонсорам понимание того, какие типы рекламы и модели взаимодействия подходят для отдельной аудитории. Цифровые инструменты могут также предоставить спонсорам больше информации о фанатах, чтобы они могли адаптировать время, контент и доставку сообщений для большей эффективности [1].

Таким образом, можно выделить следующие конкретные направления использования цифровых технологий в деятельности организации ФКиС:

- автоматизация внутренних процессов организации;
- цифровой маркетинг и системы взаимодействия с болельщиками;
- цифровая аналитика с использованием систем искусственного интеллекта и Big Data;
- специфические системы для организации тренировочного процесса и проведения соревнований.

Переход к постиндустриальному обществу требует от спортивных организаций провести цифровую трансформацию своего бизнеса. Цифровые технологии являются основой компаний, занимающихся спортивной аналитикой, профессиональной статистикой, съемкой матчей, цифровым скаутингом и онлайн-трансляциями. С точки зрения спорта процесс коммуникации с болельщиками, работа в медийном пространстве, формирование новых цифровых продуктов вокруг традиционных – это тот путь, на котором сейчас находятся крупнейшие мировые клубы и федерации [3].

Одной из ключевых возможностей для автоматизации бизнес-процессов организации является внедрение CRM или ERP-систем, которые в наше время широко представлены на рынке для разных видов организаций ФКиС (спортивных клубов, школ, федераций, фитнес-клубов).

Спортивные организации должны стратегически использовать цифровые медиа для создания прямых связей с фанатами. Одним из способов является партнерство с вещательными компаниями для управления контентом по нескольким каналам, что также предоставляет множество маркетинговых возможностей в реальном времени. В конечном счете, цифровая оптимизация контента на разных платформах поможет расширить охват контента для спортивной организации [1].

Технологии играют большую роль, чем когда-либо, в жизни болельщиков, открывая возможность для спортивных организаций, создавать новые, инновационные впечатления для клиентов. Смартфоны сегодня стали важной частью нашей повседневной жизни, а их использование для решения самых разнообразных задач уже вошло в привычку, рост их популярности способствовал снижению посещаемости живых игр, поскольку все больше людей смотрят прямые трансляции.

Можно отметить, что в последнее время произошла трансформация традиционных бизнес-моделей и источников доходов. Раньше основным источником доходов спортивных мероприятий была продажа билетов, прав на трансляцию и сопутствующих товаров. По мере применения цифровой трансформации вовлеченность фанатов продолжает расти и широко признается и нравится фанатам не только на платформах социальных сетей, но и в приложениях и виртуальных платформах. Они могут сблизиться со своими любимыми спортсменами и командами различными способами, например, фанаты могут взаимодействовать с ними под официальными и учетными записями игроков в социальных сетях, команды и игроки будут отправлять более динамичные и удивительные моменты из своей жизни, чтобы приблизить фанатов к игрокам, а в большие праздники, такие как Рождество, команда будет отправлять видео, записанные игроками, чтобы выразить свои благословения фанатам, и даже игроки будут проводить некоторые офлайн-мероприятия. Даже игроки будут проводить некоторые офлайн- или онлайн-мероприятия и приглашать своих фанатов к участию, например, играть в игры вместе. Аналогичным образом команда также будет приглашать некоторых особых людей посмотреть игру, что отражает своего рода гуманистическую заботу и помогает повысить лояльность и любовь фанатов к команде, и фанаты, таким образом, могут поддерживать команду, продавая периферийные товары и цифровой контент и т. д., а также оказывать финансовую поддержку и помощь в работе команды. Однако

сегодня доходы от цифровых платформ составляют значительную часть общего потока доходов, даже превосходя доходы от билетов, которые включают онлайн-рекламу, титульное спонсорство, онлайн-товары и подписные услуги.

По мере развития технологий спортивный бизнес адаптируется и вынужден трансформировать свои процессы, чтобы использовать новые возможности. По мере того, как технологические достижения приносят большие объемы данных заинтересованным сторонам из разных источников, цифровые технологии становятся важным помощником в поиске и выборе наиболее ценных идей для целей команды и проведении качественной обработки аналитических материалов [4].

С развитием науки и техники спорт стал частью перемен. Развитие спортивной индустрии в цифровую эпоху является закономерным, с итеративным обновлением технологий, спортивная индустрия продолжит корректироваться в соответствии с меняющимися потребностями пользователей, сохранять свои уникальные традиционные ценности и инвестировать в разработку новых технологий, но их цель всегда одна и та же — удовлетворять основные потребности в развлечениях и здоровом образе жизни, которые спорт приносит людям. В будущем различные спортивные организации должны работать вместе, чтобы способствовать развитию всей спортивной индустрии и создавать лучшую среду для болельщиков и спортсменов.

1. Цифровая трансформация спортивной индустрии: почему это важно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vc.ru/u/537571-forumdigital/140087-cifrovaya-transformaciya-sportivnoi-industrii-pochemu-eto-vazhno. – Дата доступа: 24.09.2024.

2. Цифровизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mpt.gov.by/sites/default/files/spravochno_1_kratkoe_opisanie_metodiki_ocenki_urovnya_cifrovizacii.pdf. – Дата доступа: 28.09.2024.

3. Спортивная индустрия проспала цифровизацию? Цифровые технологии как ключ к эре современного спорта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://umstrana.ru/communications/sportivnaya-industriya-prospala-tsifrovizatsiyu-tsifrovye-tekhnologii-kak-klyuch-k-ere-sovremennogo. – Дата доступа: 28.09.2024.

4. Белякова, М. Ю. Цифровое взаимодействие как фактор развития спортивной отрасли / М. Ю. Белякова, А. О. Зверева, И. Д. Киреенков // Информатизация в цифровой экономике. – 2023. – Том 4. – № 4. – С. 443–456.

Кринко Я.С.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ БРЕНДИНГА НА УСПЕХ СПОРТИВНЫХ КОМАНД ОРГАНИЗАЦИЙ

Krinko Y.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

ANALYSIS OF THE IMPACT OF BRANDING ON THE SUCCESS OF SPORTS TEAMS OF ORGANIZATIONS

Аннотация. В статье анализируется значимость брендинга в спортивной индустрии и его влияние на восприятие команд и создание эмоциональной связи с фанатами. Основные элементы брендинга включают название, слоган, логотип и фирменный стиль. Примеры успешного брендинга, такие как ХК «Динамо-Минск», показывают, как брендинг может повысить финансовые показатели команды и привлечь спонсоров. Также обсуждаются вызовы управления брендом и важность эмоциональной связи с болельщиками.

Ключевые слова: брендинг; спортивные команды; фирменный стиль; логотип; слоган; ХК «Динамо-Минск».

Abstract. The article analyzes the importance of branding in the sports industry and its impact on the perception of teams and the creation of an emotional connection with fans. The main elements of branding include the name, slogan, logo and corporate identity. Examples of successful branding, such as HC Dinamo-Minsk, show how branding can improve the financial performance of a team and attract sponsors. The challenges of brand management and the importance of an emotional connection with fans are also discussed.

Keywords: branding; sports teams; corporate identity; logo; slogan; HC Dinamo-Minsk.

Брендинг – это процесс создания уникального имиджа и идентичности для продукта или услуги. В спортивной индустрии он играет ключевую роль, формируя восприятие команды или организации и способствуя созданию эмоциональной связи с фанатами. В современных условиях бренд является важным активом компании, способным увеличивать ценность продукта в долгосрочной перспективе.

Для этого необходимо использовать брендинг как маркетинговый процесс, направленный на создание и развитие уникального и привлекательного образа бренда в сознании потребителей. Основной задачей брендинга является дифференциация продукта от конкурентов, выделение его отличительных свойств, которые создают ценность бренда. Брендинг способствует формированию долгосрочной лояльности потребителей к продукту или компании, обеспечивая их высоким качеством и удовлетворением от покупки.

Таким образом, бренд – это не просто название или логотип, а маркетинговый инструмент и ценный финансовый актив, который побуждает потребителей совер-

шать покупки под влиянием сильного ассоциативного восприятия сущности товара или компании [3].

Цель данной статьи – проанализировать влияние брендинга на успех спортивных команд, а также выявить основные элементы, которые способствуют созданию сильного бренда. Задачи исследования включают определение понятий и компонентов брендинга, изучение его влияния на восприятие команд.

Брендинг включает в себя несколько ключевых элементов [4]:

1. Название бренда – это уникальное имя, которое идентифицирует продукт или компанию и отличает его от конкурентов. Оно должно быть легко запоминаемым и ассоциироваться с ценностями бренда.

2. Слоган – это краткая, запоминающаяся фраза, которая отражает суть бренда и его ценности. Слоган помогает создать эмоциональную связь с аудиторией и укрепить позиционирование бренда на рынке.

3. Логотип – это графический знак, символ или эмблема, представляющий бренд. Логотип должен быть простым, узнаваемым и легко ассоциироваться с брендом.

4. Фирменный стиль – это совокупность визуальных и вербальных элементов, которые создают единый образ бренда. Включает в себя цветовую палитру, типографику, дизайн упаковки, рекламные материалы и другие элементы, которые помогают создать целостное восприятие бренда.

Идентичность бренда – это не просто набор визуальных элементов; это также отражение философии и истории команды. Сильная идентичность помогает команде выделяться на фоне конкурентов и создает основу для формирования эмоциональной связи с фанатами [2]. Например, команды, которые активно используют свою историю и традиции в брендинге, часто вызывают больший интерес и преданность со стороны болельщиков. Идентичность бренда важна для спортивных команд и организаций, так как она создает единую картину, которая запоминается фанатам и зрителям.

Брендинг формирует имидж команды в глазах фанатов и зрителей, создавая определенные ассоциации и эмоциональные привязанности. Например, команды с сильным брендом привлекают больше внимания со стороны СМИ и создают положительное впечатление в общественном сознании. Когда команда имеет сильный бренд, она вызывает у болельщиков чувство гордости и принадлежности.

Сильный бренд может значительно повысить финансовые показатели команды. Брендинг непосредственно влияет на продажи билетов, мерчандайзинг и спонсорство. Команды с высокоразвитыми брендами могут продавать больше билетов, так как их игры становятся более привлекательными для зрителей. Кроме того, успешные бренды привлекают крупных спонсоров, которые заинтересованы в ассоциации с популярными командами. Например, такие футбольные команды, как «Барселона» или «Манчестер Юнайтед», демонстрируют высокий брендовый капитал, что позволяет им успешно конкурировать на рынке и получать значительные доходы.

Несмотря на все преимущества сильного бренда, такие как увеличение продаж билетов, мерчандайзинга и привлечение спонсоров, команды могут столкнуться с проблемами в области брендинга. Негативные ассоциации, кризисы и изменения в общественном мнении могут серьезно повредить их имиджу. В таких условиях управление брендом требует гибкости и способности быстро адаптироваться к новым реалиям.

Эмоциональная связь между командой и болельщиками играет ключевую роль в успехе брендинга. Когда фанаты чувствуют связь с командой, они становятся более лояльными и готовы поддерживать ее в трудные времена. Брендинг помогает создать эту связь через различные каналы, включая социальные сети, мероприятия и взаимодействие с фанатами. Например, команды, которые активно вовлекают своих болельщиков в процесс принятия решений (например, выбор дизайна новой формы), могут заметно укрепить эту связь.

В последние годы белорусские спортивные команды и организации начали осознавать важность брендинга и его влияние на успех Хоккейный клуб «Динамо-Минск», выступающий в КХЛ, также демонстрирует успешные подходы к брендингу. Клуб нацелен на создание международного имиджа, что отражается в его активном участии в международных соревнованиях. Бренд клуба стал узнаваемым не только в Республике Беларуси, но и за ее пределами, что открывает новые возможности для спонсорства и партнерства. Эффективность их брендинга можно измерить через увеличение числа спонсоров, а также через рост доходов от продаж билетов и мерчандайзинга. Клуб также проводит разнообразные мероприятия, такие как открытые тренировки, которые привлекают болельщиков и создают взаимодействие с сообществом.

ХК «Динамо-Минск» активно работает над созданием сильного и узнаваемого бренда, который отражает его исторические достижения и современные амбиции. В рамках ребрендинга клуб обновил логотип, цветовую палитру и визуальный стиль [1].

Бренд ХК «Динамо-Минск» основан на сочетании традиций и инноваций. Клуб стремится быть не только спортивной командой, но и символом силы, единства и прогресса. Визуальный стиль включает в себя обновленный логотип с минималистичной литерой «Д», яркие и контрастные цвета, а также харизматичный символ зубра, который подчеркивает характер клуба.

Рисунок 1. – Редизайн логотипа ХК «Динамо-Минск»
Источник: [1].

Редизайн был проведен для того, чтобы освежить и модернизировать визуальный образ клуба.

Новый логотип и цветовая палитра были разработаны с учетом современных тенденций и предпочтений аудитории. Основные изменения включают [1]:

1. Новый логотип: основным элементом нового логотипа стала литера «Д», которая отсылает к историческому логотипу спортивного общества «Динамо». Логотип выглядит агрессивно и динамично, а внутри буквы можно увидеть голову зубра в

профиль, что символизирует стремление вперед. Внутреннее пространство буквы также можно интерпретировать как сердце динамовца.

2. Альтернативные логотипы: помимо основного логотипа, клуб продолжит использовать зубра в качестве альтернативного логотипа. Новый зубр обладает ярко выраженной харизмой и геометрией, а в его шерсти зашифрована литера «М», подчеркивающая привязку к Минску.

3. Цветовая палитра: добавлены черный и яркий голубой цвета для контраста. Черный цвет символизирует вечер и ночь, когда зубры наиболее активны, а голубой остается традиционным цветом «Динамо»

4. Форма и паттерны: использование национального орнамента и уникального дизайна перчаток.

5. Визуальный стиль клуба теперь включает фирменный леттеринг и неоновые цвета, что делает его более привлекательным и современным.

Рисунок 2. – Альтернативный логотип ХК «Динамо-Минск»
Источник: [1].

Редизайн был необходим для того, чтобы:

1. Привлечь новую аудиторию: современный и привлекательный визуальный стиль помогает привлечь молодых фанатов.

2. Усилить идентичность: обновленный бренд подчеркивает уникальность и силу клуба.

3. Увеличить продажи брендированная продукция: новый дизайн стимулирует интерес к клубной атрибутике.

Для оценки эффективности ребрендинга хоккейного клуба «Динамо-Минск» было проведено личное интервью с 25 активными болельщиками клуба. В ходе исследования респондентам были заданы несколько вопросов. Первый вопрос касался их мнения о новом логотипе и цветовой палитре клуба. 20 респондентов, что составляет 80%, отметили, что новый логотип и цветовая палитра делают клуб более узнаваемым.

Следующий вопрос был направлен на выяснение того, как обновленный бренд повлиял на их лояльность к клубу. 18 респондентов, или 70%, заявили, что обновленный бренд усилил их привязанность к клубу.

Последний вопрос касался интереса к покупке новой клубной атрибутики. 15 респондентов, что составляет 60%, выразили желание приобрести новую клубную атрибутику.

Эти результаты подтверждают, что ребрендинг помог ХК «Динамо-Минск» укрепить свою позицию на рынке и увеличить базу фанатов.

Брендинг является ключевым элементом успеха спортивных команд и организаций. Он формирует восприятие команды, создает эмоциональные связи с фанатами и способствует коммерческому успеху. Для спортивных команд и организаций важно понимать значимость брендинга и постоянно работать над его улучшением, чтобы оставаться конкурентоспособными и привлекательными для своей аудитории.

1. Все о ребрендинге минского «Динамо» // hcdinamo.by. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://hcdinamo.by/news/sobytiya/vse-o-rebrendinge-minskogo-dinamo/ – Дата доступа: 03.10.2024.

2. Коломак Татьяна. Идентичность бренда // Unisender [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-identichnost-brenda-ego-struktura-kak-sozdat/?ysclid=m1w388x1ym666799035 – Дата доступа: 04.10.2024.

3. Сущность и значение бренда // СтудМир. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studmir.com/sushhnost-i-znachenie-brenda/ – Дата доступа: 04.10.2024.

4. Элементы бренда // SmartHeart Creative Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sh.agency/blog/elementi-brenda – Дата доступа: 30.09.2024.

Кузьма Е.К.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОМЬЮНИТИ В СПОРТЕ

Kuzma Y.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

MERCHANDISING AS AN ELEMENT OF COMMUNITY FORMATION IN SPORTS

Аннотация. В статье рассматривается роль мерчандайзинга как стратегического инструмента для формирования комьюнити и укрепления связей с болельщиками. На примере ХК «Неман» продукция не только служит выражением поддержки, но также способствует созданию единства, углублению эмоциональной привязанности и формированию тесных связей между фанатами. В результате мерчандайзинг повышает коммерческий успех и способствует созданию преданных спортивных сообществ вокруг брендов и команд.

Ключевые слова: мерчандайзинг; комьюнити; спортивный маркетинг; ХК «Неман»; мерч.

Abstract. The article examines the role of merchandising as a strategic tool for forming a community and strengthening ties with fans. Using the example of HC Neman, the

products not only serve as an expression of support, but also contribute to creating unity, deepening emotional attachment and forming close ties between fans. As a result, merchandising enhances commercial success and promotes the creation of dedicated sports communities around brands and teams.

Keywords: merchandising; community; sports marketing; HC “Neman”; merch.

Мерчандайзинг является неотъемлемой частью современной спортивной индустрии. Он представляет собой стратегию продажи продукции и услуг с использованием бренда спортивной команды, турнира или спортсмена. Сегодня мерчандайзинг не ограничивается лишь наличием продукции на полках магазинов, но и проникает в онлайн-пространство, социальные сети и мобильные приложения.

В современном спортивном мире конкуренция за внимание болельщиков и покупателей становится все более острой. Спортивные клубы, лиги и организации стремятся не только к успехам на поле, но и к созданию уникального и привлекательного имиджа вне его. Мерчандайзинг играет ключевую роль в этом процессе, позволяя укрепить связь с аудиторией и создать сообщество, объединенное общей страстью к спорту.

Исследование роли мерчандайзинга в формировании спортивного комьюнити имеет высокую актуальность в наше время. С развитием цифровых технологий и изменением потребительского поведения необходимо понимать, каким образом мерчандайзинг может быть использован для привлечения, удержания и мобилизации целевой аудитории. Анализ эффективности различных мероприятий и стратегий мерчандайзинга в спорте позволит выявить ключевые факторы успеха и оптимизировать подходы к взаимодействию с болельщиками.

Таким образом, данное исследование направлено на выявление влияния мерчандайзинга на формирование и развитие спортивного комьюнити, а также на выработку рекомендаций по оптимизации стратегий в этой области.

Мерчандайзинг в спорте представляет собой стратегический подход к созданию, продвижению и продаже продуктов и услуг, связанных с конкретным спортивным брендом, командой или спортсменом. Этот процесс включает в себя разработку и реализацию продуктовой линейки, которая может включать в себя одежду, аксессуары, сувениры, а также цифровые товары. Цель мерчандайзинга в спорте – не только коммерческий успех через продажу продукции, но и создание и поддержание связи с поклонниками, формирование и укрепление их привязанности к бренду или команде [3].

Мерчандайзинг играет ключевую роль в спортивной индустрии, обеспечивая не только дополнительные источники дохода для клубов, спортсменов и лиг, но и укрепляя бренды и создавая сильные связи с поклонниками. Путем предложения разнообразной продукции, от фанатской атрибутики до уникальных коллекций, мерчандайзинг способствует расширению аудитории и повышению узнаваемости бренда на мировом рынке.

Комьюнити в спорте представляет собой сообщество людей, объединенных общим интересом к спорту, команде, спортсмену или событию. Это может быть физическое сообщество, например, фан-зоны на стадионах, или виртуальное, собирающееся в социальных сетях и форумах. Важной характеристикой комьюнити в спорте

является сильное чувство принадлежности, взаимодействие между участниками и способность влиять на процессы в спортивной среде [4].

Особенности комьюнити-маркетинга в индустрии спорта выделяются своей спецификой и влиянием на взаимодействие между спортивными организациями и их аудиторией. Ключевые особенности комьюнити-маркетинга в спорте включают [4]:

Эмоциональная привязанность. Комьюнити-маркетинг стремится к формированию эмоциональной связи между болельщиками и спортивными организациями, что повышает уровень лояльности и вовлеченности.

Взаимодействие и участие. Основной акцент в комьюнити-маркетинге уделяется взаимодействию с аудиторией и созданию возможностей для их активного участия в жизни спортивной организации.

Формирование сообщества. Комьюнити-маркетинг способствует созданию сильного и вовлеченного сообщества вокруг спортивной марки, где участники могут обмениваться мнениями, поддерживать друг друга и взаимодействовать с брендом.

Цифровые технологии. С развитием цифровых платформ комьюнити-маркетинг все больше основывается на онлайн-каналах, социальных сетях и мобильных приложениях для эффективного взаимодействия с аудиторией.

Персонализация коммуникации. Важным аспектом комьюнити-маркетинга является персонализация коммуникации с каждым участником сообщества, учитывая их предпочтения и интересы для более глубокого взаимодействия.

Мерчандайзинг и формирование комьюнити в спорте тесно взаимосвязаны. Через реализацию продукции, олицетворяющей спортивные бренды, мерчандайзинг способствует укреплению и расширению комьюнити. Фанаты приобретают эти продукты не только как символ поддержки, но и как способ выражения своей принадлежности к сообществу.

Именно через такие товары, как майки, футболки, шапки или другие аксессуары с логотипами команд или спортсменов, болельщики могут не только выразить свою привязанность к любимой команде, но и создать своеобразный единый стиль и общность с другими членами комьюнити. Кроме того, коллекционирование спортивного мерча становится неотъемлемой частью жизни фанатов, что углубляет их связь с брендом или спортивным коллективом [3].

Таким образом, мерчандайзинг стимулирует формирование и развитие комьюнити в спорте, укрепляя связь между брендом, командой или спортсменом и их поклонниками. Каждый приобретенный предмет мерча не только становится частью гардероба, но и символизирует принадлежность к определенной группе единомышленников, углубляя вовлеченность и лояльность к спортивному сообществу.

Болельщики хоккейного клуба «Неман» представляют яркий пример того, как мерчандайзинг может служить ключевым элементом формирования сообщества в спорте. Каждый товар мерчандайзинга, связанный с клубом, несет в себе не только символику команды, но и способствует укреплению общности среди фанатов, углубляя их чувство принадлежности к спортивному сообществу [2].

Рисунок – Пример мерчандайзинга как элемента формирования комьюнити
Источник: [2].

Мерчандайзинг клуба «Неман» играет значительную роль в установлении связей между болельщиками и самой командой. Предоставляя возможность выразить идентификацию с командой через ношение продукции с символикой клуба, мерчандайзинг вызывает у болельщиков чувство принадлежности и уникальности (рисунок). Здесь каждая покупка становится не только актом приобретения, но и выражением эмоциональной привязанности и лояльности к «Неману», что углубляет взаимоотношения между фанатами и клубом, делая их более преданными участниками сообщества.

Кроме того, мерчандайзинг способствует формированию уникальной общности среди болельщиков клуба. Носить одинаковую символику создает ощущение единства и солидарности, укрепляя связи между фанатами и способствуя формированию тесного сообщества вокруг «Немана» (Рисунок 1). Такой подход стимулирует вовлеченность болельщиков в жизнь команды за пределами игрового поля, делая их частью процесса и событий вокруг клуба. Это укрепляет связь между болельщиками и способствует формированию их активного участия в жизни команды.

Наконец, приобретение продукции мерчандайзинга не только выражает поддержку клуба «Неман», но также служит способом финансовой поддержки. Болельщики, покупая мерч, помогают клубу в обеспечении дополнительных средств на развитие и улучшение условий для команды и болельщиков. Таким образом, мерчандайзинг не ограничивается коммерческой деятельностью, а также является средством укрепления связей и формирования единого и преданного сообщества вокруг хоккейного клуба «Неман».

Таким образом, мерчандайзинг в спорте не только является инструментом увеличения доходов, но также представляет собой мощный механизм для создания тесного и преданного комьюнити, способного поддержать и развивать бренды и команды на протяжении длительного времени.

1. Маркетинг в спорте – его цели и задачи. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nipkef.ru/about/blog/sportivnyy-marketing-ego-obekty-i-funktsii/ – Дата доступа: 10.10.2024.

2. Официальная страница Хоккейного клуба «Неман». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://neman.hockey.by/ – Дата доступа: 10.10.2024.

3. Спортивный-мерчандайзинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fastercapital.com/ru/content/– Дата доступа: 10.10.2024.

4. Что такое комьюнити в маркетинге. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://marketolog.mts.ru/blog/sozdayom-komyuniti-za-9-shagov-kak-podruzhitsya-s-tselevoi-auditoriei?utm_referrer– Дата доступа: 10.10.2024.

Кучинская Е.А.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

ИННОВАЦИИ В СПОРТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ

Kuchinskaya E.A.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

INNOVATIONS IN SPORT MARKETING

Аннотация. В статье рассмотрены современные технологии и аналитика данных, которые трансформируют подходы к продвижению спортивных событий. Инновации в спортивном маркетинге позволяют не только привлекать новых болельщиков, но и удерживать их внимание, создавая уникальные и персонализированные впечатления. В статье приведены успешные кейсы использования инновационных маркетинговых стратегий в спортивной индустрии, включая применения технологий дополненной реальности, мобильных приложений и социальных сетей для улучшения взаимодействия с аудиторией

Ключевые слова: социальные сети; спортивный маркетинг; маркетинг; спорт; NBA; футбол; AR; AI.

Abstract. The article examines modern technologies and data analytics that transform approaches to promoting sports events. Innovations in sports marketing not only attract new fans but also retain their attention by creating unique and personalized experiences. The article presents successful cases of using innovative marketing strategies in the sports industry, including the use of augmented reality technologies, mobile applications, and social networks to improve interaction with the audience.

Keywords: social networks; sports marketing; marketing; sports; NBA; football; AR; AI.

В современном мире спорт стал не только средством развлечения, но и мощным инструментом маркетинга. С развитием технологий и ростом популярности социальных сетей, спортивные организации и мероприятия получили уникальные возможности для взаимодействия с аудиторией. Инновации в спортивном маркетинге позволяют не только привлекать новых болельщиков, но и удерживать их внимание, создавая уникальные и персонализированные впечатления. Современные технологии и методы маркетинга играют ключевую роль в развитии спортивной индустрии. Инновации в спортивном маркетинге помогают привлекать и удерживать болельщиков, а также повышать доходы спортивных организаций.

Объектом исследования являются современные технологии и методы, применяемые в спортивном маркетинге для повышения вовлеченности и удовлетворенности болельщиков.

Задачи исследования:

1. Изучить текущие тенденции в спортивном маркетинге.
2. Проанализировать влияние технологий на маркетинговые стратегии в спорте.
3. Оценить эффективность инновационных методов на примере конкретных кейсов.

Методика исследования:

1. Анализ научной литературы и публикаций по теме спортивного маркетинга.

2. Сравнительный анализ успешных кейсов внедрения инноваций в спортивный маркетинг.

Современные тенденции в спортивном маркетинге включают использование социальных сетей, мобильных приложений и технологий дополненной реальности (AR) для создания более интерактивного и персонализированного опыта для болельщиков. Например, платформы, такие как TikTok и Instagram Reels, позволяют спортивным организациям создавать короткие видеоролики, которые привлекают внимание и увеличивают вовлеченность аудитории. Эти платформы предоставляют возможность для креативного взаимодействия с болельщиками, что способствует укреплению их лояльности и повышению интереса к спортивным мероприятиям. [2]

Роль аналитики и AI. Технологии, такие как аналитика данных и искусственный интеллект (AI), играют ключевую роль в разработке маркетинговых стратегий. Они позволяют собирать и анализировать данные о поведении болельщиков, что помогает создавать более целевые и эффективные маркетинговые кампании. Например, использование AI для персонализации контента и рекомендаций может значительно повысить удовлетворенность болельщиков и их лояльность к бренду. Аналитика данных позволяет спортивным организациям лучше понимать предпочтения и поведение своей аудитории, что способствует более точному таргетированию маркетинговых сообщений и повышению их эффективности. [1]

Использование блокчейн. В последние годы блокчейн-технологии начали активно внедряться в спортивный маркетинг. Они позволяют создавать уникальные цифровые активы, такие как NFT (невзаимозаменяемые токены), которые могут быть использованы для продажи эксклюзивного контента, билетов и мерча. Например, футбольные клубы могут выпускать ограниченные серии цифровых коллекционных карточек с изображениями игроков, которые болельщики могут покупать, продавать и обменивать. Это не только создает дополнительный источник дохода для клубов, но и повышает вовлеченность болельщиков, предоставляя им уникальные и ценные цифровые активы.

Примеры успешных кейсов.

1. Использование AR в NBA: Национальная баскетбольная ассоциация (NBA) внедрила AR-технологии для создания виртуальных примерочных и продажи виртуальных автографов. Это позволило увеличить вовлеченность болельщиков, предоставив им уникальный и интерактивный опыт. Болельщики могут примерить виртуальные формы своих любимых команд и получить автографы в цифровом формате, что значительно повысило интерес и участие аудитории.

2. Мобильные приложения для футбольных клубов: Многие футбольные клубы разработали мобильные приложения, которые предоставляют болельщикам доступ к эксклюзивному контенту, новостям и интерактивным функциям. Например, болельщики могут голосовать за лучшего игрока матча, получать уведомления о предстоящих играх и участвовать в различных конкурсах. Эти приложения способствуют укреплению связи между клубом и его фанатами, а также увеличивают вовлеченность и лояльность аудитории.

3. Велоклуб “Минск”: Велоклуб “Минск” активно использует цифровые технологии для продвижения своих мероприятий. В 2023 году клуб обновил свой сайт и улучшил взаимодействие с болельщиками через социальные сети. Это позволило увеличить вовлеченность аудитории и привлечь новых спонсоров. Клуб также использует аналитические инструменты для изучения предпочтений своих болельщиков и адаптации маркетинговых стратегий в соответствии с их интересами.

4. Футбольный клуб “БАТЭ”: Футбольный клуб “БАТЭ” внедрил гибкую систему продажи билетов, включая абонементы и карты болельщиков. Это не только помогло покрыть часть организационных расходов, но и привлекло на стадион различные категории зрителей. Клуб активно использует digital-маркетинг и взаимодействие со СМИ для продвижения своих матчей и мероприятий. Благодаря этим усилиям, “БАТЭ” удалось значительно увеличить посещаемость матчей и укрепить связь с болельщиками.

5. Спортивно-маркетинговое агентство “Смарт Спорт”: Агентство “Смарт Спорт” занимается комплексным продвижением брендов и проведением рекламных кампаний. Они организуют спортивные турниры, тимбилдинги и корпоративные мероприятия, используя современные маркетинговые стратегии для привлечения аудитории и спонсоров. Агентство активно внедряет инновационные технологии, такие как аналитика данных и социальные сети, для повышения эффективности своих кампаний и улучшения взаимодействия с целевой аудиторией.

Использование AR в тренировках. Дополненная реальность (AR) активно используется для улучшения тренировочного процесса в различных видах спорта. Например, технология HomeCourt, применяемая в NBA, предоставляет интерактивные тренировки с виртуальным тренером, отслеживает прыжки, замах и спринт. Это позволяет спортсменам получать мгновенную обратную связь и корректировать свои действия в реальном времени. Такие технологии значительно повышают эффективность тренировок и снижают риск травм.

Таким образом, инновации в спортивном маркетинге открывают новые возможности для взаимодействия с аудиторией и повышения доходов. Спортивные организации, которые активно внедряют современные технологии, могут значительно улучшить свои маркетинговые стратегии и укрепить связи с болельщиками. Применение аналитики данных, AI и AR позволяет создавать более интерактивный и персонализированный опыт, что способствует повышению вовлеченности и удовлетворенности болельщиков. Успешные кейсы из разных стран, включая Беларусь, подтверждают эффективность этих методов и демонстрируют их потенциал для дальнейшего развития спортивного маркетинга.

1. Использование AI-аналитики для глубокого анализа данных в бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://andata.ru/blog/analytics/ispolzovanie-ai-analitiki-dlya-analiza-dannyh-v-biznese – Дата доступа: 22.04.2024.

2. Коляда, Н. Я. Спортивный маркетинг: сущность, особенности, цели и задачи / Н. Я. Коляда // Молодой ученый. – 2021. – № 14 (356). – С. 100–110.

Лесецкая Я.И.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ СИЛЬНОГО БРЕНДА И ЕГО ИДЕНТИЧНОСТИ В СПОРТИВНЫХ КЛУБАХ

Lesetskaya Y.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

ANALYSING THE FORMATION OF A STRONG BRAND AND ITS IDENTITY IN SPORTS CLUBS

Аннотация. В статье проводится детальный анализ стратегий брендинга спортивных клубов с акцентом на их идентичность. Исследуется, как клубы формируют эмоциональную связь с болельщиками и выделяются среди конкурентов. Особое внимание уделяется анализу футбольному клубу «Неман», его подходам к брендингу и взаимодействию с целевой аудиторией. Обзор теоретических моделей брендинга и их применение на практике, что позволяет выявить ключевые преимущества клуба и его уникальные характеристики.

Ключевые слова: брендинг; бренд; идентичность бренда; стратегии брендинга; футбольный клуб «Неман».

Abstract. The article analyses in detail the branding strategies of sports clubs with a focus on their identity. It is investigated how clubs form an emotional connection with fans and stand out among competitors. Special attention is given to analysing the football club Neman, its approaches to branding and interaction with the target audience. An overview of theoretical models of branding and their application in practice, which allows to identify the key advantages of the club and its unique characteristics.

Keywords: branding; brand; brand identity; branding strategies; football club «Neman».

На сегодняшний день положительным явлением в обществе является активная популяризация спорта и здорового образа жизни. Поэтому нельзя не отметить то, что в распространении ЗОЖ активно участвуют бренды спортивных товаров и услуг, а также спортивные команды.

Как и любое сложное и емкое понятие, бренд не может иметь одноединственное универсальное определение. Кроме того, понятие бренда не стоит на месте, а постоянно эволюционирует, впитывая новые знания и изменяясь в ходе общественного развития.

Само слово «бренд» имеет огромное количество определений и интерпретаций. «Бренд» происходит, как считают, от латинского «brand» – клеймо, тавро или от скандинавского «brandr» – жечь, выжигать. Клейменный предмет выделялся среди аналогичных, приобретая индивидуальность.

Бренд – это «созданный маркетологами и рекламистами иллюзорный образ, который вкладывается в сознание потребителей с помощью вербальных и невербаль-

ных средств массовой коммуникации. Качество и цена бренда определяется массовостью целевой аудитории и ее покупательской способностью» .[1]

В сфере спортивного менеджмента появились такие понятия, как «брендинг» и «бренд-менеджмент». Брендинг как разновидность спортивного маркетинга начал развиваться не так давно, хотя зарубежные спортивные организации активно используют концепцию брендинга и создают стойкие конкурентные преимущества своих брендов в сознании болельщиков и потребителей спортивных товаров и услуг. Примером могут служить маркетинговые компании таких фирм, как: «Nike», «Reebok», профессиональных футбольных клубов «Барселона», «Челси» и др.[2]

Брендинг – это процесс создания и управления брендами. Терминологически брендинг обозначает именно процесс, а не готовую «картинку», которая именуется брендом.[2]

Цель данной статьи – проанализировать модель брендинга футбольного клуба «Неман» и понять, как клуб создает и поддерживает свою брендовую идентичность, а также выстраивает эмоциональную связь с болельщиками. Задачи исследования включают определение ключевых понятий и компонентов брендинга, анализ стратегии брендинга ФК «Неман», изучение конкурентного окружения клуба и исследование методов взаимодействия с целевой аудиторией.В области спортивного маркетинга и брендинга можно выделить несколько ключевых теоретических подходов и моделей, которые помогают понять, как формируется и поддерживается имидж спортивных организаций.

Одним из основных аспектов брендинга в спорте является создание узнаваемой идентичности, которая способствует формированию доверия и уважения у потребителей. Бренд может включать в себя не только логотипы и слоганы, но и обширные нарративы, которые передают ценности и миссию организации. Это особенно важно для спортивных клубов, стремящихся установить эмоциональную связь с болельщиками. Применительно к спорту, такие модели брендинга, как Umbrella Brand Strategy и Brand Key, подчеркивают важность единой стратегии и согласованности во всех точках взаимодействия с потребителем. Например, модель Brand Key помогает определить суть бренда, его ключевые преимущества и уникальное торговое предложение, что критично для выделения на фоне конкурентов и формирования лояльности среди фанатов.[3]

Важно отметить, что брендинг в спорте не ограничивается только крупными командами или звездными атлетами. Многие спортивные организации используют брендинг для продвижения здорового образа жизни, укрепления сообщества и повышения участия на местном уровне. Эффективный брендинг может значительно увеличить видимость и влияние этих организаций, способствуя росту интереса и вовлеченности в спорт. Таким образом, теории и модели брендинга предоставляют мощный инструментарий для анализа и разработки стратегий взаимодействия со спортивными брендами, помогая им не только выделиться на рынке, но и наладить долгосрочные отношения с их аудиторией.

Применяя эти теоретические аспекты к конкретным примерам, можно наглядно увидеть, как создается и поддерживается успешный бренд в спорте. В этом контексте особенно интересно рассмотреть футбольный клуб «Неман» и его стратегию брендинга с использованием модели Brand Key. Анализируя клуб через призму этой

модели, мы сможем выявить его ключевые преимущества, уникальные характеристики и подходы к формированию лояльной аудитории.

В модели сначала анализируется конкурентное окружение, выделяется целевая аудитория, определяется инсайт, далее определитель бренда и выгоды, доказательства обещаний, ценности и персонификация, суть.

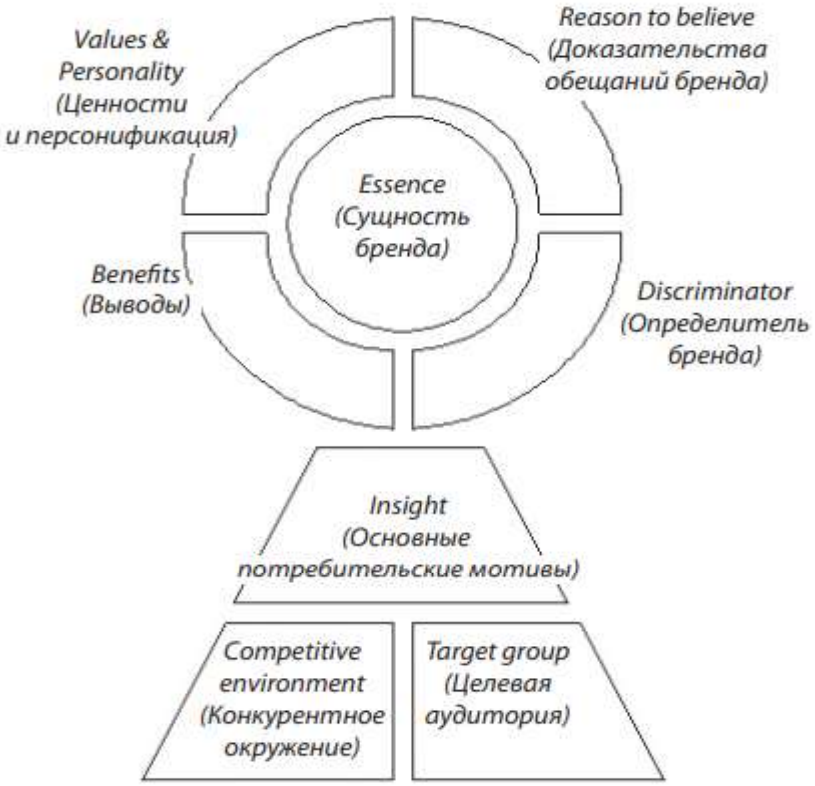


Рис. 2.16. Модель Unilever Brand Key

Рисунок – Модель Unilever Brand Key
Источник [4]

Конкурентное окружение

Что касается конкурентного окружения футбольного клуба «Неман», то оно включает в себя как местные, так и региональные команды, которые создают значительные вызовы на футбольной арене. В первой очереди стоит отметить клубы из высшей лиги, такие как «БАТЭ», «Динамо» и «Шахтер», которые традиционно имеют сильные составы и поддержку болельщиков. Эти команды не только предлагают серьезную конкуренцию в матчах, но и привлекают внимание СМИ, что делает их соперниками не только на поле, но и в плане популярности.

Интересно, что конкуренция не ограничивается только самими матчами. Важным аспектом является и привлечение талантливых игроков, где «Неман» должен бороться с более финансово обеспеченными клубами. Таким образом, конкурентное окружение клуба формируется не только на основе спортивных результатов, но и через стратегические решения, которые влияют на его развитие и будущее в профессиональном футболе.

Целевая аудитория

К целевой аудитории футбольного клуба «Неман» можно отнести широкий круг людей, охватывающий разные возрастные и социальные группы. В первую очередь, это местные жители Гродно и Гродненской области, которые испытывают гордость за родной клуб и традиционно поддерживают «Неман» на матчах. Среди них можно выделить как взрослых болельщиков, так и молодежь, которые приходят на стадион с семьями или друзьями, создавая атмосферу единства и поддержки.

Важной частью аудитории являются также активные пользователи социальных сетей и цифровых платформ, где клуб ведет свои аккаунты и активно взаимодействует с фанатами. Эти люди ценят возможность быть в курсе всех новостей и событий команды, участвовать в обсуждениях и делиться своими впечатлениями.

Особое внимание стоит уделить и болельщикам, которые приходят на стадион с детьми, прививая им любовь к спорту и культуре боления. Для них важны не только спортивные результаты, но и возможность провести время в дружеской и безопасной обстановке.

Основные потребительские мотивы

Потребительский инсайт, на котором базируется бренд футбольного клуба «Неман», отражает глубокое понимание и идентификацию с болельщиками и их потребностями. Инсайт был выявлен через метод наблюдения и прямого общения с целевой аудиторией: посещения матчей, разговоры с фанатами на трибунах и анализ их отзывов в социальных сетях.

Основной инсайт заключается в том, что болельщики «Немана» ценят чувство принадлежности и причастности к чему-то большему. Для них клуб является не просто спортивной организацией, а символом гордости и традиций.

Выгоды

В качестве выгоды бренда можно отметить, что футбольный клуб «Неман» активно развивает свою детско-юношескую академию, что позволяет не только воспитывать новые поколения футболистов, но и привлекать молодежь к занятиям спортом. Это создает положительный имидж клуба как организации, способствующей развитию футбольной культуры в регионе и формирующей здоровый образ жизни среди молодежи.

Определитель бренда

Определитель бренда футбольного клуба «Неман» – это сочетание богатой истории клуба, многолетних традиций и искреннего чувства гордости за родной город. Это бренд, который отражает силу и преданность команды, а также ее стремление к победе и развитию. Каждый матч клуба «Неман» – это возможность прикоснуться к легенде белорусского футбола, ощутить дух единства и поддержки болельщиков, ставших частью большой футбольной семьи.

Доказательства обещаний бренда

Футбольный клуб «Неман» – это команда с богатой историей и традициями, являющаяся неотъемлемой частью Гродно и всей Беларуси. Он занимает определенное место в сердцах болельщиков, представляя город на национальной и, возможно, международной арене. Успехи клуба, его результаты в чемпионате и кубке Беларуси, являются доказательством его стараний и стремления к победам. Приверженность клуба своим традициям, работа с местными воспитанниками или привлечение из-

вестных игроков – все это формирует образ и репутацию «Немана». Вклад клуба в развитие футбола в регионе, его социальная значимость и влияние на жизнь города – также важные аспекты, подтверждающие его роль и значение.

Ценности и персонификация

Футбольный клуб «Неман» придерживается определенных ценностей, таких как честная игра, преданность болельщикам и стремление к постоянному улучшению и достижению успеха. Клуб не ограничивается только спортивными результатами, он также старается создать атмосферу, в которой каждый болельщик чувствует себя важным и поддержанным. Важными аспектами для «Немана» являются командный дух, настойчивость и взаимное уважение, что передается от игроков к фанатам и наоборот.

Индивидуальность клуба «Неман» проявляется в его особенной идентичности, объединяющей историческое наследие и современные достижения. Каждый член команды вкладывает свои усилия в сохранение и развитие этих ценностей, формируя образ команды, которая борется до последнего и никогда не сдается.

Сущность бренда

Футбольный клуб «Неман» – это важный компонент социально-культурной жизни Гродно и всей Беларуси. Основанный в 1964 году, клуб имеет долгую и насыщенную историю, тесно связанную с историей региона. «Неман» играет роль не только спортивной команды, но и социального института, который оказывает влияние на формирование локальной идентичности и общественных ценностей. Как профессиональный футбольный клуб, «Неман» участвует в высшей лиге чемпионата Беларуси, что подчеркивает его значимость в контексте национального футбола. Важным аспектом деятельности клуба является работа с молодежью, что способствует развитию спортивного потенциала региона и всей страны. В итоге, футбольный клуб «Неман» можно рассматривать как многогранное явление, сочетающее спортивные, социальные, и культурные аспекты, и заслуживающее всестороннего научного анализа.

Таким образом, в контексте исследования брендинга в области физической культуры и спорта, основные выводы подчеркивают значимость сильного брендинга для увеличения узнаваемости, лояльности болельщиков и коммерческого успеха спортивных организаций. Брендинг не только формирует эмоциональную связь с аудиторией, но и способствует монетизации через продажи мерчендайза, билетов и прав на трансляции. Социальные сети и цифровые технологии оказывают ключевое влияние, обеспечивая платформы для прямого взаимодействия с фанатами и расширения аудитории за счет онлайн-трансляций и вовлеченного контента.

1. Рябых, А. Персональный бренд: создание и продвижение / А. Рябых, В. Кириллова. – М.: Питер, 2015. – 359 с

2. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебноепособие / А. В. Починкин. – М. : Спорт, 2017 – 384 с.

3. Овечкин, И. А. Брендинг в области физической культуры и спорта / И. А. Овечкин. // Молодой ученый. – 2024. – № 16 (515). – С. 404–407.

4. Герасименко, В. В. Бренд-менеджмент: учеб. пособие / В. В. Герасименко, М. С. Очковская. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – 100 с

Мартинчик Е.С.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ СПОРТА И БРЕНДОВ

Martinchik Y.S.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

SOCIAL MEDIA AND THEIR IMPACT ON THE POPULARIZATION OF SPORTS AND BRANDS

Аннотация. В статье исследуется роль социальных медиа в популяризации спорта и продвижении спортивных брендов. Рассматриваются основные аспекты взаимодействия с аудиторией, контентные стратегии и применение аналитики и метрик для оценки эффективности маркетинговых кампаний. Приводятся примеры успешного использования социальных медиа в спортивной индустрии, такие как Nike, FIFA, НБА и Барселона. Обсуждаются перспективы развития социальных медиа и необходимость адаптации к новым трендам и технологиям для достижения лучших результатов.

Ключевые слова: социальные медиа; спортивный маркетинг; маркетинг; спорт; Nike; НБА; Барселона.

Abstract. The article examines the role of social media in promoting sports and sports brands. It discusses key aspects of audience engagement, content strategies, and the use of analytics and metrics to evaluate the effectiveness of marketing campaigns. Examples of successful use of social media in the sports industry, such as Nike, FIFA, NBA, and Barcelona, are provided. The article also discusses the prospects for the development of social media and the need to adapt to new trends and technologies to achieve better results.

Keywords: social media; sports marketing; marketing; sports; Nike; NBA; Barcelona.

В век цифровых технологий социальные медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, трансформируя не только способы общения, но и механизмы продвижения и популяризации различных явлений, включая спорт. Сегодня социальные медиа играют важнейшую роль в формировании общественного мнения, создании брендов и поддержании интереса к спортивным событиям и организациям. Так, еще во времена Древней Греции строительство стадионов позволило сделать спорт массовым зрелищем, а появление первых печатных газет, развитие информационной среды вовлекло в спортивное движение массы людей. [1]

Социальные платформы, такие как Instagram, Facebook и YouTube, предоставляют уникальные возможности для взаимодействия с аудиторией, что позволяет спортивным брендам и организациям не только привлекать новых поклонников, но и активно удерживать существующих. Спортивные команды, лиги и отдельные атлеты все чаще используют социальные медиа для построения своего имиджа, повышения узнаваемости и укрепления связей с болельщиками.

Кроме того, социальные медиа открывают новые горизонты для маркетинговых стратегий, позволяя брендам быстро адаптироваться к изменяющимся тенденциям и потребностям аудитории. В этом контексте они становятся мощным инструментом для популяризации спорта, привлекая внимание к различным спортивным мероприятиям, товарам и услугам.

Данная статья исследует влияние социальных медиа на популяризацию спорта и брендов, рассматривая успешные примеры и стратегии, а также анализируя их воздействие на аудиторию и экономические результаты. Мы рассмотрим, как социальные медиа могут помочь спортивным организациям и брендам достигать своих целей и строить крепкие взаимоотношения с болельщиками, обеспечивая устойчивое развитие в конкурентной среде.

Социальные медиа играют неоценимую роль в популяризации спорта, обеспечивая непосредственный контакт с аудиторией, поддерживая активное взаимодействие и укрепляя сообщество болельщиков. Они позволили спортивным организациям и атлетам выйти за рамки традиционных средств массовой информации и достичь глобальной аудитории. Платформы, такие как Instagram, Facebook и Twitter, предоставляют возможность мгновенно делиться новостями, результатами соревнований и другими важными событиями с болельщиками по всему миру. Примером может служить аккаунт NBA в Instagram, который регулярно выкладывает яркие моменты матчей и интервью с игроками, привлекая миллионы зрителей и повышая популярность баскетбольной лиги. Благодаря этому спортивные мероприятия привлекают внимание миллионов зрителей, повышая их популярность и узнаваемость. Спортивные команды и лиги используют платформы, чтобы общаться с фанатами, делиться закулисными материалами, проводить конкурсы и опросы, что способствует вовлечению аудитории. Например, проведение прямых трансляций тренировок, пресс-конференций и эксклюзивных интервью помогает фанатам почувствовать себя ближе к своим кумирам.

Также социальные медиа предоставляют уникальные возможности для продвижения брендов и спонсоров. Спортивные организации и атлеты могут интегрировать спонсорский контент в свои публикации, что обеспечивает брендам видимость и охват среди целевой аудитории. Например, атлеты часто делятся постами о своей экипировке или тренировках, упоминая бренды-партнеры, что способствует их популяризации. Разнообразие форматов контента, доступных в социальных медиа, позволяет спортивным организациям создавать увлекательные и запоминающиеся материалы. Видеоролики, фото, истории (stories) и прямые трансляции – все это помогает поддерживать интерес аудитории. Успешные контентные стратегии включают регулярные обновления, интерактивные публикации и использование популярных хэштегов для повышения видимости. Спортивные организации могут быстро и эффективно информировать своих подписчиков о предстоящих матчах, результатах соревнований, а также о кампаниях, направленных на поддержку здорового образа жизни и физической активности. Международный олимпийский комитет активно использует Facebook и Twitter для информирования о предстоящих олимпийских играх, результатах и истории успеха спортсменов.

Социальные медиа позволяют брендам создавать и поддерживать определенный имидж и репутацию. Благодаря постоянному взаимодействию с аудиторией, бренды

могут формировать положительный образ и поддерживать лояльность потребителей. Это включает в себя как контент, который бренд публикует, так и обратную связь от пользователей. Взаимодействие с подписчиками, ответы на их комментарии и вопросы помогают строить доверительные отношения и укреплять бренд. Через социальные медиа бренды могут эффективно продвигать свои продукты и услуги. Это повышает вероятность того, что реклама будет увидена потенциальными клиентами, что, в свою очередь, способствует увеличению продаж и популярности бренда.

Одним из ключевых преимуществ социальных медиа является возможность сбора и анализа данных. Бренды могут отслеживать метрики и показатели, такие как количество лайков, комментариев, репостов и просмотров, чтобы понять, какой контент находит отклик у аудитории. На основе этих данных можно адаптировать маркетинговые стратегии и контент, чтобы лучше соответствовать интересам и потребностям пользователей.

Контентная стратегия в социальных медиа – это планирование, создание, управление и распространение контента с целью достижения определенных маркетинговых целей. В контексте спорта контентные стратегии играют важную роль в повышении вовлеченности аудитории, продвижении спортивных брендов и укреплении связей с болельщиками.

Типы контента:

1. Видеоконтент. Видео является одним из наиболее популярных и эффективных форматов контента. Спортивные организации и атлеты могут использовать видеоролики для демонстрации тренировок, матчей, закулисных моментов, интервью и других интересных событий. Например, видеоролики с яркими моментами матчей или тренировок привлекают внимание и создают вовлеченность.

2. Фотоконтент. Высококачественные фотографии спортивных событий, атлетов и товаров также привлекают внимание аудитории. Фотографии могут быть использованы для создания эмоциональной связи с болельщиками и продвижения брендов. Например, фотографии спортивной экипировки с логотипами спонсоров помогают повысить узнаваемость бренда.

3. Истории (stories). Формат «историй» в Instagram и Facebook позволяет делиться мгновенными моментами с аудиторией. Этот формат подходит для публикации временного контента, который исчезает через 24 часа, что создает чувство эксклюзивности и подогревает интерес.

4. Посты с текстовым контентом. Текстовые публикации могут включать новости, результаты соревнований, анонсы предстоящих событий, а также личные сообщения от атлетов и тренеров. Такие посты помогают поддерживать постоянную связь с аудиторией и информировать ее о важнейших событиях.

Ключевые элементы успешных контентных стратегий включают в себя планирование и регулярность, аутентичность и уникальность, вовлечение аудитории, использование хэштегов и обратную связь.

Примеры успешных контентных стратегий:

1. Nike. Бренд активно использует видеоролики и фотографии с участием известных спортсменов, создавая вдохновляющий и мотивирующий контент. Кампании, такие как «Just Do It», привлекают внимание и побуждают аудиторию к активному образу жизни.

2. FC Barcelona. Футбольный клуб эффективно использует все доступные форматы контента, делая акцент на закулисные моменты, тренировки и взаимодействие с болельщиками через истории и прямые трансляции.

Аналитика и метрики играют ключевую роль в успешной реализации социальных медиа-стратегий в спортивной индустрии. Они предоставляют ценную информацию о вовлеченности аудитории, эффективности контента и достижении маркетинговых целей. Использование аналитических инструментов помогает спортивным брендам и организациям адаптировать свои стратегии и добиваться лучших результатов в условиях конкурентного рынка. Видеоролик с потрясающим голом на странице FIFA в Facebook может собрать тысячи лайков и комментариев, демонстрируя высокий уровень вовлеченности болельщиков. А ролики с яркими моментами матчей, опубликованные на YouTube-канале НБА, могут собирать миллионы просмотров, что свидетельствует о высокой популярности баскетбольной лиги. Примеры реального использования аналитики, такие как анализ поведения пользователей на сайте с помощью Google Analytics или оценка эффективности публикаций с помощью Hootsuite, подчеркивают важность метрик для оптимизации контента и маркетинговых кампаний.

1. Мяконьков, В. Б. Спортивный маркетинг : учеб. для вузов / В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова. – М. : Юрайт, 2020. – 284 с.

Сакович Д.П.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

МАРКЕТИНГ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Sakovich D.P.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

MARKETING OF SPORTS EVENTS

Аннотация. В статье проводиться анализ стратегий маркетинга, применяемых для продвижения спортивных мероприятий. В ней рассматриваются ключевые аспекты планирования и реализации маркетинговых кампаний, включающих анализ целевой аудитории, выбор каналов коммуникации, спонсорство и цифровые инструменты продвижения. Также рассматриваются успешные примеры маркетинговых стратегий, применяемых на крупных международных спортивных событиях, и анализирует их эффективность в контексте достижения коммерческих целей и укрепления бренда.

Ключевые слова: спортивный маркетинг; маркетинг; спортивные мероприятия; Олимпийские игры в Лондоне; Чемпионат мира по футболу 2018 года в России.

Abstract. The article analyzes marketing strategies used to promote sports events. It covers the key aspects of planning and implementing marketing campaigns, including the analysis of the target audience, the choice of communication channels, sponsorship and digital promotion tools. It also examines successful examples of marketing strategies applied at major international sporting events and analyzes their effectiveness in the context of achieving commercial goals and strengthening the brand.

Keywords: sports marketing; marketing; sports events; the Olympic Games in London; 2018 FIFA World Cup in Russia.

Маркетинг спортивных мероприятий играет ключевую роль в успешном проведении крупных спортивных событий, таких как Олимпийские игры или чемпионаты мира. Эти мероприятия привлекают миллионы зрителей по всему миру и требуют тщательно продуманной стратегии продвижения. В условиях высокой конкуренции и разнообразия развлекательных предложений, важно не только привлечь внимание аудитории, но и удержать ее интерес на протяжении всего мероприятия.

Одной из основных проблем, с которой сталкиваются организаторы крупных спортивных событий, является необходимость создания уникального и запоминающегося бренда мероприятия. В условиях насыщенного рынка спортивных развлечений, важно выделиться среди конкурентов и предложить зрителям нечто особенное. Кроме того, необходимо учитывать разнообразие целевой аудитории, которая может включать как местных жителей, так и международных зрителей.

Исследование маркетинговых стратегий для спортивных мероприятий актуально по нескольким причинам:

1. Экономическое значение: Крупные спортивные события привлекают значительные инвестиции и могут существенно повлиять на экономику региона.

2. Социальное влияние: Спортивные мероприятия способствуют укреплению социальной сплоченности и продвижению здорового образа жизни.

3. Технологические инновации: Современные технологии открывают новые возможности для взаимодействия с аудиторией и продвижения мероприятий.

Цель данной статьи – рассмотреть основные стратегии продвижения крупных спортивных событий, проанализировать их эффективность и предложить возможные рекомендации для организаторов.

Объектом исследования являются маркетинговые стратегии, применяемые для продвижения крупных спортивных мероприятий. Это включает в себя анализ различных подходов и методов, используемых для привлечения аудитории, спонсоров и партнеров, а также для создания положительного имиджа мероприятия.

Задачи исследования:

1. **Определение ключевых элементов успешной маркетинговой стратегии**: Выявление основных компонентов, которые способствуют успешному продвижению спортивных мероприятий.

2. **Анализ методов привлечения аудитории и спонсоров**: Изучение различных тактик и инструментов, используемых для увеличения числа зрителей и привлечения финансовой поддержки.

3. **Сопоставление полученных данных с известными примерами**: Сравнение результатов исследования с успешными кейсами из практики, такими как Олимпийские игры и чемпионаты мира.

Исследование проводилось с использованием следующих методов:

- **Анализ литературы**: Изучение существующих исследований и публикаций по теме маркетинга спортивных мероприятий.
- **Анализ кейсов**: Рассмотрение успешных примеров крупных спортивных мероприятий, таких как Олимпийские игры в Лондоне 2012 года и Чемпионат мира по футболу 2018 года в России.

Для успешного продвижения крупных спортивных мероприятий необходимо учитывать несколько ключевых элементов. Во-первых, это брендинг и позиционирование. Создание уникального бренда мероприятия, который будет ассоциироваться с положительными эмоциями и ценностями, включает в себя разработку логотипа, слогана и визуального стиля. Во-вторых, важно определить и сегментировать целевую аудиторию для более точного таргетинга. Это позволяет адаптировать маркетинговые сообщения под конкретные группы зрителей. Использование различных каналов коммуникации, включая социальные сети, телевидение, радио и интернет, играет важную роль в обеспечении широкого освещения мероприятия и поддержании постоянного контакта с аудиторией. Привлечение спонсоров и партнеров также является важным аспектом маркетинговой стратегии. Это может включать в себя заключение договоров с крупными брендами и организациями для увеличения финансовой поддержки и расширения аудитории. [1]

Организация сопутствующих мероприятий и активностей помогает повысить интерес и вовлеченность аудитории. Это могут быть фан-зоны, автограф-сессии, конкурсы и другие интерактивные мероприятия. Активное использование социальных сетей для взаимодействия с аудиторией и продвижения мероприятия включает в себя создание контента, проведение конкурсов и акций, а также использование таргетированной рекламы.

Привлечение известных личностей и инфлюенсеров для увеличения охвата и доверия к мероприятию также является эффективной стратегией. Инфлюенсеры могут делиться своим опытом участия в мероприятии, что способствует его популяризации. Создание качественного и интересного контента, который будет привлекать внимание и удерживать интерес аудитории, может включать в себя статьи, видео, подкасты и другие форматы контента. [2]

Перейдем к анализу успешных примеров спортивного маркетинга, таких как Олимпийские игры в Лондоне 2012 года и Чемпионат мира по футболу 2018 года в России, показал, что использование вышеописанных стратегий значительно повышает шансы на успех мероприятия. Эти события привлекли миллионы зрителей и получили широкое освещение в СМИ благодаря эффективным маркетинговым кампаниям.

Олимпийские игры в Лондоне

Олимпийские игры в Лондоне 2012 года стали ярким примером успешного маркетинга спортивного мероприятия. Организаторы использовали инновационный подход к брендингу и активно задействовали социальные сети для продвижения игр.

1. Брендинг и позиционирование (Лондонские Олимпийские игры отличались уникальным брендингом, который включал в себя яркий и запоминающийся логотип, разработанный специально для этого события. Логотип был представлен в виде абстрактного изображения цифры «2012», что символизировало современность и динамичность. Слоган «Inspire a Generation» подчеркивал миссию игр – вдохновить новое поколение спортсменов и зрителей.

Рисунок – Логотип Олимпийских игр в Лондоне (2012 год).
Источник: [3]

2. Социальные сети и цифровые технологии (организаторы активно использовали социальные сети для взаимодействия с аудиторией. Были созданы официальные страницы игр на Facebook, Twitter, Instagram и других платформах, где публиковались новости, фотографии, видео и интерактивный контент. Это позволило привлечь внимание миллионов пользователей по всему миру и создать ощущение причастности к событию. Кроме того, была разработана специальная мобильное приложение, которое предоставляло пользователям актуальную информацию о расписании соревнований, результатах и новостях. Это приложение стало важным инструментом для взаимодействия с аудиторией и повышения ее вовлеченности).

3. Партнерства и спонсорство (Лондонские Олимпийские игры привлекли множество крупных спонсоров, таких как Coca-Cola, McDonald's, Visa и другие. Эти компании не только предоставили финансовую поддержку, но и активно участвовали в продвижении игр через свои маркетинговые каналы. Были организованы различные акции и мероприятия, направленные на привлечение внимания к играм и создание положительного имиджа). [3]

Чемпионат мира по футболу 2018 года в России.

Чемпионат мира по футболу 2018 года в России также стал примером успешного маркетинга спортивного мероприятия. Организаторы использовали комплексный подход к продвижению, включающий брендинг, социальные сети, партнерства и мероприятия.

1. Брендинг и позиционирование (Чемпионат мира по футболу 2018 года отличался уникальным брендингом, который включал в себя логотип в виде стилизованного изображения Кубка мира, выполненного в традиционном русском стиле. Слоган «Play with Heart» подчеркивал страсть и эмоции, связанные с футболом).

2. Социальные сети и цифровые технологии (организаторы активно использовали социальные сети для продвижения чемпионата. Были созданы официальные

страницы на Facebook, Twitter, Instagram и других платформах, где публиковались новости, фотографии, видео и интерактивный контент. Особое внимание уделялось созданию видеороликов, которые демонстрировали культуру и традиции России, а также рассказывали о подготовке к чемпионату).

3. Партнерства и спонсорство (Чемпионат мира по футболу 2018 года привлек множество крупных спонсоров, таких как Adidas, Coca-Cola, Gazprom и другие. Эти компании не только предоставили финансовую поддержку, но и активно участвовали в продвижении чемпионата через свои маркетинговые каналы. Были организованы различные акции и мероприятия, направленные на привлечение внимания к чемпионату и создание положительного имиджа).

4. Мероприятия и активности (в рамках чемпионата были организованы многочисленные фан-зоны, где зрители могли смотреть матчи на больших экранах, участвовать в конкурсах и акциях, а также наслаждаться выступлениями музыкальных групп и артистов. Эти мероприятия способствовали созданию праздничной атмосферы и повышению вовлеченности аудитории).

Примеры Олимпийских игр в Лондоне 2012 года и Чемпионата мира по футболу 2018 года в России демонстрируют, что использование комплексного подхода к маркетингу, включающего брендинг, социальные сети, партнерства и мероприятия, значительно повышает шансы на успех спортивного мероприятия. Эти стратегии позволяют не только привлечь большую аудиторию, но и создать положительный имидж мероприятия, что в свою очередь способствует его успешному проведению и долгосрочному успеху.

В заключение, основные результаты исследования показывают, что успешная маркетинговая стратегия для крупных спортивных мероприятий должна включать в себя:

- Четкое позиционирование и брендинг.
- Точное определение целевой аудитории.
- Эффективное использование медиа и коммуникаций.
- Привлечение спонсоров и партнеров.
- Организацию сопутствующих мероприятий и активностей.

Эти стратегии позволяют не только привлечь большую аудиторию, но и создать положительный имидж мероприятия, что в свою очередь способствует его успешному проведению и долгосрочному успеху.

Результаты исследования:

Ключевые элементы успешной маркетинговой стратегии выглядят следующим образом:

1. **Брендинг и позиционирование**: Создание уникального бренда мероприятия, который будет ассоциироваться с положительными эмоциями и ценностями. Это включает в себя разработку логотипа, слогана и визуального стиля.

2. **Целевая аудитория**: Определение и сегментация целевой аудитории для более точного таргетинга. Это позволяет адаптировать маркетинговые сообщения под конкретные группы зрителей.

3. **Медиа и коммуникации**: Использование различных каналов коммуникации, включая социальные сети, телевидение, радио и интернет. Важно обеспечить широкое освещение мероприятия и поддерживать постоянный контакт с аудиторией.

4. **Спонсорство и партнерства**: Привлечение спонсоров и партнеров для увеличения финансовой поддержки и расширения аудитории. Это может включать в себя заключение договоров с крупными брендами и организациями.

5. **Мероприятия и активности**: Организация сопутствующих мероприятий и активностей для повышения интереса и вовлеченности аудитории. Это могут быть фан-зоны, автограф-сессии, конкурсы и другие интерактивные мероприятия.

1. Айрат Даллас объяснил, как устроен маркетинг спортивных мероприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yagla.ru/blog/drugoe-o-marketinge/ayrat-dallas-obyasnil-kak-ustroen-marketing-sportivnyh-meropriyatiy--2409u113965/. – Дата доступа: 10.10.2024.

2. Спортивный маркетинг – его объекты и функции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nipkef.ru/about/blog/sportivnyy-marketing-ego-obekty-i-funktsii/#5. – Дата доступа: 10.10.2024.

3. Летние Олимпийские игры-2012 в Лондоне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://olympics.com/ru/olympic-games/london-2012. – Дата доступа: 10.10.2024.

Скрипченко Л.В.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

ЭКО-МАРКЕТИНГ В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Skripchenko L.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

ECO-MARKETING IN THE SPORTS INDUSTRY

Аннотация. В статье рассматривается роль эко-маркетинга в спортивной индустрии, подчеркивая его значимость в условиях глобальных экологических вызовов. Приводятся примеры успешных инициатив в Беларуси и за рубежом, а также обсуждаются стратегии и проблемы внедрения устойчивых практик. Особое внимание уделяется влиянию эко-маркетинга на потребительские предпочтения и конкурентоспособность спортивных организаций.

Ключевые слова: эко-маркетинг; спортивная индустрия; устойчивое развитие; экологические инициативы; потребительские предпочтения.

Abstract. The article examines the role of eco-marketing in the sports industry, emphasizing its importance in the context of global environmental challenges. Examples of successful initiatives in Belarus and abroad are given, as well as strategies and problems of implementing sustainable practices are discussed. Special attention is paid to the impact of eco-marketing on consumer preferences and the competitiveness of sports organizations.

Keywords: eco-marketing; sports industry; sustainable development; environmental initiatives; consumer preferences.

В последние десятилетия экологическая осознанность и устойчивое развитие стали неотъемлемыми аспектами глобальной повестки дня. В условиях нарастающих экологических кризисов, таких как изменение климата, загрязнение окружающей среды и истощение природных ресурсов, все больше отраслей экономики стремятся внедрять экологически чистые и устойчивые практики. Спортивная индустрия, обладающая огромным влиянием и охватом, не является исключением. Эко-маркетинг, направленный на продвижение экологически дружественных инициатив и продуктов, становится важным инструментом для спортивных организаций, стремящихся внести свой вклад в сохранение планеты.

Спортивные мероприятия, будь то Олимпийские игры, чемпионаты мира или локальные соревнования, привлекают миллионы зрителей и участников по всему миру. Однако, несмотря на свою популярность и значимость, они также являются источником значительных экологических проблем. Проведение крупных спортивных событий требует огромных энергетических и материальных ресурсов, что приводит к увеличению углеродного следа, образованию большого количества отходов и потреблению значительных объемов воды. Например, по данным исследования, проведенного в 2020 году, Олимпийские игры в Токио произвели более 2,5 миллионов тонн углекислого газа, что эквивалентно выбросам от 500 тысяч автомобилей за год [1]. Эти проблемы требуют комплексного подхода и внедрения инновационных решений, направленных на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду.

Цель данной статьи – проанализировать роль эко-маркетинга в спортивной индустрии, выявить его значимость в условиях глобальных экологических вызовов, а также предложить стратегии и примеры успешного внедрения устойчивых практик. Статья направлена на повышение осведомленности о важности экологической ответственности среди спортивных организаций и потребителей, а также на демонстрацию конкурентных преимуществ, которые могут быть достигнуты благодаря эко-маркетингу.

Эко-маркетинг, или экологический маркетинг, – это направление маркетинга, ориентированное на продвижение товаров и услуг, которые помогают беречь окружающую среду и способствуют устойчивому развитию [2]. Основная цель эко-маркетинга – удовлетворение потребностей целевой аудитории через экологически чистые продукты и услуги, а также формирование ответственного потребления у пользователей [3]. Особенности экологического маркетинга в спортивной индустрии заключаются в том, что разрабатываются специфические экоцели и экостратегии. К экоцелям прежде всего относится изменение отношения потребителей к охране окружающей среды и зеленой продукции. В качестве категорий экологического маркетинга можно выделить экологические потребности и экологические товары. Главное – сформировать потребность в таких продуктах, научить потребителя распознавать их на рынке.

Эко-маркетинг в спортивной индустрии имеет несколько ключевых аспектов, которые делают его особенно актуальным. Во-первых, он отвечает на растущий интерес потребителей к устойчивому развитию и экологии. Современные спортсмены и фанаты все чаще отдают предпочтение брендам, которые демонстрируют свою приверженность к охране окружающей среды. Это создает новые возможности для компаний, которые могут использовать эко-маркетинг как способ выделиться на фоне конкурентов. Во-вторых, внедрение экологически чистых практик помогает спортивным организациям снизить свои операционные расходы. Например, исполь-

зование солнечной энергии на стадионах или внедрение систем утилизации отходов может значительно сократить затраты на энергию и управление отходами.

Несколько спортивных организаций уже сделали шаги в сторону устойчивого развития. Например, Международный олимпийский комитет принял ряд инициатив для снижения углеродного следа Олимпийских игр. В Токио были использованы переработанные материалы для создания медалей, а также внедрены системы для сбора и переработки отходов [4].

Еще одним ярким примером является футбольный клуб «Борнмут», который стал первым клубом в мире, получившим сертификат по стандартам экологической ответственности ISO 20121. Клуб активно работает над сокращением своего углеродного следа и вовлекает своих болельщиков в экологические инициативы.

В Беларуси также наблюдается рост интереса к устойчивому развитию и экологии в спортивной сфере. Некоторые организации и инициативы уже начали внедрять принципы эко-маркетинга:

1. Футбольный клуб «Динамо» (Минск): Клуб активно участвует в экологических акциях, таких как уборка территорий и посадка деревьев. Они организуют мероприятия, вовлекающие болельщиков и местное сообщество, что помогает повысить осведомленность о важности охраны окружающей среды.

2. Спортивные мероприятия: В Беларуси проводятся различные эко-мероприятия, такие как марафоны и велогонки, которые акцентируют внимание на экологической ответственности. Например, некоторые организаторы марафонов стали использовать переработанные материалы для медалей и призов, а также внедряют системы утилизации отходов на мероприятиях.

3. Сотрудничество с некоммерческими организациями: Некоторые белорусские спортивные клубы и организации сотрудничают с экологическими НКО для проведения совместных акций. Это не только помогает улучшить имидж клубов, но и способствует развитию местных сообществ.

4. Спорт и экология: В Беларуси активно развиваются виды спорта на природе, такие как каякинг и велоспорт. Многие клубы и организации подчеркивают важность сохранения природных ресурсов и чистоты окружающей среды, что также является частью их маркетинговой стратегии.

Эти примеры показывают, что даже в Беларуси спортивные организации начинают осознавать важность устойчивого развития и внедрять принципы эко-маркетинга в свою деятельность.

Эффективный эко-маркетинг в спортивной индустрии требует применения различных стратегий:

- Образование и осведомленность: Важно информировать потребителей о преимуществах экологически чистых продуктов и услуг. Спортивные организации могут проводить кампании, направленные на повышение осведомленности о проблемах экологии и устойчивого развития.

- Сотрудничество с экологическими организациями: Партнерство с НКО и другими организациями, работающими в сфере экологии, может помочь спортивным брендам повысить свою репутацию и доверие со стороны потребителей.

- Инновации в продуктах: Разработка новых продуктов из экологически чистых материалов – еще одна важная стратегия. Например, производители спортивной одежды начинают использовать переработанные пластики и органические ткани.

- Участие в местных инициативах: Спортивные организации могут поддерживать местные экологические проекты, что не только улучшает их имидж, но и способствует развитию сообществ.

Одним из перспективных направлений эко-маркетинга в спортивной индустрии является спортивный экотуризм. Основные потребители этого направления – обычные люди, стремящиеся вести активный и здоровый образ жизни во время отдыха, занимаясь любимыми видами спорта. Цель экологического маркетинга в данном случае – интеграция в сообщество, ориентированное на экологию. Реализация программ спортивного экотуризма помогает решать несколько важных задач. Во-первых, поддерживать высокое качество жизни и улучшать здоровье людей, занимающихся непрофессиональным спортом. Во-вторых, способствовать экономическому развитию отдаленных и экологически чистых регионов [4].

Растущий интерес к экологии влияет на потребительские предпочтения. Исследования показывают, что более 60% потребителей готовы платить больше за продукцию, которая считается экологически чистой. Спортивные бренды, которые активно внедряют эко-маркетинг, имеют возможность не только увеличить свою клиентскую базу, но и сформировать лояльность среди потребителей. Кроме того, молодое поколение все чаще выбирает бренды, которые демонстрируют социальную ответственность. Это создает давление на компании, чтобы они адаптировались к новым требованиям рынка и начали внедрять устойчивые практики.

Несмотря на положительные аспекты, эко-маркетинг в спортивной индустрии сталкивается с рядом проблем. Одной из них является «зеленый маркетинг» – когда компании используют экологическую осознанность как маркетинговый ход без реальных действий по улучшению своей деятельности. Это может привести к недоверию со стороны потребителей и негативно сказаться на репутации бренда [2]. Еще одной проблемой является высокая стоимость внедрения устойчивых практик и технологий. Многие организации могут столкнуться с финансовыми трудностями при переходе на экологически чистые решения.

Эко-маркетинг в спортивной индустрии представляет собой мощный инструмент для формирования устойчивого будущего как для компаний, так и для общества в целом. Успех таких инициатив зависит от искреннего желания организаций внести вклад в охрану окружающей среды и от способности адаптироваться к меняющимся требованиям потребителей. Важно помнить, что устойчивое развитие – это не просто тренд, а необходимость для будущих поколений. Спортивные организации, которые смогут эффективно интегрировать эко-маркетинг в свою стратегию, будут иметь конкурентное преимущество на рынке и смогут вдохновить других следовать их примеру.

1. Углеродный след летних Олимпийских игр 2012–2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.481320cb-6702ded7-5846e5e1-74722d776562/https/www.statista.com/statistics/1474687/carbon-emission-summer-olympic-games/ – Дата доступа: 30.09.2024.

2. Цели и задачи экологического маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sendpulse.com/ru/support/glossary/green-marketing?ysclid=m1xyf2m04w949762080 – Дата доступа: 02.10.2024.

3. Экологический маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskiy-marketing-1 – Дата доступа: 03.10.2024.

4. Особенности использования эко-маркетинга в спортивной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/69174/46-49.pdf?sequence=1&isAllowed=y&ysclid=m1xyjo7svp565758695 – Дата доступа: 04.09.2024.

Стефанович Е.В.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАСКОТА КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Stefanovich Y.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

THE USE OF MASCOTS AS AN EFFECTIVE SPORTS MARKETING TOOL

Аннотация. В статье рассматривается использование маскота в спортивной индустрии в качестве эффективного инструмента продвижения. Описаны основные задачи героя-талисмана, его положительное и негативное влияние на восприятие спортивных мероприятий, на маркетинговые и финансовые результаты команд. Приведены примеры эффективного использования маскота в спортивной клубной деятельности, Европейских и Олимпийских играх.

Ключевые слова: маркетинг; маскот; бренд; брендирование; идентичность бренда; мерч.

Abstract. The article discusses the use of a mascot in the sports industry as an effective promotion tool. The main tasks of the mascot hero, his positive and negative impact on the perception of sporting events, on the marketing and financial results of teams are described. Examples of the effective use of mascots in sports club activities, European and Olympic Games are given.

Keywords: marketing; mascot; brand; branding; brand identity; merch.

В настоящее время спортивный маркетинг играет ключевую роль в продвижении спортивных команд, мероприятий и брендов. Одним из наиболее эффективных инструментов в этой области является использование маскотов. Маскот – это персонаж-талисман, который представляет компанию, бренд или продукт. Он является ключевой фигурой в создании уникального и запоминающегося образа, который по-

могает выделиться среди конкурентов и установить эмоциональную связь с аудиторией.

Маскот может принимать любую форму: это может быть человек, животное, вымышленное существо, природное явление, еда или абстрактная фигура. Важна не столько форма, сколько способность маскота быть узнаваемым и ассоциироваться с конкретным брендом в сознании потенциальных клиентов. Для достижения этой цели маскот должен вызывать положительные эмоции и оставаться в памяти аудитории, способствуя тем самым укреплению бренда и его идентичности.

Не каждый герой может считаться маскотом. Ими становятся только тщательно продуманные, детально проработанные и «живые» персонажи. Они должны обладать четким образом, выраженными чертами характера, мимикой, позами, одеждой и динамикой развития. Персонажи бренда всегда должны отражать идеи и ценности компании или продукта. В процессе создания маскота важно найти баланс между оригинальностью, чтобы не сливаться с конкурентами или компаниями в других сферах, и простотой запоминания.

Маскоты широко используются в спортивной индустрии, помогая улучшить маркетинговые и финансовые показатели команд и организаций, а также активно привлечь новых участников в спортивные сообщества. Это подтверждает исследование от System1 Group, которое установило, что реклама с участием талисманов с большой вероятностью на 37% увеличит долю бренда на рынке и принесет на 30% больше прибыли. Более того исходя из статистических данных опросников было установлено, что 61% респондентов положительно относятся к использованию маскотов в рекламе брендов; 68% считают, что маскоты делают бренд более запоминающимся; использование маскотов в рекламе помогает на 41% усилить эмоциональный контакт с покупателями; маскоты увеличивают вовлеченность аудитории как минимум на 51% [2].

Основная цель внедрения персонажа заключается не в улучшении внешнего образа, а в решении коммуникационных проблем компании через воздействие на эмоциональное восприятие аудитории. Герои-талисманы решают множество актуальных задач, таких как:

1. Расширение целевой аудитории. Маскоты часто создаются с учетом интересов и предпочтений младшей аудитории, что помогает привлечь внимание детей и подростков к спортивным мероприятиям. В спортивной индустрии персонаж-талисман создает эмоциональную связь с болельщиками, делая команду более привлекательной для новых поколений фанатов.

2. Повышение узнаваемости спортивной команды или мероприятия достигается благодаря запоминающемуся визуальному образу маскота. Такие герои часто участвуют в развлекательных мероприятиях, взаимодействуют с болельщиками, создают позитивные эмоции и нативную связь, что способствует формированию лояльности к команде.

3. Увеличение вовлеченности болельщиков за счет участия героя-талисмана во всех мероприятиях, матчах и рекламных кампаниях. Это обращает внимание целевой аудитории и создает уникальную атмосферу на стадионах. Также маскоты создают крепкую связь с потребителями: они могут вызывать радость, улыбку, ностальгию. Например, Чебурашка, известный персонаж из советских мультфильмов, стал

официальным символом всех олимпийских сборных команд России. А медвежонок, символ Олимпиады 1980 года, до сих пор вызывает у многих ностальгические воспоминания о детстве и юности.

4. Совершенствование айдентики (набора элементов, который характерен определенному бренду). Современные технологии дизайна позволяют переводить изображение персонажа в формат 3D-героя, которого в последствии можно использовать для анимации, комиксов, видеороликов, интерактивных игр, рассказов, упаковки, рекламных материалов и рассылок. Из персонажей делают ростовых кукол, внедряют в дополненную реальность и дизайн продуктов, выпуская полноценные игрушки [3].

5. Повышение доступности информации. Герои-талисманы помогают объяснять сложные аспекты спортивных игр или истории создания спортивной команды. Например, маскот может использоваться для образовательных программ, направленных на повышение спортивной грамотности среди молодежи, или для объяснения правил игры в доступной и увлекательной форме.

6. Создание самостоятельного источника дохода. Популярный маскот может быть не просто символом команды, но и кумиром среди болельщиков. В этом случае команда может разрабатывать мерч (сувенирную продукцию) с изображением маскота, что становится дополнительным источником дохода. Например, талисманом хоккейного клуба «Динамо-Минск» является Зубр по имени Волат. Он активно используется для брендирования различной продукции, включая футболки, шарфы, кепки и т.д. Другие примеры успешных маскотов можно увидеть на Олимпийских играх, где талисманы становятся неотъемлемой частью маркетинговой стратегии и приносят значительные доходы благодаря высокому уровню продаж [5].

Маскоты активно используются спортивными клубами, коммерческими организациями и на различных соревнованиях, таких как Олимпийские игры. Маскот или персонаж-талисман – это символ команды, который воплощает в себе ее сильные черты и сближает со спортсменами. Зрители спортивных соревнований всегда отличаются своей сплоченностью, азартом и приверженностью к любимому клубу [4].

Ярким пимером использования маскота в спортивной индустрии является хоккейная команда «Локомотив», у которой два персонажа-талисмана – паровоз и медведь, первый из которых выступает в качестве официального символа, а второй используется в рекламных кампаниях и коммуникациях с аудиторией на матчах хоккейного клуба.

Что касается массовых спортивных мероприятий, то талисман любого крупного турнира – это его неотъемлемая часть. Он должен отражать дух и самобытность страны, в которой пройдут состязания. Таким примером стал Лисенок Лесик, маскот II Европейских игр 2019 года и яркий символ спортивного события, проходившего в Минске. Герой не только привлек внимание к играм, но и стал важным маркетинговым инструментом, способствующим популяризации мероприятия. Лесик был представлен как дружелюбный и энергичный персонаж, что помогло установить крепкую связь с аудиторией. Его образ активно использовался в рекламных кампаниях, на сувенирной продукции и в социальных сетях, что значительно повысило узнаваемость игр. Важную роль сыграл визуальный образ героя: на груди у Лесика логотип, символизирующий четыре столпа игр (олимпийские ценности, энергия победы, сила мечты и яркость эмоций). Цвета персонажа отражают дух соревнований:

черный – решительность, желтый – жизнерадостность, зеленый – развитие, синий – несокрушимость, красный – энергичность.

Также чтобы поддержать старую и привлечь новую аудиторию, изображение Лесика использовалось на множестве продуктов и сувениров, таких как одежда (футболки, кепки, шарфы), аксессуары, брелоки, магниты, значки и мягкие игрушки. Лесик появлялся на упаковках продуктов питания, что делало его еще более узнаваемым и популярным среди детей и взрослых, параллельно распространяя информацию о Европейских играх и различных видах спорта. Все эти продукты помогали создать уникальную атмосферу праздника и спортивного духа, объединяя людей вокруг этого события.

В рамках рекламной кампании Лесика его изображение активно использовалось в сети магазинов «Евроопт», где проходила специальная акция, благодаря которой покупатели могли получить товары с изображением лисенка при покупке определенных продуктов. Дополнительно была запущена акция «Команда Плюш», приуроченная Европейским играм 2019 года, где покупатели могли собирать наклейки и обменивать их на брендированные плюшевые игрушки и кружки. Эта акция способствовала активному распространению и популяризации маскота среди широкой аудитории [1].

Несмотря на популярность маскотов, их использование сопряжено с рядом значительных проблем: создание и поддержка маскота требуют существенных финансовых вложений; риск негативного восприятия героя-талисмана болельщиками, что может отрицательно сказаться на имидже команды; ориентированность маскота на детскую и молодежную аудиторию может ограничивать их привлекательность для взрослых болельщиков; использование маскотов может вызвать этические вопросы, особенно если персонаж воспринимается как стереотипный или оскорбительный для определенных групп людей. Эти аспекты подчеркивают необходимость тщательного планирования и управления при использовании маскотов в спортивной индустрии, чтобы минимизировать риски и максимизировать положительное воздействие на аудиторию.

Таким образом, маскоты играют важную роль в маркетинговой стратегии спортивных команд, помогая расширить целевую аудиторию, повысить узнаваемость бренда и улучшить коммуникацию с болельщиками. Их использование позволяет создать эмоциональную связь с аудиторией, поддерживая лояльность старой и привлекая новую, и сделать спортивные мероприятия более привлекательными и запоминающимися.

1. К Европейским играм в «Евроопт» стартует акция «Команда Плюш» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://evroopt.by/teamplush/. – Дата доступа: 06.10.2024.

2. Маскоты: как герои с билбордов влияют на продажи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sostav.ru/blogs/261062/45141. – Дата доступа: 04.10.2024.

3. Маскоты в маркетинге: кто такие, зачем нужны и где используются [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZbMqAGoqZwOABb6h. – Дата доступа: 04.10.2024.

4. Феномен популярности маскотов или как игрушки становятся необходимым атрибутом в спорте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sports.ru/others/blogs/3036100.html. – Дата доступа: 06.10.2024.

5. Что такое маскоты, и как их используют в брендинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sh.agency/blog/chto-takoe-maskoti. – Дата доступа: 06.10.2024.

Юшкевич Е.И.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В СПОРТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ

Yushkevich E.I.
Scientific supervisor – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

SOCIAL NETWORKS IN SPORTS MARKETING

Аннотация. В статье приведены преимущества социальных сетей, которые позволяют назвать их не только незаменимым средством общения и поддержания социальных связей между людьми, но и полезным инструментом для бизнеса, что касается и спортивного маркетинга. В статье приведены примеры, демонстрирующие эффективность использования социальных сетей в спортивном маркетинге.
Ключевые слова: социальные сети; спортивный маркетинг; маркетинг; спорт; Nike; Adidas; НБА; Барселона.

Abstract. The article presents the advantages of social networks, which allow us to call them not only an indispensable means of communication and maintaining social ties between people, but also a useful tool for business, as for sports marketing. The article provides examples demonstrating the effectiveness of using social networks in sports marketing.
Keywords: social networks; sports marketing; marketing; sports; Nike; Adidas; NBA; Barcelona.

Социальные сети играют важную роль в современном мире, оказывая значительное влияние на различные аспекты жизни. Они стали неотъемлемой частью повседневности миллионов людей по всему миру, предоставляя пространство для общения, самовыражения и обмена информацией. Однако несмотря на это в динамике использования социальных сетей все еще наблюдается рост, а сами сети уже можно назвать не просто частью повседневности, а компонентом ее формирования.

Как можно заметить, существуют три основополагающие причины, определяющие такую значимую роль социальных сетей. Во-первых, социальные сети позволяют всегда оставаться на связи с друзьями и близкими, независимо от расстояния, что делает их незаменимым инструментом для поддержания социальных связей и общения. Во-вторых, социальные сети предоставляют уникальные возможности для самовыражения. Люди могут делиться своими мыслями, идеями, фотографиями и видео с широкой аудиторией благодаря разнообразным функциям, доступным на платформах. Третья причина популярности социальных сетей – это неограниченный доступ к информации: пользователи могут легко находить новости, статьи, видео и другой контент на интересующие их темы. Исходя из всех вышеперечисленных причин значимости социальных сетей, которые в то же время являются их преимуществами, можно заключить, что социальные сети оказывают значительное воздействие на коммерческую деятельность.

Возможности, которые открывают социальные сети для бизнеса, обеспечивают сегодня перспективы его роста и развития. Во-первых, благодаря социальным сетям расстояние перестает быть преградой, причем не только, как уже отмечалось, для поддержания социальных связей и общения между людьми, но и для бизнеса. Так, социальные сети позволяют бизнесу взаимодействовать с пользователями независимо от их местоположения, что значительно расширяет потенциальную клиентскую базу. Более того, платформы социальных сетей предоставляют возможность для быстрого и эффективного взаимодействия с клиентами, что позволяет оперативно реагировать на их запросы и улучшать качество обслуживания, а это, в свою очередь, повышает лояльность уже существующих клиентов.

По большей части возможности социальных сетей активно использует маркетинг. К примеру, очень часто социальные сети используются для создания и продвижения какого-либо бренда: публикация контента, который отражает ценности и миссию компании, помогает создать необходимый ассоциативный ряд, создать определенный образ бренда и тем самым укрепить бренд, привлечь целевую аудиторию. Также социальные сети активно используются для проведения креативных маркетинговых кампаний, которые могут включать конкурсы, акции и другие мероприятия, способствующие вовлечению аудитории, а соответственно, и формированию лояльности. Что касается маркетинга в области спорта, то здесь используется понятие «спортивный маркетинг». Спортивный маркетинг – это сложная, многогранная сфера деятельности, которая призвана сделать профессиональный спорт рентабельным и прибыльным бизнесом путем увеличения уровня популярности спортивных событий в качестве досуга среди населения, повышения уровня узнаваемости бренда спортивных организаций и персональных брендов спортсменов и прочих базисных маркетинговых инструментов, учитывая специфику спортивной индустрии [1]. Основные направления спортивного маркетинга включают: продвижение спортивных событий, то есть организация и реклама мероприятий, таких как чемпионаты, турниры и матчи; маркетинг спортивных организаций и команд, или повышение узнаваемости и популярности спортивных клубов, лиг; продвижение спортсменов через создание и поддержку их персональных брендов; маркетинг спортивных товаров, то есть реклама и продажа спортивной одежды, обуви, оборудования и аксессуаров; а также спонсорство и партнерство, то есть привлечение спонсоров и партнеров для финансирования спортивных мероприятий и проектов. В настоящее время одним из оптимальных способов достижения таких маркетинговых целей является использование социальных сетей. Эффективность использования социальных сетей можно продемонстрировать приведенными далее примерами.

В 2017 году известный бренд «Nike» запустил амбициозный проект «Breaking2», целью которого было преодоление марафонской дистанции менее чем за 2 часа. Этот проект стал не только спортивным вызовом, но и мощным инструментом маркетинга, особенно в продвижении новых моделей кроссовок. Кампания активно продвигалась через социальные сети, включая прямые трансляции на Facebook и YouTube, что позволило привлечь внимание широкой аудитории. Более 13 миллионов человек следили за событием в реальном времени. Nike использовал платформы Twitter, Instagram и Facebook для создания ажиотажа вокруг события, публикуя регулярные обновления, закулисные материалы и истории участников. Новая модель кроссовок

стала символом инноваций и технологического превосходства Nike, что привлекло внимание как профессиональных спортсменов, так и любителей бега. Кампания «Breaking2» стала примером того, как социальные сети могут быть эффективно использованы для продвижения бренда и его продуктов. Благодаря интеграции различных медиа-каналов и созданию уникального контента, Nike удалось значительно повысить узнаваемость бренда и привлечь внимание к своим инновационным продуктам.

В рамках кампании «Create the Answer» Adidas предложил пользователям социальных сетей уникальную возможность стать дизайнерами своих собственных кроссовок. Эта инициатива была направлена на вовлечение аудитории и создание персонализированного опыта, что является ключевым элементом современного спортивного маркетинга. Пользователи могли создавать свои дизайны кроссовок и делиться ими в Instagram, используя специальные хэштеги. Лучшие работы были воплощены в жизнь и представлены широкой аудитории, что не только привлекло внимание, но и вызвало активное участие пользователей. Кампания активно продвигалась через социальные сети, такие как Instagram, Facebook и Twitter, где Adidas публиковал вдохновляющие истории участников и демонстрировал процесс создания уникальных кроссовок. Эта кампания стала ярким примером того, как социальные сети могут быть использованы для продвижения спортивной обуви. Благодаря интеграции пользовательского контента и активному взаимодействию с аудиторией, Adidas удалось создать сильную эмоциональную связь с клиентами и повысить лояльность к бренду. Кампания также способствовала увеличению продаж, так как уникальные дизайны привлекли внимание как новых, так и существующих клиентов. Кампания «Create the Answer» продемонстрировала, как инновационные подходы и активное использование цифровых платформ могут значительно повысить узнаваемость бренда и укрепить его позиции на рынке.

Эффективное использование социальных медиа также можно проиллюстрировать на примере футбольный клуб «Барселона», который активно использует различные платформы для взаимодействия с болельщиками по всему миру. В Instagram «Барселона» регулярно публикует захватывающие моменты матчей, тренировочные видео и эксклюзивный контент о жизни игроков. Это помогает поддерживать интерес и вовлеченность фанатов, а также укрепляет их эмоциональную связь с клубом. На YouTube клуб создает длинные видео, включая документальные серии о клубе, интервью с игроками и аналитические обзоры матчей. Эти видео предоставляют более глубокое погружение в мир клуба, что особенно ценится преданными болельщиками. На Facebook и Twitter клуб делится актуальными новостями, обновлениями о предстоящих играх и результатами матчей в реальном времени, что делает эти платформы идеальными для оперативного общения с фанатами. Такой комплексный подход использования социальных сетей удерживает интерес существующих фанатов и привлекает новых. Разнообразный и привлекательный контент помогает укрепить бренд спортивной команды и ее связь с мировой аудиторией.

НБА (национальная баскетбольная ассоциация) – яркий пример того, как эффективно использовать социальные сети для достижения успеха. Организация преуспела в расширении своей базы поклонников и глобальной деятельности благодаря активному присутствию в социальных сетях. Лига регулярно делится яркими моментами,

закулисным контентом и историями о своих игроках на различных платформах, что помогает ей стать самой популярной спортивной лигой в социальных сетях по всему миру. С более чем 150 миллионами подписчиков на социальных платформах, НБА демонстрирует, как социальные сети могут значительно увеличить охват и вовлеченность аудитории. 61% болельщиков НБА следят за лигой или командами в социальных сетях, а ежегодно контент НБА генерирует более 14 миллиардов просмотров. Эти цифры подчеркивают, насколько выгодно использовать социальные сети для взаимодействия с фанатами и продвижения бренда.

Отдельные спортсмены также извлекают выгоду из социальных сетей. Например, у звезды футбола Криштиану Роналду более 500 миллионов подписчиков на социальных платформах, что позволяет ему напрямую взаимодействовать с болельщиками и эффективно продвигать свой бренд.

Таким образом, социальные сети не только служат незаменимым средством общения и поддержания социальной связи между людьми, но и являются мощным инструментом для бизнеса, что касается и спортивного маркетинга. Из вышеприведенных примеров можно заключить, что использование социальных сетей в спортивном маркетинге может быть результативным и наиболее оптимальным решением поставленных задач благодаря всем тем возможностям, которые открывают различные платформы.

1. Коляда, Н. Я. Спортивный маркетинг: сущность, особенности, цели и задачи / Н. Я. Коляда // Молодой ученый. – 2021. – № 14 (356). – С. 108–110.

Якубик Д.С.
Научный руководитель – Войтишкин В.Л.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

МАРКЕТИНГ В СПОРТЕ: СТРАТЕГИИ УСПЕХА И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФАНАТОВ

Yakubik D.S.
Scientific adviser – Voitishkin V.
Yanka Kupala State University of Grodno

MARKETING IN SPORT: STRATEGIES FOR SUCCESS AND ATTRACTING FANS

Аннотация. В данной работе представлены результаты исследования одного из подвидов маркетинга – спортивный маркетинг. Автором раскрываются его особенности его, сущность, цель, преимущества, и распространенность в целом. Приведены примеры маркетинга в спортивной индустрии. Отражено значение маркетинга в спортивной индустрии, и то, какие преимущества они несут в спортивный бизнес.

Ключевые слова: маркетинг, спорт, реклама.

Abstract. This paper presents the results of a study of one of the subtypes of marketing – sports marketing. The author reveals its features, essence, purpose, advantages, and prevalence in general. Examples of marketing in the sports industry are given. The importance of marketing in the sports industry and the benefits they bring to the sports business are reflected.

Keywords: marketing, sports, advertising.

Спортивный маркетинг – это специализированная область маркетинга, которая сосредоточена как на продвижении спортивных событий и команд, так и на рекламе других товаров и услуг посредством этих мероприятий и команд. В этом контексте продвигаемыми могут быть как физические продукты, так и торговые марки.

К объектам маркетинга относятся следующие продукты:

1. события в спорте (это могут быть соревнования, пресс-конференции с участием именитых тренеров и/или спортсменов, выступления руководителей спортивных организаций);
2. спортивный товар (например, инвентарь, атрибуты, одежда, обувь, книги, сувениры – словом, те продукты, которые используют болельщики, спортсмены и их инструкторы в процессе тренировок и соревнований);
3. спортивная услуга (любая услуга, которая имеет отношение к спорту, например, тренировка, аренда зала, участие в спортивном мероприятии);
4. информация о спортивном событии/мероприятии/ситуации (новость, статья, расписание, регламент, правила);
5. личности спортивной индустрии (к ним относятся персоны из мира спорта – тренеры, спортсмены, репортеры, менеджеры, официальные лица, обслуживающий персонал, болельщики);
6. сооружения (арена, спортивный зал, бассейн, клуб, поле – все они являются местами максимального скопления спортсменов и зрителей, маркетинговыми объектами, на территории которых размещается самая действенная реклама);
7. организации (лига, федерация, руководство);
8. право (например, телевизионное, лицензионное, трансферное);
9. целевая аудитория.

Спортивные команды играют ключевую роль в привлечении болельщиков и генерации дохода через различные рекламные мероприятия. Спортивные организации и команды применяют эти стратегии для формирования крепкой базы фанатов, увеличения продаж билетов и привлечения спонсорских соглашений. Создавая увлекательный контент и незабываемые впечатления, они способствуют повышению лояльности и энтузиазма среди своих поклонников. Кроме того, маркетинг в спорте охватывает мерчандайзинг, где продукция с фирменной символикой становится важным источником дохода. Понимание этого аспекта маркетинга крайне важно, так как он не только способствует финансовому успеху, но и увеличивает видимость и популярность спортивного бренда. Благодаря эффективным маркетинговым стратегиям спорт способен преодолевать культурные и географические барьеры, достигая глобальной аудитории. Спортивный маркетинг также активно используется для продвижения брендов, товаров и услуг. Компании часто спонсируют меропри-

тия, команды, спортивные клубы или отдельных атлетов, чтобы повысить свою известность и авторитет среди широкой аудитории. Этот вид маркетинга использует эмоциональную связь, которую болельщики испытывают к своим любимым видам спорта и спортсменам.

Спортивные компании играют важную роль в использовании спонсорства и маркетинговых партнерств для продвижения товаров и услуг, напрямую или косвенно связанных со спортом. Например, бренд, связанный с любимой командой, может извлечь выгоду из позитивного имиджа и лояльных поклонников команды. Маркетинг через спорт включает рекламу во время трансляций, размещение логотипов на форме и проведение рекламных мероприятий вокруг спортивных событий. Такой подход помогает брендам взаимодействовать с потребителями более привлекательным и запоминающимся образом. Присоединяясь к азарту спорта, компании могут повысить привлекательность своего бренда и повысить лояльность клиентов.

Ключевые стратегии спортивного маркетинга для достижения успеха

Эффективные методы брендинга.

Эффективные подходы к брендингу в спортивном маркетинге сосредоточены на создании мощной и узнаваемой идентичности, которая вызывает отклик как у фанатов, так и у потребителей. Агентства спортивного маркетинга играют важную роль в разработке единого визуального стиля на различных платформах, начиная от социальных сетей и заканчивая товарами. Это способствует укреплению присутствия бренда и делает его мгновенно узнаваемым. Другой метод включает рассказывание историй, когда бренды делятся увлекательными нарративами о своей связи со спортом, спортсменами или событиями.

Некоторые рекламные кампании Rolex, связанные с автоспортом или теннисом, являются уникальными образцами. Эти истории могут вызывать эмоции и создавать более глубокую связь с аудиторией. Кроме того, использование поддержки от популярных спортсменов может значительно повысить авторитет бренда и его охват. Спортсмены часто являются мощными влиятельными лицами, и их связь с брендом может привести к повышению доверия и лояльности потребителей. Вовлекающий контент, такой как закулисные съемки или опыт общения фанатов с кумирами спорта, также играет решающую роль в эффективном брендинге. Используя эти методы, бренды могут добиться долгосрочного успеха.

Взаимодействие с болельщиками и сообществами спорта.

Взаимодействие со спортивными болельщиками и сообществами имеет решающее значение для успеха спортивного маркетинга. Построение прочных отношений с фан-базой может привести к повышению лояльности и доверия потребителей.

Социальные медиа-платформы представляют собой неоценимые инструменты для взаимодействия команд и брендов с фанатами, позволяя общаться через комментарии, лайки и репосты. Регулярные обновления, закулисный контент и прямое взаимодействие помогают поддерживать интерес и вовлеченность аудитории. Программы по работе с общественностью, такие как молодежные спортивные медицинские учреждения и благотворительные мероприятия, способствуют созданию положительного имиджа и укреплению связей с местными сообществами. Кроме того, вовлеченность болельщиков можно повысить с помощью интерактивных мероприятий, таких как конкурсы, опросы и виртуальные встречи. Персонализированная

коммуникация, например, специальные рассылки по электронной почте, помогает фанатам чувствовать себя ценными и уважаемыми. Фокусируясь на этих инициативах, спортивные организации и бренды могут создать лояльное сообщество фанатов, что приведет к долгосрочному успеху.

Использование социальных сетей.

Использование социальных сетей является ключевой стратегией в спортивном маркетинге и маркетинге посредством спорта, при этом особое внимание уделяется выявлению и привлечению целевой аудитории.

Социальные сети предлагают прямую связь с фанатами и позволяют взаимодействовать в режиме реального времени. Такие платформы, как Twitter, Instagram и Facebook, позволяют брендам и спортивным организациям делиться обновлениями, освещать достижения игроков и продвигать предстоящие события.

Визуальный контент, такой как фотографии и видео, может передать атмосферу живых матчей и закулисные моменты, способствуя более глубокой связи с аудиторией.

Интерактивные функции, такие как опросы и прямые трансляции еще больше усиливают вовлеченность фанатов. Более того, аналитика социальных сетей дает ценную информацию о поведении и предпочтениях фанатов, позволяя проводить более узконаправленные и эффективные маркетинговые кампании. Сотрудничество с влиятельными лицами и спортсменами на этих платформах может увеличить охват.

Стратегически используя социальные сети, спортивные бренды могут поддерживать динамичное присутствие и постоянно взаимодействовать со своей аудиторией.

Успешные кампании спортивного маркетинга, несколько примеров.

Успешные кампании спортивного маркетинга часто выделяются своей креативностью и воздействием с потребителями. Одним из ярких примеров является кампания Nike «Just Do It», которая стала слоганом бренда. Представляя лучших спортсменов и вдохновляющие истории, Nike эффективно связывается как с любителями спорта, так и с обычными потребителями. Другим примером является спонсорство Red Bull экстремальных спортивных мероприятий, таких как Red Bull Air Race и Red Bull Stratos. Эти захватывающие события идеально соответствуют имиджу бренда и значительно повысили его узнаваемость и привлекательность. Также заслуживает упоминания кампания «This Girl Can» от Sport England. Эта инициатива направлена на то, чтобы побудить женщин всех возрастов и слоев общества заниматься спортом, используя реальные истории для разрушения барьеров и продвижения инклюзивности. Эти кампании подчеркивают, как стратегическое соответствие спорту может создавать мощные нарративы, стимулировать вовлеченность и достигать маркетинговых целей.

Проблемы и решения

Преодоление распространенных препятствий в спортивном маркетинге требует стратегического планирования и адаптивности. Проведение успешной спортивной маркетинговой кампании требует тщательного стратегического планирования для обеспечения эффективных и инновационных результатов.

Одной из частых проблем являются бюджетные ограничения. Небольшие организации или бренды могут испытывать трудности в конкуренции с более крупными субъектами, имеющими более значительные маркетинговые бюджеты. Чтобы решить

эту проблему, можно эффективно сосредоточиться на целевых, высокоэффективных мероприятиях, таких как кампании в социальных сетях и локальное спонсорство.

Другим препятствием является поддержание вовлеченности болельщиков в межсезонье, или когда команда не играет. Создание круглогодичного контента, например, интервью с игроками, тренировки и конкурсы болельщиков может поддерживать интерес аудитории.

Кроме того, управление репутацией бренда имеет решающее значение, особенно в условиях противоречий, связанных со спортсменами или спортивными мероприятиями. Наличие плана управления кризисом и прозрачность с фанатами могут помочь смягчить негативные последствия. Выявляя эти препятствия на ранней стадии и применяя индивидуальные решения, спортивные маркетологи могут преодолевать трудности и поддерживать успешные кампании.

Адаптация к тенденциям рынка

Адаптация к рыночным тенденциям жизненно важна для сохранения актуальности в спортивном маркетинге. Адаптация стратегии спортивного маркетинга имеет решающее значение для учета уникальных характеристик спортивной индустрии и сохранения лидирующих позиций. Одной из важных тенденций является растущее использование цифровых платформ. Бренды должны использовать такие технологии, как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), для создания захватывающих впечатлений фанатов. Еще одна тенденция – растущая важность аналитики данных. Используя данные для понимания поведения и предпочтений фанатов, маркетологи могут более эффективно адаптировать кампании. Устойчивость также стала ключевой проблемой, поскольку фанаты отдают предпочтение брендам, которые поддерживают экологически чистые практики. Включение инициатив по устойчивому развитию в маркетинговые стратегии может повысить лояльность к бренду. Кроме того, рост киберспорта открывает новые возможности для взаимодействия с молодой аудиторией. Оставаясь в курсе этих тенденций и проявляя гибкость в своем подходе, спортивные маркетологи могут внедрять инновации и сохранять конкурентное преимущество.

Будущее спортивного маркетинга

Новые технологии и тенденции должны произвести революцию в будущем спортивного маркетинга. Спортивные компании находятся на переднем крае внедрения этих новых технологий для улучшения своих маркетинговых стратегий и вовлечения болельщиков. Одним из заметных достижений является использование искусственного интеллекта (ИИ) для персонализированного опыта болельщиков. ИИ может анализировать огромные объемы данных для предоставления индивидуального контента и рекомендаций, повышая вовлеченность. Еще одной важной тенденцией является интеграция технологии блокчейн, которая может обеспечить прозрачные и безопасные системы продажи билетов, а также уникальный опыт болельщиков с помощью NFT (невзаимозаменяемых токенов). Кроме того, связь 5G обещает преобразовать прямые трансляции спортивных состязаний, предлагая сверхбыстрые трансляции высокой четкости и интерактивные функции. Внедрение носимых технологий также позволяет отслеживать здоровье и результаты в режиме реального времени, добавляя новое измерение вовлеченности болельщиков и продвижению спортсменов. По мере развития этих технологий они предоставят брендам инновационные

способы связи с аудиторией, делая спортивный маркетинг более динамичным и интерактивным. Опережение этих тенденций будет иметь важное значение для маркетологов, стремящихся извлечь выгоду из новых возможностей.

1. Томич, М. Маркетинг в спорте. Рынок и спортивные продукты / М. Томич. – М.: МАФСИ, 2002.

2. Колесина, К. Основные отличительные особенности спортивного маркетинга [Электронный ресурс] / К. Колесина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 11-2. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/ n/osnovnye-otlichitelnye-osobennosti-sportivnogo-marketinga. – Дата доступа: 13.10.2024.

3. Беленов, О. Н. Оценка эффективности маркетинга: подходы к анализу и расчету [Электронный ресурс] / О. Н. Беленов, А. А. Бесходарный // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 38. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-marketinga-podhody-k-analizu-i-raschetu. – Дата доступа: 13.10.2024.

4. Степанова, О. Н. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в системе физической культуры и спорта / О. Н. Степанова // Теория и практика физической культуры. – 2004. – № 6.

Gu Zhuangzhuang
Henan Normal University

RESEARCH ON PRECISION EXERCISE PRESCRIPTION DEVELOPMENT BASED ON TRADITIONAL CHINESE MEDICINE CONSTITUTION AND GENOMICS

Regular participation in sports and exercise is good for health, but improper exercise may cause sports injuries, so the development of precise sports fitness programs has become particularly important[1]. As people's understanding of health deepens, the degree of integration between sports and medicine has increased year by year. Currently, the concept of "Proactive Health" has been deeply promoted and implemented in China, which represents that the degree of "Sports and Medicine Integration" has entered a deeper level[2]. Traditional Chinese medicine believes that "Sages do not treat diseases after they occur, but prevent them from arising" and is consistent with the proactive health concept. Based on this, the concept of promoting health through exercise has shifted from "Treating diseases after they occur" to "Preventing diseases from arising" and has become a consensus in China[3]. People's demand for precise exercise prescriptions is also increasing. The popularization and promotion of exercise prescriptions play a crucial role in improving the public's scientific fitness level and effectively preventing chronic diseases. The concept of "Precise fitness guidance plan" originates from "precise medicine" and is based on genomics, proteomics, metabolomics, and phenotypic profiling to make precise predictions about individual training effects, thereby designing more suitable exercise fitness programs for individuals. Based on this, this study aims to explore how traditional Chinese medicine concepts can be integrated with genomics to be used in exercise prescription, in order to fully utilize the roles of traditional Chinese medicine and sports in health promotion and also to promote the development of exercise prescriptions.

Fitness is an important indicator of one's health, and all countries attach great importance to the level of national constitution. In traditional Chinese medicine, fitness has also been classified, and a separate school of "traditional Chinese medicine fitness" has been formed. "Traditional Chinese medicine fitness" is an extension and innovation of constitution from a new perspective. The formation of traditional Chinese medicine fitness is the result of the synergistic action of hereditary factors and environmental factors. Currently, the classification method of traditional Chinese medicine constitution is clear, and individuals can be classified into 9 types through the "Chinese Traditional Medicine Constitution Questionnaire," including the following 9 basic types: normal constitution, qi deficiency constitution, Yang-deficiency constitution in female infertility, osteoporosis, irritable bowel syndrome, gonarthrosis and dysmenorrhea; Yin-deficiency constitution in hypertension, diabetes, constipation, female climacteric states and osteoporosis; phlegm-dampness constitution in hypertension, stroke, fatty liver disease, diabetes and metabolic

syndrome; damp-heat constitution in acne, chronic gastritis, chronic viral hepatitis B, human papillomavirus infection and hyperuricemia; blood-stasis constitution in CAHD, endometriosis and stroke; Qi-stagnation constitution in hyperplasia and neoplasms of the breast, insomnia, depression and thyroid nodules; and inherited-special constitution in asthma and allergic rhinitis[4]. The concept of "physical fitness can be adjusted" in traditional Chinese medicine provides a new perspective for the prevention of chronic diseases.

Sports genomics is a method of studying the genetic mechanisms of sport-related traits such as athlete performance, physical fitness, and sport-specific adaptation using genetic research methods. Revealing the genetic mechanisms of sport-related traits may provide new theoretical support for athlete selection, public health promotion, and the treatment and prevention of chronic diseases[5]. There is a close link between genetic factors and training sensitivity. Genetic candidate gene studies and genome-wide association studies have confirmed that genes such as ACTN3, ACE, PGC-1a, MSTN, and CKM are associated with aerobic or strength-related traits. Based on these genetic polymorphisms, predictive genetic score models for training effects have been developed and have been applied in practice[6]. At the same time, genetic risk score models have also been used for the prediction of chronic non-communicable diseases and have achieved certain results[7]. Therefore, the precision exercise prescription developed by combining traditional Chinese medicine physiology and sports genomics not only improves training effects but also provides more precise prevention of chronic non-communicable diseases.

1. HUBAL M J, GORDISH-DRESSMAN H, THOMPSON P D, et al. Variability in muscle size and strength gain after unilateral resistance training [J]. Med Sci Sports Exerc, 2005, 37(6): 964-72.

2. CHAN D. Proactive steps to population health: Starting early, starting right [J]. Ann Acad Med Singap, 2023, 52(6): 278-9.

3. MA Y, ZHOU K, FAN J, et al. Traditional Chinese medicine: potential approaches from modern dynamical complexity theories [J]. Front Med, 2016, 10(1): 28-32.

4. LIANG X, WANG Q, JIANG Z, et al. Clinical research linking Traditional Chinese Medicine constitution types with diseases: a literature review of 1639 observational studies [J]. J Tradit Chin Med, 2020, 40(4): 690-702.

5. TANISAWA K, WANG G, SETO J, et al. Sport and exercise genomics: the FIMS 2019 consensus statement update [J]. Br J Sports Med, 2020, 54(16): 969-75.

6. CHARLIER R, CASPERS M, KNAEPS S, et al. Limited potential of genetic predisposition scores to predict muscle mass and strength performance in Flemish Caucasians between 19 and 73 years of age [J]. Physiol Genomics, 2017, 49(3): 160-6.

7. ROBERTS E, HOWELL S, EVANS D G. Polygenic risk scores and breast cancer risk prediction [J]. Breast, 2023, 67: 71-7.

Li Mengyao
Henan Normal University

OPPORTUNITIES, VALUES AND INSPIRATIONS FOR PROMOTING SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CHINESE SPORTS UNDER THE BACKGROUND OF THE NEW ERA

Abstract. With the global attention on sustainable development issues in the 21st century, sports, as an important force in promoting sustainable development, have increasingly highlighted their value and role. China's sports industry is facing unprecedented development opportunities, while also undertaking important tasks in promoting sustainable development. This article aims to explore how Chinese sports can seize the opportunities of the new era. By analyzing the correlation between education, disability, gender equality, livelihood, health, community development, and development and peace in seven dimensions, it reveals the unique role of Chinese sports in promoting sustainable development, and draws corresponding action inspirations to enrich and deepen the understanding of the role of sports in sustainable development, and contribute Chinese wisdom and solutions to global sustainable development.

Keywords: Chinese sports; sustainable development; a community with a shared future of mankind.

Since the beginning of the 21st century, sustainable development has become a global focus of attention. In 2015, the United Nations General Assembly adopted Article 37 of the 2030 Agenda for Sustainable Development, emphasizing the crucial role of sports in promoting sustainable development and calling on the global community to recognize the important potential of sports in it. The International Olympic Committee and other sports organizations responded quickly and integrated it into their daily work and the organization of major events such as the Olympic Games. The Olympic Agenda 2020, adopted at the 127th Session of the International Olympic Committee, lists sustainable development as one of the three pillars of Olympic reform, alongside credibility and youth, making sustainable development a core issue in international sports governance. The cooperation of the United Nations and other international communities provides new research and practical perspectives for this. In this context, what are the opportunities for the Chinese sports industry to participate in promoting sustainable development? What sustainable development concepts and goals can sports help achieve? What action inspirations should be followed in specific practice? These questions still need to be answered and explained. Based on this, this study aims to explore the opportunities faced by Chinese sports in promoting sustainable development in the context of the new era, focusing on the "why" sports are crucial for sustainable development, the "what" role sports play in sustainable development, and the logical mainline of "how to effectively utilize sports to promote sustainable development". It evaluates the necessity, initiative, and feasibility of Chinese sports in sustainable development. Starting from the theoretical perspective of building a community with a shared future for mankind, we will consider the value and role of sports in Chinese society in the new era, in order to provide richer theoretical and practical insights for promoting sustainable development through sports.

1 The Era Opportunity of Promoting Sustainable Development in Chinese Sports

1.1 Attention and Promotion of Sustainable Development Strategies by the United Nations and International Sports Organizations

In the context of globalization, sports have transcended national borders and become a bridge connecting different countries and regions around the world. In order to highlight the important role of sports in social development and peace, the United Nations not only established the International Day of Sport for Development and Peace, but also continued to promote the contribution of sports in this field through the Sustainable Development Goals Fund. In 2018, the United Nations further issued the "Contribution of Sports to Achieving Sustainable Development Goals: Action Guidelines", which systematically summarized the practical experience of sports in promoting sustainable development and reflected the unique value of sports in achieving sustainable development goals. Under this framework, sports organizations such as the International Olympic Committee actively respond to the call of the United Nations to integrate sustainable development goals into their daily work and the hosting of major events such as the Olympic Games. Sports, as an efficient tool for promoting peace and development, have been recognized in multiple resolutions of the United Nations General Assembly for their crucial role in achieving the Millennium Development Goals, and have become an important force in promoting the construction of a community with a shared future for mankind.

1.2 The Chinese government's emphasis and care for sustainable development work

The Chinese government fully recognizes the important role of sports in sustainable development and has integrated it into the core strategy of national development. The 14th Five Year Plan for Sports Development emphasizes the key role of sports in promoting economic and social development and enhancing national soft power, and sets a goal of the total scale of the sports industry exceeding 5 trillion yuan by 2025, making sports an important force supporting sustainable economic and social development. On the other hand, it highlights the multiple values of sports in promoting public health, education, and social inclusion, demonstrating the government's emphasis on the contribution of sports to sustainable development.[□] The vision of building a community with a shared future for mankind proposed by the Chinese government is highly consistent with the United Nations Sustainable Development Goals. China actively participates in and leads the reform and construction of the global governance system, supports the United Nations to play a greater role in international affairs, and jointly creates a lasting peace, security, prosperity, and clean and beautiful world. This provides broad space for the development of China's sports industry and lays the foundation for sports to play a greater role in promoting overall social progress and global sustainable development.

1.3 The Practical Need for Further Deepening Reform in Chinese Sports

At present, as the main contradiction in society undergoes a transformation, Chinese sports are standing at a crossroads of deepening reform and urgently need to enhance the modernization level of governance system and capacity. The 14th Five Year Plan for Sports Development points out that the sports industry is about to usher in six new development opportunities: the new development concept will lead the reform and innovation of the industry; With the increase of income level, new impetus will be injected into the sports industry; Emerging lifestyles will stimulate more effective demands; The upgrading

of consumption will drive the transformation of industrial formats; The technological revolution will drive the industry towards intelligent upgrading; The new integration path will broaden more development space for the sports industry. This wave of reform directly promotes the modernization of the sports governance system, optimizes the sports public service system, and promotes the deep integration of the sports industry with other industries, accelerating the growth of the sports industry itself, promoting overall social progress and peace, and providing solid support for building a community with a shared future for mankind.

2 The Value of Promoting Sustainable Development in Chinese Sports

A diverse perspective can better help understand the role of sports in promoting sustainable development goals and its practical significance for comprehensive social development. The United Nations' sustainable development strategy includes three aspects: economy, society, and environment. In addition, it also includes multiple areas of human society such as health, education, gender, institutional governance, and partnerships. The academic community mainly conducts research on seven issues: education, disability, gender equality, livelihoods, health, community development, and development and peace. Based on this and combined with China's national conditions, this article comprehensively and meticulously re evaluates the value of sports in promoting sustainable development in China.

2.1 Promoting more comprehensive development of education

The policy of deepening the integration of sports and education implemented in China in recent years highlights the important value of sports in promoting the comprehensive development of education. According to Sustainable Development Goal 4.1, participating in sports is a fundamental right of every individual, emphasizing the fundamental role of physical education in the national education system. Sustainable Development Goals 4.4 and 4.5 are further elaborated, pointing out that sports activities play an important role in inspiring young people's love for educational environments and promoting social integration among students from different backgrounds through their fun and attractiveness. At the same time, they also create a more harmonious and inclusive social environment for people with disabilities and people of different ethnicities and religious beliefs. Sustainable Development Goal 4.7 places greater emphasis on the positive impact of sports in shaping the educational environment. By learning the knowledge and skills required for sustainable development, we continuously establish excellent qualities such as sustainable lifestyles, gender equality education, promoting peace, and global citizenship.

2.2 Promoting the positive development of vulnerable groups

The attention of vulnerable groups such as children, adolescents, and people with disabilities in terms of physical, psychological, behavioral, and social adaptation is crucial. International sports organizations, government and non-governmental organizations, and international development departments have actively taken action strategies. The International Olympic Committee promotes social harmony through sports, such as promoting inclusive education for young refugees in Costa Rica, and providing sports and entertainment equipment in Cambodia and Afghanistan to promote the physical and mental health and social adaptation of local children. The China Disabled Persons' Federation has formulated the "14th Five Year Plan" for the development of sports for people with disabilities, aiming to increase their participation in sports, enhance their physical fitness,

and promote their social integration and comprehensive development. There are studies showing that sports can intervene in the physical and mental health of students with weak physical fitness. By analyzing the developmental characteristics of students with weak physical fitness, different physical fitness problems such as disabled students, students with chronic or sudden diseases, overweight or underweight students, and students with poor physical fitness are classified, and exercise strategies are proposed.

2.3 Promoting Gender Equality and Deepening Development

The United Nations' sustainable development agenda clearly emphasizes the attention and importance of gender equality work, and Chinese sports continue to deepen and expand solutions and means to promote gender equality issues. Sustainable Development Goal 5.1 states that sports, with its powerful gender neutral platform, call on the general public to change various prejudices, discrimination, and unreasonable gender norms against women. Sustainable Development Goals 5.2 and 5.3 place greater emphasis on providing women with relatively safe and fair environments and opportunities, fostering their confidence, knowledge, skills, and healthy lifestyles, and resisting violence and harmful practices against women, including early pregnancy and exploitation. Studies have shown that 80% of female employees in the career sector engage in sports, with 69% of women believing that sports are helpful for their career success. Sustainable Development Goal 5.5 calls for women in all positions to participate in sports and promote further equality in sports leadership.

2.4 Promoting sustainable economic development and productive employment

The Outline for Building a Sports Strong Country issued by the State Council in 2019 clearly states the need to improve the entire sports industry chain, promote coordinated development of regional sports industries, and address economic development and employment issues as one of the sustainable development goals. It is also clear that sports have important value in promoting economic development and employment issues. Sustainable Development Goals 8.1 and 8.9 clearly state that the sports business and media industry chain will provide employment opportunities for young people, and the hosting of sports events and venue operations will also promote the sustainable development of the tourism industry. Enterprises can carry out educational programs based on sports activities to help young people improve their skills in employment and life, providing a good form for enterprises to fulfill social responsibilities and practice entrepreneurial spirit (Sustainable Development Goals 8.3 and 8.6). For the employment of vulnerable groups such as people with disabilities, sports enterprises can also play their role (Sustainable Development Goal 8.5), strictly prohibit illegal activities such as forced labor and child labor, and protect the sustainable development of productive employment.

2.5 Promote the healthy development of different age groups

The "Healthy China 2030" plan and the "Healthy China Action Plan (2019-2030)" issued by our country have elaborated on the action plan to promote health and hygiene, and also reflect the importance attached to the role of sports in promoting health. During the COVID-19, the demand for home exercise reached a new climax, and online fitness became a new fitness trend [], further promoting the integration of national fitness and national health, and national fitness became an important guarantee for achieving healthy and sustainable development. Sustainable Development Goal 3.2 states that mothers can help reduce infant and maternal mortality rates and enhance postpartum recovery through

healthy physical exercise. Sustainable Development Goals 3.4 and 3.5 further state that participating in sports activities can improve mental health, enhance self-esteem, alleviate anxiety and depression, and prevent and treat substance abuse.

2.6 Promoting Sustainable Development in Communities

Exploring the importance of communities for sustainable development and the potential role of sports in community development has become a topic of close concern for various organizations and academia. In depth exploration of the value of sports in this field will provide reference for China to fully leverage the role of sports in urban and rural community development. Establishing sports facilities and spaces in urban and rural planning can encourage young people to stay away from alcohol, avoid drug abuse, reduce negative behaviors such as smoking and violent activities, and lower crime rates in the region. Sustainable Development Goal 11.3 emphasizes that the establishment of sports facilities and activities can strengthen emotional connections between community citizens, increase community identity, and help revitalize old communities. Sustainable Development Goals 11.3 and 11.7 provide care and respect for people with disabilities, children, the elderly, and other groups, create a positive sports environment through sports, promote mutual understanding and respect among people of different ages, ethnicities, religious beliefs, and economic conditions, and effectively reduce discrimination and inequality within the community. Sustainable Development Goals 11.5 and 11.6 emphasize the value of sports in post disaster reconstruction in disaster areas. By establishing sports facilities and conducting sports activities, they help improve the physical and mental health of local residents affected by disasters, bringing hope and vitality to their lives.

2.7 Promoting World Peace and Development

Sports diplomacy is an important component of China's overall diplomacy, promoting exchanges and understanding between different countries and cultures through sports activities, enhancing international friendship, and promoting peaceful coexistence. Sports events such as the Olympic Games and the World Cup, large-scale international events, not only showcase a country's soft power, but also serve as platforms for cultural exchange and diplomacy, showcasing and disseminating the cultural characteristics of different countries and regions. Through sports events and activities, people from different cultural backgrounds can understand and respect each other, promoting cultural diversity and international cultural exchange. In the face of global challenges, such as climate change and public health crises (such as the COVID-19), the sports community has made important contributions to promoting a safe and sustainable global recovery from crises by organizing and promoting sports activities.

3 The Inspiration of Promoting Sustainable Development through Sports in China

3.1 Strengthen the integration of sports and education, promote educational equity and quality improvement

The integration of sports and education is an important strategy for promoting sustainable development. The integration of sports and education can not only improve students' physical health, but also cultivate their teamwork spirit, competitiveness, and sense of fairness. Firstly, the government should integrate resources, improve the physical education system, increase investment in school sports facilities, ensure that every school has qualified sports venues and equipment, and enhance the professional level and teaching ability of education and teaching through strengthening the training of physical education

teachers. Secondly, enrich the content of physical education courses. Schools should provide diverse physical education programs, including traditional sports and emerging sports activities, to meet the interests and needs of different students. Thirdly, strengthen the sports competition system. By organizing sports competitions within schools, between schools, and internationally, students' enthusiasm for sports is stimulated, and their competitive spirit and teamwork ability are cultivated unconsciously, unleashing the mysteries of sports. Fourthly, vigorously promote sports culture. Promote sports culture in schools, let students understand the history, value, and significance of sports, and enhance their awareness and participation in sports.

3.2 Pay attention to vulnerable groups, promote sports equality and social inclusion

Sports equality and social inclusion are important goals of sustainable development. Sports activities should be open to everyone, regardless of their gender, age, race, religion, or physical condition. Providing accessible sports facilities can ensure that all sports facilities meet accessibility standards, making them convenient for people with disabilities and the elderly to use, and promoting the concept of equality in sports for all. Develop targeted sports programs and design specialized sports programs for people with disabilities, the elderly, and low-income groups to enable them to participate in sports activities on an equal footing. Through media and public promotion, raise awareness of sports equality and inclusivity in society, and further eliminate prejudice and discrimination against specific groups. Finally, establish a diversified sports participation mechanism, encourage communities, schools, and enterprises to carry out diverse sports activities, so that people from different backgrounds can find suitable sports projects and promote the development of national sports.

3.3 Promote the development of the sports industry, promote economic growth and employment

The sports industry is an important sector for promoting economic growth and employment. Developing the sports industry can not only provide a large number of employment opportunities, but also drive the development of related industries. Firstly, the government should formulate long-term development plans for the sports industry, clarify development directions and goals, provide policy support and funding investment, and inject vitality into the development of the sports industry. Secondly, actively cultivate sports market entities, encourage and support the development of sports enterprises, especially small and medium-sized enterprises and innovative enterprises, to enhance competitiveness and innovation capabilities. Thirdly, utilizing natural resources and cultural heritage to develop sports tourism and leisure products, attracting domestic and foreign tourists, and promoting local economic development. Fourth, strengthen international cooperation in the sports industry. Through international cooperation, introduce advanced sports industry technology and management experience, and enhance the international competitiveness of the domestic sports industry.

3.4 Advocate for a healthy lifestyle, promote public health and health promotion

Sports activities are an important means of promoting a healthy lifestyle. By promoting sports activities, people's health level can be improved and the incidence of diseases can be reduced. Firstly, the government should actively promote national fitness activities, encourage people to participate in daily sports activities, and improve the health awareness and level of the whole population. Secondly, establish a comprehensive sports and health service system, including sports and health education, sports and health consultation, and

sports and health intervention, to provide people with comprehensive sports and health services. Thirdly, encourage technology companies to develop sports and health technology products, such as intelligent sports equipment, sports and health management software, etc., to help people better engage in sports activities and health management. Fourth, promote the integration of sports and medical care, use sports activities for disease prevention and rehabilitation treatment, improve the effectiveness of medical services, and make positive contributions to building a harmonious society, enhancing national cultural soft power, and promoting global sustainable development.

4 Conclusion

In the context of globalization and diversification, China's sports industry is standing at the forefront of promoting sustainable development. By deepening reforms, innovating development models, and strengthening international cooperation, Chinese sports not only have unprecedented development opportunities, but also bear the important mission of promoting social progress and peace. The practice of Chinese sports not only contributes Chinese wisdom and solutions to global sustainable development, but also provides strong support for building a community with a shared future for mankind. Looking towards the future, Chinese sports should continue to grasp the pulse of the times, actively respond to the United Nations Sustainable Development Goals, contribute more Chinese experience and wisdom to achieving global sustainable development, provide new ideas and solutions for global sports governance, and jointly promote the construction of a more peaceful, prosperous, and sustainable world.

1. East Asian Financial Regionalism and the Politics of Global Financial Governance: Structural and Institutional Power in Global and Regional Governance. – Ji Young Choi [J/OL]. Pacific Focus, 2013, 28(3): 411-434.

2. Zhong Liping, Liu Jianwu, Fan Chengwen, etc The practice logic, development trend and promotion strategy of online fitness under the COVID-19 Journal of Wuhan Sport University 2020, 54 (9): 34-41

3. The Development Strategy of Asean Students' Participation in Traditional National Sports Events – Based on the Empirical Study of Guangxi University of Nationalities. – Weidong He; Bikai Dong: Pingfeng Xie – 2017 2nd ISSGBM International Conference on Information, Communication and Social Sciences (ISSGBM-ICS 2017). – 2017

Wu Wenhai
School of Sports Science, Lingnan Normal University
Su Shuijun
Jose Rizal University

WATER SAFETY: FOCUS, STRATEGY, IMPLEMENTATION – NVIVO-BASED TEXT ANALYSIS

Abstract. Objective: Water safety is a hot issue among society, schools and parents. The high incidence of drowning accidents is a pain that families cannot bear. Starting from the effectiveness of water safety policies and safety education in various places, this paper explores the solutions to water safety. Methods: Based on text sources such as network data, policy texts, sports news reports, forum discussions, etc., the NVivo qualitative research software was used to conduct coding analysis to explore the attribution analysis of covariation in water security. Results; 1) 26.2% of the automatic emotion recognition texts are positive, and 51% are negative and mixed. While the audience affirms the value of swimming events, they are deeply concerned about the safety of waters, showing negative or uncertain complex emotions; 2) for protection For water safety education, the national government formulates relevant policies and regulations to intervene to provide effective strategies for water safety; 3) Adolescents are the main group of drowning, that is, the implementation of water safety education through the education system is the most direct and effective way. Conclusion: The most effective way to reduce water accidents is to comprehensively promote the popularization of swimming events and enhance students' water safety awareness.

Key words: water safety; swimming safety; popularization of swimming; text analysis

1 引言

公共水域安全是社会、学校和家长的热门议题，因各地溺水事故的高发，溺水成为青少年重要伤亡原因，引起各地政府对水域安全政策的制定与印发以及教育系统对水域安全教育的高度重视。游泳作为求生技能和健康运动，没有正确安全的措施和认知，也是一项危险的运动，即聚焦水域安全具有重要意义。诚然，政策法规的落实、水域安全教育效果对水域安全保障的相关性还须深入分析研究。通过受众对溺亡的重要安全事故关注引入，研究当前国家政策为减少水域事故的法律法规、教育行政手段的水域安全教育实践，三层面研究水域安全教育的前因后果，故运用共变归因分析。

2 研究设计

2.1理论基础与研究框架

运用H.凯利提出的共变归因理论，又称三度归因理论，在海德共变原则的基础上提出。主要从多种事件中积累信息，利用“共变原则”来解决不确定性的问题。解释某种行为用到三种形式的归因：归因于行为者，归因于客观刺激物，归因于行为者所处情境或关系。[1]

2.2 研究资料的收集与筛选

分别从知网、中国法律法规检索系统、中华人民共和国教育部（体卫艺司）官网、国家体育总局官网、国家统计局、微信公众号、论坛等信息库进行资料收集，包括政策法规（235）、网络数据（103），参考文献（68），其中政策法规包括政策法律、行政法规、中央

规范性文件、司法解释、部门规章、地方性法规、地方政府规章、地方性规范性文件、高校章程、中职章程等；网络数据包括媒体报道、体育论坛、主题文章等；参考文献则包括外文文献、中文文献。利用Nvivo12中的“NCapture”抓取网页的功能抓取与主题相关的资料，进行保存并且导入Nvivo12进行资料分析。

2.3　资料的处理

1）词频初略统计

字词是文本中最基本的元素，从文本中的字词频次能客观反映某个主题相关方面的趋势和特点[2]，从众多的文本中获取到9477个关键词，出现频次最高的是“游泳”，高达308次，加权值为3.25%，其次的是“体育”，高达184次，加权值为1.94%，其它依次出现的频次较高的词组有“学生”、“学校”、“溺水”、“教育”、“安全”、“项目”、“事故”、“普及”等。通过文本分析，“溺水事故”的时常发生，“学校”通过“体育”教育手段对“学生”进行“游泳安全教育”等词组紧扣主题，体现了政策文本、论坛文本等主要围绕“水域安全”来开展讨论的。

图1　筛选后文本资料构成的词汇云图

Figure 1 A vocabulary cloud composed of filtered text data

2）情感的分析

利用　NVivo12自动情感识别的功能，对文本进行内容分析，探索文本的情感因素，得出四种情感类型:　负向（18.8%）、混合（32.2%）、中立（22.8%）、正向（26.2%）。从整体来看，广大受众对游泳项目呈现一种正向的基调，但“负向”“混合”两种情感占51%，表明受众肯定游泳项目价值的同时，对水域安全深切关注，表现出来负向或者不确定的复杂情绪。国外学者研究发现社会支持、对未来的乐观和积极的生活方式与儿童的游泳技能呈正相关[3]。

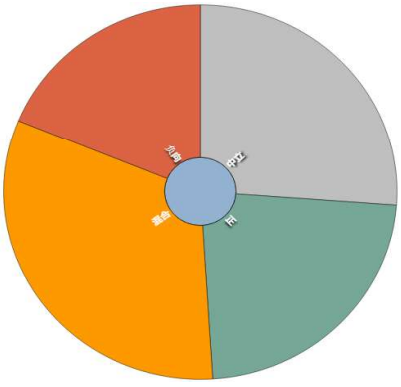


图2 探索性情感分析比重

Figure 2 Proportion of exploratory sentiment analysis

3）手动编码和编码信度效度检验

将文本进行三个等级的编码并且对编码结果进行信效度检验。研究中邀请另一位体育类博士(熟悉 NVivo 软件操作与关于水域安全资料文本) 先按照前者建立的节点系统重新对文本进行编码，再针对两者间的同意度计算百分比 [4]。结果显示，同意度一致的编码数量为10738个，不一致的编码数量为634个，按照公式，同意度百分比=10738（10738+634）=94.4%，高于70%，说明具有良好的编码信度。

3 研究结果与分析

3.1 水域安全焦点

从“溺水事故集中时间（245）（672）”编码来看，暑假是溺水事故发生的集中时间段，特别在六月份左右 ，学生群体迎来了暑假，火热的天气和充足的自由时间，以致游泳戏水（野游）成为众多群体的娱乐消暑的一种重要手段，但是救生的防范偏低导致很多不可避免的溺水事故发生[5]。从“溺水事故的集中地区（317）（819）”来看，溺水事故集中在沿海地区以及偏远内陆地区的池塘江河地段[6]，例如在海南、福建、山东、广东、四川、云南、湖北、山西等地。通过华中师范大学教授王斌调研组的数据得知，沿海地区人群溺水事故高于内陆地区，而内陆地区溺亡的主要人群为中小学生，在儿童死亡人数中，我国农村地区学生溺水死亡人数占58%，显然高于城市的44%[7]。造成农村儿童溺亡的主要原因：对水域情况不了解、救生技能不掌握；城市地区儿童溺亡的主要原因：游泳池监管不到位，救生防范意识偏低。从“溺水事故的集中人群（358）（913）”来看，溺水的集中人群是中小学生，其中重灾区比较集中在偏远地区的中小学[8]。如表1所示，全国分系统城镇和农村水上运动项目场地数量形成较大的差距，场地数量分布不均衡，以致偏远农村地区儿童私自到野外水域进行运动，这也是造成溺水事故地区集中的主要原因之一。《中小学生安全事故总体形势分析报告》指出：与各类安全事故相比较，溺水事故以发生率高达31.25%的比例高居首位；其中发生在小学、初中、高中的概率分别为43.75%、34.82%、9.82%，在全国各地各类中小学校园事故中，小学初中阶段的学生溺亡率明显高于高中阶段的学生。[9]

表1 全国分系统城镇/农村水上运动项目场地数量1)

Table 1 Number of venues for urban and rural water sports projects in the national subsystem 1)

系统类型	合 计（城镇/农村）	体育系统（城镇/农村）	教育系统（城镇/农村）	高等院校（城镇/农村）	中专中技（城镇/农村）	中小学（城镇/农村）	其他教育系统单位（城镇/农村）	铁路系统（城镇/农村）	其他系统（城镇/农村）
游泳馆	4939/340	540/18	664/30	192/5	16/0	418/21	38/4	31/2	3704/290
跳水馆	34/0	21/0	3/0	3/0	0/0	0/0	0/0	0/0	10/0
室外游泳池	8317/794	474/11	964/81	298/22	27/1	555/54	84/4	16/0	6863/702
室外跳水池	48/2	17/0	10/0	5/0	2/0	3/0	0/0	0/0	21/2
水上运动场	170/38	61/14	8/1	4/0	1/0	3/1	0/0	0/0	101/23
海上运动场	21/6	6/1	2/0	0/0	1/0	1/0	0/0	0/0	13/5
天然游泳场	190/99	7/0	1/0	0/0	0/0	1/0	0/0	0/0	182/99

1）第六次全国体育场地普查数据汇编

从“造成溺水事故的原因（361）（2576）”来看，水性不熟悉、救生意识差、救生技能不掌握是造成溺水事故的主要原因。数据显示，出现过偶发高危行为的学生高达35.2%，且有过多次高危行为的学生占据4%。僻远、经济较为落后地区的中小学生水域安全知识普遍缺乏。针对问题“会游泳就一定不会发生溺水事故”进行调查，结果显现：大部分学生能对此有正确的认识，其中赞同“会游泳就一定不会发生溺水事故”的学生占2.7%，对问题

存在较大误区的学生占19.6%，表现在面对戏水游玩时救生意识淡薄；另外，认为不下水就不会发生任何危险的学生占3.6%，还有13.4%的学生对问题认识不清晰[10]。

“被动溺水（246）（352）”抢救人员对于水域不清楚，水性不熟悉、救生技能掌握不牢固等情况下贸然下水而酿成的事故，通过文本编码分析，获得很多关于这样的例子：重庆信息技术职业学院计算机系2009级学生刘开瑾于2010年7月15日为了救两名落水少年，不幸遇难，年仅22岁；　　2009年10月24日下午，3名年轻的长江大学学生为了营救2名落水少年，献出了宝贵生命[11]。

王斌表示：“我国水域安全教育还停留在初始阶段，口头式教育、被动式应对、缺乏系统的水域安全教育系统构建与实施是水域安全教育的现状，亦是溺水事故高发的重要原因之一。”[12]学生极少有机会参加水域安全技能培训，造成水域安全知识储量少、不牢固且易遗漏以及水域安全技能极度匮乏。城市和农村均存在水域安全监控不足，农村尤为严重，因农村留守儿童居多，家长不能有效监管孩子，其次父母对于水域安全知识与技能亦存在严重缺失，难以有效教育子女。为有效降低溺水事故的发生，普及游泳项目应立足水域安全知识、技能、意识和行为的全面培养与评价。

从“水域安全教育是预防溺水的关键（281）（364）”编码来看，溺水事故无法杜绝，但80%是可以避免的。溺水是造成中小学生意外死亡的“第一杀手”。世界卫生组织统计报告指出，全球每年高达37.2万人溺水身亡，其中各区域儿童和青少年是主要受害人群。研究人员发现改善海滩安全设施，规范沙滩安全应用程序，提供当前情况或危险的实时信息，可以有效防止海滩溺水等不必要的事故发生。[13]　我国卫生部统计显示，全国高达5.7万人溺水身亡，其中少年儿童占56.04%，小学生占溺亡学生数的68.2%。据不完全统计，中国平均每天就有156人溺亡，其中88个是少年儿童。数据表明，普及游泳项目从儿童开始效果更佳[14]。在美国，2000-2005年期间，溺水占该年龄组所有意外伤害死亡的27%，超过行人事故(15%)和机动车事故(13%)[15];新西兰的溺水率分别为6.9/10万人。[16]澳大利亚认为减少溺水事故有效方式是普及游泳运动，澳大利亚各公立小学规定在第2学期或第4学期，对学生进行游泳课程考核，考核内容是“借助漂浮物向前漂浮2 5米”[17]。

美国健康研究所的一项报告表明从1岁到4岁和从5岁到19岁溺水身亡的儿童中，受过正规游泳课训练的溺亡率分别为3%和27%，而没有接受过正规游泳课训练的溺亡率则分别高达26%和53%。[18]受过正规游泳课程训练，甚至是简单的救生课程，都能让儿童少年有效提升自我保护的能力。澳大利亚游泳教育和救生教育普及程度特别高，澳大利亚2006-2014年意外溺水死亡的粗死亡率为0.23/ 10万，低于意外溺水(0.89/10万。[19]

表2　水域安全焦点编码表

Table 2 Coding table of water safety focal points

一级编码	二级编码	三级编码
溺水死亡率的居高不下（413）（4680）	溺水事故的集中时间（245）（672）	1.溺水时间更多集中在暑假期间（213）（378）2.大概在6月份左右是溺水事故的高峰期（168）（285）
	溺水事故的集中地区（317）（819）	1溺水更多的集中在沿海地区（302）（421）2.偏远地区的池塘河流地段（276）（398）
	溺水事故的集中人群（358）（913）	1.溺水的集中人群更多的是中小学的学生（352）（476）2.偏远地区的中小学生是重灾区（305）（437）
	造成溺水事故的原因（361）（2576）	1.救生意识偏低（235）（263）2.水性差（162）（234）3.救生技能不掌握（267）（318）4.主观原因溺水（312）（518）5.被动溺水（246）（352）6.水域安全教育是预防溺水的关键（281）（364）

3.2　水域安全策略

溺水事故的时常发生，防溺水已经成为全社会齐抓共管的头等大事之一，从“政策法规的支持（237）（4211）”编码来看，教育部门首当其冲。从教育部到各地区学校，防溺水一直都是重要会议的主题，并通过会议制定与完善防溺水事故发生的政策法规。每年的暑假期间，都是溺水事故发生的高峰期，防溺水的任务重中之重。通过开展安全教育专题会议，为学生和家长传达安全知识且暑假期间会定期给家长传送严防溺水的信息，并且学校与家长和孩子签订安全责任书。监督和水安全教育是预防溺水的两个重要策略，可以为支持儿童溺水预防的保护做出宝贵的贡献。

美国、澳大利亚，游泳项目普及效率高，除了水上运动项目场地数量的影响外，专职游泳教练员的数量也是重要的影响因素之一。据国家统计局最新数据显示（表3），我国游泳项目在聘专职教练员人数明显不足，相关部门应该完善政策法规，鼓励和加强此类运动项目教练员的培训，以增加专职教练数量，为普及游泳项目提供有利的前提保障。

表3　游泳项目在聘专职教练员人数社会统计数据1）

Table 3 Social statistics on the number of full-time coaches employed in swimming 1).

项目	合计	一线	二线	三线
游泳	1264	168	246	850
跳水	191	91	36	64
花样游泳	45	29	3	13
蹼泳	17	6	0	11

1）国家统计局社会统计年鉴专题数据库

从“国家层面政策的支持（256）（1276）”编码来看，历年来，国家出台了《中华人民共和国体育法》、《全民健身条例》、《全民健身计划（2011—2015）》、《全民健身计划（2016-2020）》、《学校体育工作条例》、《“十三五”公共体育普及工程实施方案》《全国游泳项目锻炼等级标准实施办法》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》、《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》等众多权威性国家层面的文件，得以更好的规范化推动游泳项目的普及以及达到水域安全教育的目的。为有效推动《全民健身计划纲要》的全面实施，国家教育部、国家体育总局、共青团中央、全国少工委联合印发《关于实施“全国中小学生课外文体活动工程”的通知》，决定在我国学校展开“亿万青少年儿童体育健身活动”[20]，其中内容重点提到“积极组织开展冬长跑、春郊游、夏游泳、秋登山等丰富多彩的课外体育活动和形式多样的夏(冬)令营体育健身活动”，其次还提到“广泛开展青少年儿童喜爱并易于普及的体育项目和体育达标活动，其中游泳项目是重点普及项目之一”。国务院办公厅印发《关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》，为学校体育“纠偏补漏”，五千字的《意见》中，亮点很多，新举措层出不穷，宏观和中观上的引领和指导，还有微观措施的全面概述[21]。为了充实和丰富体育课程内容，这次《意见》杜绝了以往文件存在的“只见森林不见树木”现象，特别提出大力推动足球、篮球、排球、田径、游泳、体操、冰雪、乒乓球、羽毛球、武术等基础和特色项目，强调以运动项目为载体。

从“《全民健身计划（2016-2020年）》（24）（187）”编码来看，全民健身不仅推动社会发展，还凸显国家综合实力，是实现全民健康和国家发展战略的有效途径。《全民健身计划（2016-2020年）》中提到“积极开展全民健身活动，丰富和完善全民健身活动体系，积极开展群众喜闻见乐的运动项目（游泳、篮球、足球等）[22]，严格执行《国家体育锻炼标准》，颁发体育锻炼标准证书、证章，通过试行向特定人群、特定时段发放体育健身消费券，建立多渠道、市场化的全民健身激励机制”。

从“《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》的下发（78）（216）”编码来看，《意见》自颁布后引起高度重视，学生体质状况被列入教育监督范围，保证体育课时不被克扣，以《国家学生体质健康标准》为标准，严格落实体育活动时间，其中重点提到游泳、足球等群众体育和竞技体育项目。“中央7号文件”、《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》、《关于强化体育课和课外锻炼深化学校体育改革的实施意见》等一系列文件，对体育教学进行了全面的改革，有效推动游泳等运动项目的普及，强化学生运动技能以及促进学生锻炼习惯的养成。继而国务院办公厅在2016年转发《关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》中提出，学校体育工作和学生体质健康水平已经正式纳入地方政府绩效考核指标体系，学校体育和学生体质健康纳入评价指标体系，纳入到体育中考，其中部分省份已经将游泳项目纳入体育中考。[23]

从“对游泳项目普及经费的支出（248）（319）”编码情况来看，据华夏经纬网报道，台湾地区大幅度增加学生普及游泳项目的经费支出[24]。2017年度，台湾教育部体育署将扩编游泳项目与自救能力教学经费追加到2.6亿元（新台币），其中补助项目包括协同教练钟点费、无游泳池学校赴外教学交通费、场地使用费、保险费及守望员等，该政策惠及台湾地区70万名学生家长，从而有效提高了水域安全教育的效果。事实上，教育部在《对十二届全国人大五次会议第5900号建议的答复》教建议〔2017〕第518号中，制定政策文件，增加游泳项目科普资金投入等措施以达到学生水域安全教育的效果。理想情况下，国家要向每个人，特别是儿童提供水上安全和游泳技能培训，达到ILS国际水上安全和游泳教育指南的要求和水平。[25]

“地方政府层面上的支持（218）（2499）”编码来看，以“山东地区游泳项目普及（167）（362）”编码来看，教育部、山东省教育厅联合要求和部署，在《青岛市教育局青岛市体育局青岛市财政局关于实施2015年中小学生普及游泳项目工作的通知》中明确提出，“在全市小学三年级以上适宜游泳的学生中普遍开展游泳健身活动”。在《青岛市关于促进学校体育工作提质增效发展的若干意见（2018-2020年）》中又明确要求：“学生在小学阶段至少学会游泳和武术2项运动技能”。经费方面，“市财政为每人每年补助100元，不足部分由各区（市）支出”[26]。资料显示，除了山东地区以外，绝大部分地区出台相关政策扶持游泳场馆硬件和软件建设，积极普及游泳活动。例如以“海南地区游泳项目普及（186）（327）”编码来看，《海南省普及中小学生游泳项目教育实施方案》提出，琼中将结合实际情况合理制定校园内游泳场地设施建设规划，加强游泳项目师资队伍建设，对中小学生普及游泳项目。以创新学生游泳教学为突破口，制定相关政策，在普及游泳项目教学上聘请合格的游泳教师为学生服务。从2018年起，琼中将按照符合年度标准的中小学生数量和每人400元的游泳项目经费资助来展开中小学生游泳教学；让游泳教学进入常态化，健全体系、完善制度、体教结合，形成充满活力的游泳教学发展格局，直至2020年，实现“全县中小学毕业生人人会安全游泳”的目标[27]。

以“福建地区游泳项目普及（107）（273）”编码来看，福建省教育厅从2021年开始，其下发了《福建省初中毕业升学体育考试指导意见（试行）》规定，要求初中应、往届毕业生在毕业升学考试时必须参加体育项目考试，而且总分值为40分的体测成绩纳入中考成绩。其中必考类（二）中规定，男生可自选1000米跑、200米游泳中的一项考试，女生可自选800米跑、200米游泳中的一项考试[28]。以“广东地区游泳项目普及（118）（261）”编码来看，根据《国务院办公厅关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》和《广东省人民政府办公厅关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的实施意见》等文件的规定，为贯彻党的十九大精神，切实提高学生体质健康水平以及保障学生生命安全，印发《广东省教育厅关于进一步加强普及学生游泳项目教育工作的通知》，明确规定各大中小学为了提升学生游泳技能水平，需在自身条件下，继续加强普及学生水域安全教育工作[29]。

资料显示，多个省市在早期已经将游泳项目纳入中考。例如1990年，杭州市全面推行了体育中考，杭州结合当地实际情况，第一个将游泳项目纳入中考体育项目的城市，为当时全国有类似举措的10个城市起到了引领作用；2012年，游泳项目纳入了上海市的体育中考考试项目；2017年，广州市规定中考体育考试项目在100米游泳和长跑两个项目中二选一；2018年，100米游泳测试成为江苏南通市中考体育考试必考备选项目。目前，游泳项目列入体育中考的地区范围越来越广，是一种进步的表现。据不完全统计，上海、杭州、温州、福州、广州、深圳、江门、南宁、苏州、南通、青岛、海口等城市已经在此行列中，调查显示，这些省市登记在册的游泳俱乐部数量明显不足以支撑巨大的水域安全教育人口，特别我国西部地区，登记在册的游泳俱乐部寥寥无几（见图3），无法弥补水域安全教育的师资和场地的不足，但是这些登记在册游泳俱乐部对水域安全教育起到一定的积极作用。

表4　2019/2023年登记在册游泳俱乐部统计数据1）

Table 4 Statistics of registered swim clubs 2019/2023 [1].

省/自/直	2019	2023	省/自/直	2019	2023	省/自/直	2019	2023	省/自/直	2019	2023
广东省	680	370	湖南省	136	127	安徽省	94	131	吉林省	35	56
北京市	360	256	陕西省	124	134	山西省	87	106	甘肃省	22	38
江苏省	303	254	湖北省	119	124	江西省	59	83	宁夏回族自治区	20	26
山东省	228	270	河北省	109	126	广西壮族自治区	59	54	海南省	10	62
浙江省	225	284	天津市	103	88	云南省	48	68	新疆维吾尔自治区	10	11
上海市	206	245	辽宁省	99	137	贵州省	45	74	香港特别行政区	10	32
河南省	167	201	福建省	97	153	内蒙古自治区	42	49	台湾省	8	22
四川省	154	89	重庆市	95	72	黑龙江省	39	47	青海省、西藏	1/0	6/2

百度地图实时注册数据统计

图3 2023年登记在册游泳俱乐部实时地点图

Figure 3 Real-time location map of registered swim clubs in 2023

从“历史缘故与具体措施（134）（463）”编码情况来看，国家体育总局游泳中心制定了《全国游泳项目锻炼等级标准》，且设定全民游泳健身周和全民健身日。与此同时，全国16个重点场馆和布及31个省、自治区、直辖市的481个示范点将相互衔接，开展丰富多彩的

游泳活动。据第六次全国体育场地普查数据，全国水上运动项目场地2013年对外开放天数状况相对良好（表5），为深入贯彻落实十九大提出的“全民健身活动，加快推进体育强国建设，筹办好北京冬奥、冬残奥会”；动员城乡居民和青少年动起来、游起来，走进游泳池馆，投身游泳健身，国家体育总局游泳中心、中国游泳协会和中国救生协会在国家体育总局群体司的指导下，以推进“亿万大众游泳，共筑健康中国”为主题，在国内广泛开展“全民游泳健身周”系列活动提供有利的保障[30]。从“全民游泳健身周的由来（45）（172）”编码来看，毛泽东在52年前横渡长江，给中国体育和我国游泳运动留下了最独特的文化遗产，它让一大批人民群众爱上游泳运动，去和大自然抗争[31]。自2014年以来，“全民游泳健身周”活动已连续开展了五年；活动的广泛开展，是传承和发扬毛泽东同志畅游长江精神，弘扬游泳文化，促进全民健身，助力全民健康的有力诠释。活动将采取主会场、重点场馆和各地示范点联动的形式，在江、河、湖、海公开水域举行游泳活动；各地游泳池、游泳馆开展群众游泳健身达标活动；青少年游泳项目普及活动和公益惠民游泳健身服务活动也同时展开；还有游泳、救生志愿服务活动。活动期间直接参与游泳健身的群众估计将超过百万人，将影响和带动全国各地开展群众游泳活动。推动了数以百计的江河湖海水域开办游泳比赛，上千家的游泳场所带动群众参加游泳互动活动[32]，从而以群众游泳健身达到水域安全教育的效果。

表5　全国水上运动场地2013年对外开放天数状况1）

Table 5 Number of days open to the public in 2013 of national water sports venues 1).

场地类型	合计	不开放	1-90天/年	91-180天/年	181-270天/年	271以上/年
游泳馆	5279	1025	448	672	427	2707
跳水馆	34	20	2	2	3	7
室外游泳池	9111	2085	2598	2819	364	1245
室外跳水池	50	30	6	7	1	6
水上运动场	208	99	16	24	8	61
海上运动场	27	13		4	3	7
天然游泳场	289	5	37	82	19	146

1）第六次全国体育场地普查数据汇编

为普及游泳项目提供有效的依据，从“游泳项目等级考试规则的制定（127）（264）”编码来看，游泳项目等级考试的推出标志着我国大众体育走向科学化、系统化、标准化、平台化和全民参与。游泳项目等级考试规则的制定主要有以下几点意义：1、引领与规范市场：　开展游泳项目等级考试，可引领与规范游泳培训市场，为广大游泳爱好者提供一个权威、科学、可持续发展的良性考级平台；2、明确教学目标：通过游泳项目考级标准的指引，使学校、俱乐部、教练、家长与学生更加明确自身的训练方向与目标；3、促进交流学习：游泳项目等级考试的建立促进了全国游泳培训学校、机构、协会与俱乐部的全面联系与交流，使互相学习、互相借鉴、共同提高成为一种可能与潮流；4、检验学习成果：游泳项目等级考试标准起预备级至九级，考试内容循序渐进，更注重基本功的练习，通过考试来发现自己的技术不足，同时也能检验自身的学习成果，也能为水域安全教育起到规范化的作用。

表6　水域安全政策法规策略的编码表

Table 6 Coding table of water safety policies, regulations and policies

一级编码	二级编码	三级编码
政策法规的制定（273）（4211）	国家层面政策（256）（1276）	1.《全民健身计划（2016-2020年）》（24）（187）2.中小学游泳项目普及教育（253）（389）3.《“健康中国2030”规划纲要》（18）（165）4.对游泳项目普及经费的支出（248）（319）5.《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》的下发（78）（216）
	地方政府层面（218）（2499）	1.山东地区普及游泳项目（167）（362）2.海南地区普及游泳项目（186）（327）3.福建地区游泳项目普及（107）（273）4.广东地区普及游泳项目（118）（261）
	历史缘故与具体措施（134）（463）	1.7.16全民游泳项目健身周的由来（45）（172）2.游泳项目等级考试规则的制定（127）（264）

3.3　水域安全实践

从“关于教育部印发的《关于防范学生溺水事故的预警通知》（317）（483）”编码来看，2017年5月，教育部办公厅印发《关于防范学生溺水事故的预警通知》，再次强调各地教育行政部门和学校在根据实地情况下，必须结合学生群体的年龄特点来开展丰富的防溺水安全教育，以保证学生人身安全。部分省　（区、市）先后制订有关普及中小学生游泳知识与技能教育相关政策，并令地方教育、体育管理部门促进实施所列入政府资金支持的计划。主要内容包括：一、减免初学游泳项目的学生培训费用，定期开展水上安全讲座，充分做好游泳知识技能的宣传和普及工作；二、将游泳技能及相关知识纳入学科课程内容，积极普及《国家游泳项目运动评定标准》。教育部将游泳技能在内的公共安全教育内容纳入学科课程标准中，鼓励地方和学校开设中小学安全教育课程，加强学生自我保护意识。教育工作，特别是对高危人群的教育，水域安全意识和事故预防措施是重要的两方面，接受防溺水教育是预防溺水的第一步，普及游泳项目是长期防止溺水的重要举措[33]。

从“小学阶段普及游泳项目的情况（325）（1113）”编码来看，“关于小学生发放《游泳项目合格证》的政策制定以及意义（146）（349）”小学生通过游泳项目等级考试，可以发放国家体育总局认可的《游泳项目合格证》。游泳除了达到强身健体以外还是重要的救生技能之一，教育部高度重视对青少年开展游泳课训练以及防溺水教育，且联合国家体育总局相关部门制定政策文件，加强游泳项目宣传以及普及力度。从“《中小学健康教育指导纲要》要求（53）（136）”编码来看，《纲要》指出3-4年级学生须学习掌握“游泳安全知识”，初中阶段学生对溺水有具备应急处理的能力；体育与健康课程标准中，要求3-4年级学生“基本掌握体育活动中自我保护和相互保护的知识，消除体育活动中安全隐患的方法等知识”。从“具体措施（89）（281）”编码情况来看，2011年，为推动全民游泳健身活动的广泛开展，为群众游泳项目健身提供规范化标准，国家体育总局办公厅印发《全国游泳项目锻炼等级标准实施办法》（以下简称《办法》）。《办法》适用于中、小学生和成人游泳健身运动，项目设置采用达时项目和达距项目两种，并分别为中、小学生设立五个等级标准。目前，《办法》已在全国推广，部分条件成熟的地区和学校在游泳课教学中推广使用。

通过表7和表1针对水上运动项目场地状况和数量统计显示，我国约有15000个游泳场所，游泳池（馆）集中建设在经济水平相对较高的地区，经济落后地区的游泳池（馆）较少。通过加大投入力度，推动游泳场馆建设，是解决这一难题的手段之一。2014-2017年体育总局和中国游泳协会在18个省（区、市）开展了拼装式游泳池设备进社区（乡镇）、进学校的惠民示范项目，部分解决了示范地区群众游泳困难的矛盾，受到社会和示范地区群众

的一致好评[34]。全国体育传统项目游泳比赛至今已延续30年，已经形成了一定的赛事品牌文化。游泳联赛对青少年影响较大，参赛队伍占全国一半以上省（区、市）。部分省（区、市）还开展了省内选拔赛事和救生技能讲座，竞赛科普相结合，对构建培养青少年游泳项目后备人才体系起到了较好的推动作用。下一步，将对家庭、学校和社会三方整合，构建游泳技能和防溺水相关知识在内的公共安全教育长效机制。

表7　全国水上运动场地状况

Table 7 Status of water sports venues nationwide

场地类型	场地数量（个）	用地面积（平方米）	建筑面积（平方米）	场地面积（平方米）	收入合计（万元）	支出合计（万元）
游泳馆	5279	14710935	10632630	5336561	407672	353236
跳水馆	34	228222	147649	59792	6913	6947
室外游泳池	9111	16694963	4623331	9190170	554140	493659
室外跳水池	50	176566	35151	105110	32907	4525
水上运动场	208	66928007	977862	47847280	68641	40954
海上运动场	27	4506099	1323334	2803091	5263	9994
天然游泳场	289	52773472	12661368	36498919	148035	144529

1）第六次全国体育场地普查数据汇编

从“初中阶段普及游泳项目的情况（252）（814）”编码来看，教育部最新公布：游泳项目正式进入2020年全国中考考核项目。从“游泳项目加入体育中考项目（247）（309）”编码情况来看，国家中考改革：体育课晋级第四大主科，且游泳项目成为第一类考核项目。从“具体措施（209）（319）”编码情况来看，从现在起，七年级（初一）以下的学生都是2020年中考体育改革直接影响的群体，2020年改革后统试将包括四大类共21个项目，其中一二类项目对游泳项目作出了详细的规定，第一类项目包含游泳（男生女生均为200米）；第二类项目包含游泳（男生女生均为25米）。从“游泳项目加入中考的意义（86）（186）”编码来看，国家对于中学生的体育成绩日益重视，游泳与跑步平分秋色。游泳项目的加入中考具有里程碑式的意义，可使学生减负，不仅学会理论知识还可学会自救实践本领[35]。对于体育考核项目，学生也有了更多的自主选择，激发学生兴趣，发挥自身特长，提高体育学科成绩[36]。

从“高考加分政策改变但是没有改变游泳项目的加分政策（24）（251）”编码来看，2011年高考加分开始全面“减肥瘦身”，教育部规定从削减项目、下调分值、限制使用等方面进行调整[37]。北京、上海、广东、山东、安徽、甘肃、辽宁、湖南、湖北等省市已依据教育部、政府等五部门联合下发的《关于调整部分高考加分项目和进一步加强管理工作的通知》（以下简称《通知》）先后颁布高考加分调整的政策实施细则。众多的加分项目被取消，体育特长生的加分项目同时被缩减，仅有足球、篮球、排球、田径、乒乓球、羽毛球、武术、游泳项目等8项被定为省级机构组织的测试项目。从政策上来看，纵使高考“加分瘦身”，游泳项目作为健身和救生的传统项目也是无法缩减的。从“高考游泳项目加分政策的意义（53）（76）”编码来看，《通知》针对近年来频出的体育特长生造假和注水问题，强调省级教育行政部门和体育部门要严格审核考生的证明材料，要求全程录像测试过程且定点公示最终成绩。为此，各地针对体育特长生制定的加分方案，严格界定了考试范围，明确了考试标准，确保了考试过程的透明度，有效保障了教育公平，为规范游泳项目普及发挥了作用。

表8　水域安全教育实施的编码表

Table 8 Coding table for the implementation of water safety education

一级编码	二级编码	三级编码
基础教育实施（335）（2481）	小学阶段普及游泳项目的情况（325）（1113）	1.关于教育部印发的《关于防范学生溺水事故的预警通知》（317）（483）2.关于小学生发放《游泳项目合格证》的政策制定以及意义（146）（349）3.《中小学健康教育指导纲要》要求（53）（136）4.具体措施（89）（281）
	初中阶段普及游泳项目的情况（252）（814）	1.游泳项目加入体育中考项目（247）（309）2.具体落实措施（209）（319）3.游泳项目加入中考的意义（86）（186）
	高中阶段普及游泳项目的情况（114）（554）	1高考加分政策改变但是没有改变游泳项目的加分政策（24）（251）2.具体落实措施（106）（227）3.高考游泳项目加分政策的意义（53）（76）

3.4　水域安全分析模型——基于一级编码的分析模型

从生物的角度出发，水是生命的源泉，由此可见，水对于人类生存的重要性不言而喻。从救生的角度出发，水能载舟亦能覆舟。我国小学生水域安全现状堪忧，据KSAP的人口统计学差异显著性分析，1/6的小学生发生过溺水行为。[38]研究表明，造成溺水事故的最主要的原因是没有掌握游泳技能以及水域安全知识缺乏，故而思议，游泳不但是一项单纯的体育运动，更是一项每人必备的生存技能。对此，世界上众多国家已经将游泳项目列入青少年必修运动项目之一，硬性要求学生从小掌握游泳救生技能。国家对此认识到事态的严重性，不断出台与完善法律法规来有效指导游泳项目的普及，《全民健身条例》、《全民健身计划（2016-2020）》、《学校体育工作条例》、《“十三五”公共体育普及工程实施方案》等文件的出台，为游泳项目的普及有法可依，可有效增强水域安全教育意识以及提高游泳项目的普及率。为有效降低学生的溺亡率，从教育系统切入，从意识到实践是最有效的途径。

对于生存而言，游泳救生比学生在学校里学到的任何知识更重要；上到教育部下到各地区的学校，甚至家长都意识到提高水域安全意识以及普及游泳项目的重要性。为每位学生增加学习游泳补助、大量增加可拆装游泳池、将游泳项目列入体育中考等实际性举措，为学生普及游泳项目营造良好的环境与氛围，对水域安全教育起到了推波助澜的作用。解决水域安全问题，减少事故发生，有效措施是整体提升游泳普及率，规范水域安全实施。传统媒体在向父母加强预防溺水信息方面发挥重要作用，特别在如何保证儿童在水中和水中周围安全的意识方面[39]。

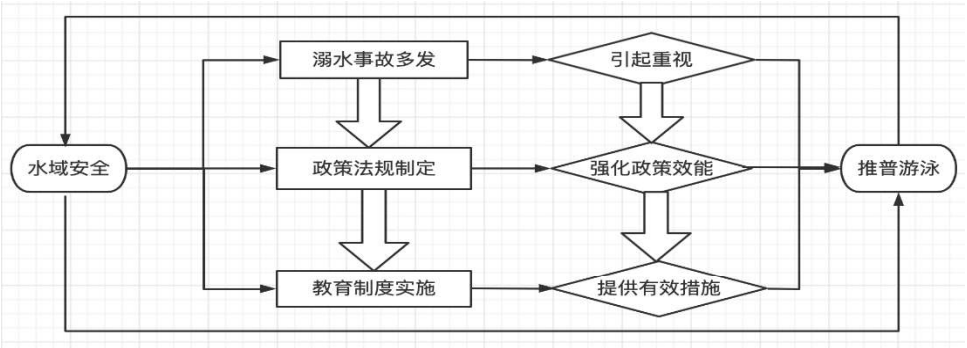


图4　水域安全实践关系模型

Figure 4 Relationship model of water safety practice

4　结论

在国务院《体育强国建议纲要》战略规划下，关注水域安全，重视人民的运动需求，提升水域安全运动信心，改善水域安全负性情绪大是当前急待解决的社会问题。

国家层面和机关单位联合制定与完善防溺水事故发生的政策法规，加强普及游泳项目的力度，为普及游泳项目提供有效的法律依据。运用教育行政手段对普及游泳项目积极干预，达到水域安全教育的效果，有效降低溺水事故的发生率。

普及游泳项目是社会发展刚性需求。全民健身、安全救生，游泳竞赛、体育中考等都推动水域安全发展，通过普及游泳项目达到水域安全教育的效果。

Берсенева Т.П.
Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.
Пальчиковская П.Д.
Сибирский государственный университет физической культуры и спорта

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОСТОЯНИЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО СПОРТА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Berseneva T.P.
Dostoevsky Omsk State University
Palchikovskaya P.D.
Siberian state university of physical education and sports

SOCIO-CULTURAL FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF DANCE SPORTS IN THE OMSK REGION

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние танцевального спорта в Омском регионе, анализируются социокультурные факторы, влияющие на развитие данного вида спорта в регионе.

Ключевые слова: танцевальный спорт; социокультурные факторы; Омская область; спорт.

Abstract. In article the authors consider the process of updating the content of dance sports in the Omsk region under the influence of a set of interconnected social and cultural relations. Groups of sociocultural factors are specified and their influence on the development of dance sports in the region is traced.

Key words: dance sport; sociocultural factors; Omsk region; sport.

Танцевальный спорт, как и спорт в целом, является социальным феноменом, а значит развитие танцевального спорта обусловлено комплексом взаимосвязанных социальных и культурных детерминант. Поэтому, говоря о текущем состоянии данного вида спорта, необходимо выявить социокультурные факторы, влияющие на его развитие. В работе анализ социокультурных факторов основывался на эмпирических исследованиях, проведенных в Омском регионе. Одним из методов был метод анкетирования. Целевой аудиторией исследования были жители Омской области раз-

личного возраста и социального статуса, имеющие и не имеющие опыт занятиями спортивными танцами. Эта группа представлена 142 респондентами.

Опираясь на работы А. В. Мудрика [1], мы выделили группы социокультурных факторов, влияющих на развитие танцевального спорта в Омском регионе:

Внешние/Объективные факторы:

1. Изменения, происходящие в мировом спорте и в государственной политике РФ в области развития физической культуры и спорта в целом и танцевального спорта, в частности. Реализация этой политики в Омском регионе.
2. Образовательно-воспитательный потенциал танцевального спорта.
3. Повышение уровня развития информационно-коммуникационных технологий.

Внутренние/Субъективные факторы:

1. Влияние близкого окружения на выбор занятием танцевальным спортом.
2. Стремление человека к саморазвитию.

Прежде всего необходимо было выяснить уровень «узнаваемости» танцевального спорта респондентами. Данные отражены на рисунке 1.

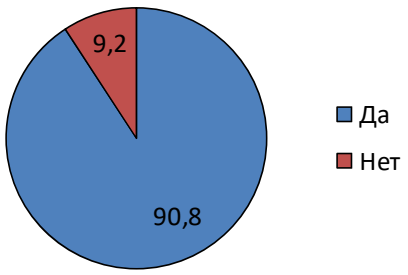


Рисунок 1. – Знаете ли вы, что такое танцевальный спорт? (%)

Из ответов респондентов следует, что 90,8% респондентов знакомы с этим явлением, что дает право переходить к анализу социокультурных факторов, обусловливающих развитие танцевального спорта.

Обращаясь к анализу внешних/объективных факторов, в первую очередь необходимо выявить, как государственная политика в области развития физической культуры и спорта влияет на развитие танцевального спорта.

Помимо главного документа, регулирующего процесс развития физической культуры и спорта в Российской Федерации – Федерального закона № 329-ФЗ от 04.12.2007 г. «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», были также утверждены документы, касающиеся непосредственно танцевального спорта. 26.12.2014 г. был утвержден первый Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта «танцевальный спорт», а 01.06.2021 г. вышла новая версия с пересмотренными минимальными требованиями к данному виду спорта и уточнениями для спортивной дисциплины «брейкинг». 19.02.2019 г. утверждена программа развития танцевального спорта в Российской Федерации на срок до 2022 года.

В Омской области были утверждены законодательные акты, способствовавшие развитию сферы ФКиС. В 2008 г. Законодательным собранием был принят закон «О физической культуре и спорте в Омской области», с 2014 по 2025 год реализуется государственная программа «Развитие физической культуры и спорта и реализация мероприятий в сфере

молодежной политики в Омской области», с 2024 по 2030 г. реализуется государственная программа «Развитие физической культуры и спорта в Омской области» и государственная программа «Реализация молодежной политики в Омской области». Исследования показывают, что за последние 16 лет в Омском регионе наблюдается постепенный рост численности населения, стабильно занимающегося физической культурой и спортом [2]. Данные представлены на рисунке 2.

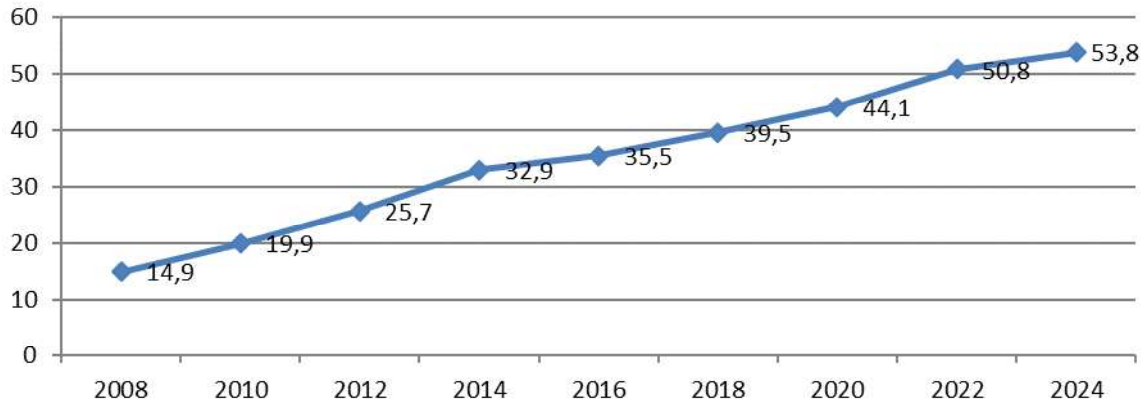


Рисунок 2. – Динамика численности граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом в Омской области с 2008 до 2024 г. (%)

Прежде чем говорить о состоянии танцевального спорта в Омской области, необходимо было составить общее представление, определив, занимаются ли сами респонденты танцами, если да, то какими именно. Данные отражены на рисунке 3.

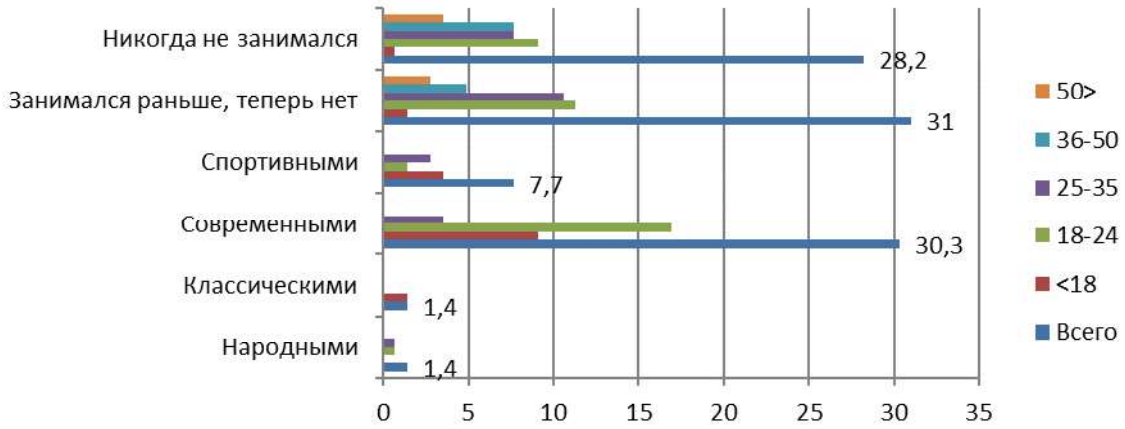


Рисунок 3. – Занимаетесь ли вы танцами? (%)

Современные танцы пользуются наибольшей популярностью среди других форм танцевального искусства (30,3%). 59,2% респондентов не занимаются танцами на сегодняшний день или не занимались ими никогда. Среди остальных танцевальных направлений меньше всего голосов отдано за классический и народный танец – по 1,4%. Спортивными танцами, или танцевальным спортом, занимается 7,7% респондентов.

По официальным данным, на сегодняшний день в Омской области зарегистрировано 260 спортсменов высокого класса, 33 судьи различных спортивных катего-

рий, 23 спортивных клуба, 12 мастеров спорта России по танцевальному спорту, что в несколько раз больше, чем двадцать лет назад.

Таким образом, государственная политика, проводимая в области физической культуры и спорта в целом и танцевального спорта, в частности, дала свои результаты, позволив создать условия для успешной подготовки спортсменов, тренеров и судей, как в России, так и в регионе.

Вторым важнейшим социокультурным фактором, влияющим на развитие танцевального спорта, является образовательно-воспитательный потенциал танцевального спорта и возможности по реализации этого потенциала.

Танцевальный спорт способствует гармоничному развитию личности. Набор в группы по танцевальному спорту осуществляется с дошкольного возраста. Также спортивными танцами можно заниматься в кружках в школах и детских садах. Получить специализированное образование спортивного тренера в Омской области возможно в Сибирском государственном университете физической культуры и спорта по направлению «Спорт». Педагогическое образование – в Омском областном колледже культуры и искусств по специальности «Народно-художественное творчество», в Омском музыкально-педагогическом колледже по специальности «Педагогика дополнительного образования», а также в Омском государственном университете по направлению «Хореографическое искусство».

Анкетирование подтвердило, что для большинства омичей спортивные танцы соответствуют новейшим тенденциям в обществе и этот вид спорта не является для россиян чуждым по идеологии. Респондентам было предложено проанализировать различные высказывания о спортивных танцах, а также определить, выполняют ли современные танцы свои социальные функции. Данные представлены на рисунках 4–5.

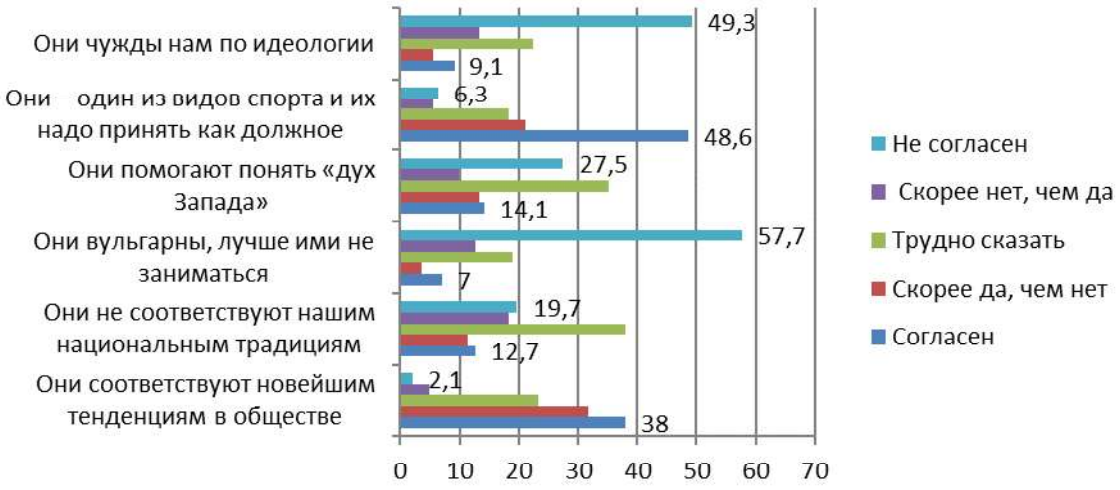


Рисунок 4. – В какой мере вы согласны со следующими высказываниями о спортивных танцах? (%)

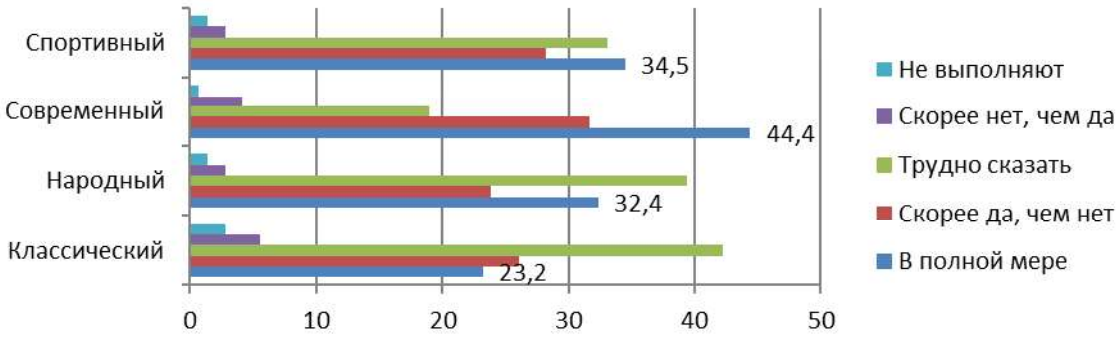


Рисунок 5. – Насколько сегодня, на ваш взгляд, современные танцы выполняют в Омской области свою социальную роль? (%)

Танцы на современном этапе выполняют свои социальные функции. Убедительнее всего это прослеживается у современных направлений (76,1%). Наибольшие сомнения вызвал классический танец. Респонденты не могли однозначно ответить (42,2% ответов «трудно сказать»). Спортивный танец по показателям ближе всего к современному (62,7%). Танцевальный спорт старается идти в ногу со временем, адаптироваться под социальные катаклизмы, кроме того, единственный из представленных вариантов интересен населению как спортивно-эстетическая деятельность, которая способствует развитию спортсменов и установлению внутренних и внешних связей между всеми участниками процесса. Таким образом, высокий образовательно-воспитательный потенциал танцевального спорта во многом сформировал позитивное отношение к этому виду спортивной деятельности.

Третий внешний фактор – повышение уровня развития информационно-коммуникационных технологий, влияющих на формирование общественного мнения и модных тенденций по отношению к танцевальному спорту.

Не секрет, что большое влияние на наш образ жизни оказывают средства массовой информации. И если в прошлом веке это были главным образом печатные издания и телевидение, то в последние десятилетия это интернет-источники. Множество исследований подтверждают большую популярность информационных технологий. Количество пользователей в соцсетях стремительно растет, по данным исследований Н. С. Зимовой, в 2020 году в социальных сетях зарегистрировано 3,8 миллиарда пользователей, что составляет почти 60% мирового населения [3].

Приведенные данные подтверждают результаты анкетирования. Опрос респондентов выявил, по каким критериям оцениваются ими различные виды досуга, что имеет для них наибольшее значение при занятии тем или иным видом деятельности, что формирует отношение к конкретному виду спорта. Данные отражены на рисунке 6.

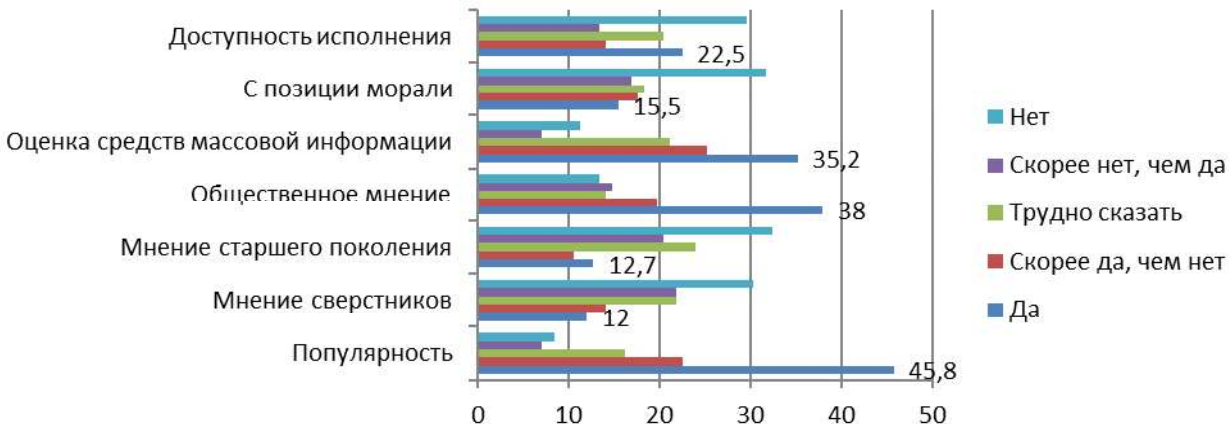


Рисунок 6. – По каким критериям вы лично оцениваете конкретный вид спорта? (%)

На формирование отношения респондентов к конкретному виду спорта оказывает влияние, в первую очередь, популярность (68%), затем – оценка средств массовой информации (60,5%) и общественное мнение (57,7%). Это не удивительно, так как влияние СМИ и, как следствие, постороннего мнения на сегодняшний день как никогда сильно. Наименьшее влияние на респондентов оказывает оценка с позиции морали (48,6% отрицательных голосов), мнение сверстников (52,1% отрицательных голосов) и мнение старшего поколения (52,8% отрицательных голосов).

Таким образом, повышение уровня развития информационно-коммуникационных технологий напрямую влияет на формирование общественного мнения и модных тенденций. Популярность любого досуга в настоящее время определяется распространенностью этого явления в средствах массовой информации. Благодаря развитию информационных технологий развивается и танцевальный спорт, так как о нем узнают все больше людей.

Анализируя воздействие внутренних/субъективных факторов, мы выявляли влияние близкого окружения на выбор занятием танцами. Для этого нам важно было выяснить мотивацию респондентов. Данные отражены на рисунке 7.

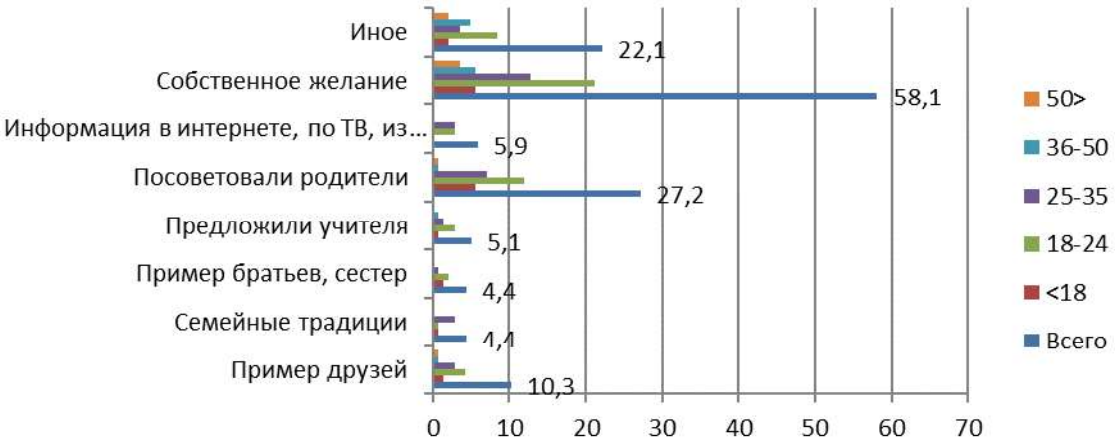


Рисунок 7. – Что побудило вас заниматься или не заниматься танцами? (%)

Чаще всего мотивом к занятию танцами является собственное желание (58,1%). Реже прислушиваются к мнению родителей (27,2%), однако речь не о семейных традициях (всего 4,4%), а о советах. Значимым источником мотивации оказался пример друзей (10,3%), особенно важным этот показатель становится у детей постарше, когда влияние родителей ослабевает, и ребята больше общаются в компании ровесников, чем в семье. Информация в СМИ о танцах вообще не привлекает детей до 18 лет (0%), так как у них другой круг интересов и данную информацию они попросту не замечают. Советы учителей и пример братьев, сестер – не самые популярные источники мотивации к занятиям танцами (5,1% и 4,4%). Таким образом, влияние близких людей и друзей на выбор досуга достаточно велик. Советы родителей помогают определиться с выбором в детстве, в более взрослом возрасте – пример друзей.

Стремление к саморазвитию – также один из основных субъективных социокультурных факторов. Такой вывод был сделан после ответов респондентов на вопросы о том, какие качества воспитывают спортивные танцы. Данные приведены на рисунке 8.

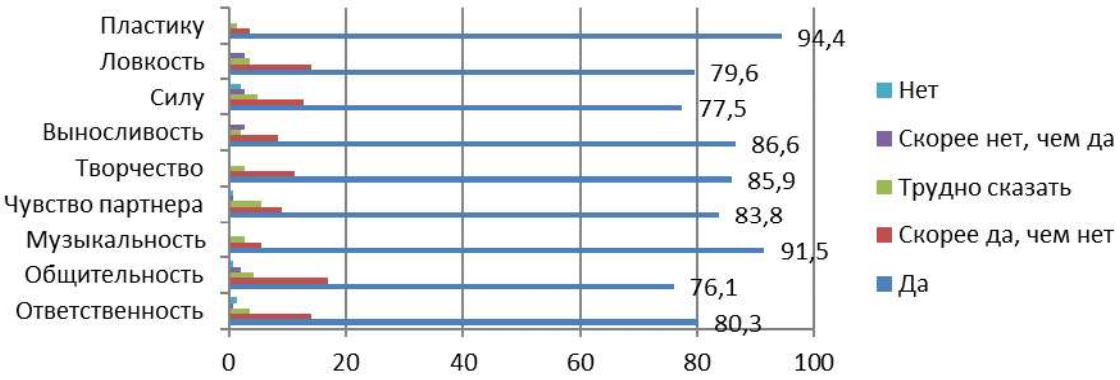


Рисунок 8. – Как вы думаете, воспитывают ли занятия танцами: (%)

Большинство респондентов считает, что танцы воспитывают перечисленные в таблице физические и нравственные качества. Самыми актуальными качествами, воспитываемыми на занятиях танцами, респонденты считают пластику (97,9%), координацию движений (97,5%), творчество (97,2%) и музыкальность (97,1%). Меньше всего, по мнению респондентов, танцы воспитывают силу (4,9% отрицательных голосов), общительность (2,8% отрицательных голосов), ловкость (2,8% отрицательных голосов) и выносливость (2,8% отрицательных голосов). Почему у людей складывается впечатление о том, что занятия танцами не воспитывают силу, ловкость и выносливость, можно понять. Не все опрашиваемые приравнивают танцы к спорту и, действительно, данные качества будут формироваться лишь при определенном уровне нагрузки. Но с отрицанием развития коммуникабельности сложно согласиться, так как танец – это всегда общение, осуществляемое на невербальном уровне, поэтому понятное даже людям, говорящим на разных языках.

Говоря о саморазвитии, было важно выявить целевые ориентации респондентов. Данные отражены на рисунке 9.

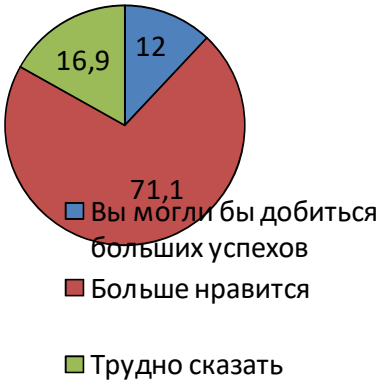


Рисунок 9. – Вы бы предпочли заниматься тем видом танца, в котором: (%)

Респонденты нацелены на успех гораздо меньше, чем на получение удовлетворения от самой деятельности. Опрашиваемые в пять раз чаще выбирают те виды танца, которые им нравятся, чем те, в которых они могли бы добиться успехов.

В продолжение изучения влияния стремления к саморазвитию, мы определяли мотивацию респондентов к занятиям танцами. Почему респонденты продолжают ими заниматься? Данные приведены на рисунке 10.

Рисунок 10. – Почему вы сейчас занимаетесь танцами? (%)

Респонденты занимаются танцами в большей степени потому, что это позволяет общаться с интересными людьми (69%). Также занятия танцами привлекают тем, что помогают снять напряжение и расслабиться (66,9%). По З. Фрейду, спорт и физическая культура, к которым относится и танцевальная деятельность, являются одним из видов сублимации – перенаправления излишней внутренней энергии в

позитивное русло. Поэтому многие люди танцуют для снятия стресса, избавления от мышечного напряжения и получения заряда бодрости. Кроме того, большое количество респондентов занимается танцами для того, чтобы забыть об обыденных делах и отвлечься от насущных проблем (64,7%). Многим опрашиваемым занятия танцами помогают повысить свою работоспособность (61,3%), примерно столько же респондентов занимаются танцами для здоровья (60,5%), что говорит о положительном восприятии танцевальной деятельности в сознании населения. Меньше всего респонденты связывают свои занятия танцами с профессией (51,3% отрицательных голосов), а 45,7% – не считают занятия танцами важными для своей карьеры. Продолжать обучение танцам в высших учебных заведениях тоже многие не намерены (38,7% проголосовали отрицательно).

Таким образом, мы конкретизировали перечень социокультурных факторов, влияющих на развитие танцевального спорта в Омской области.

Внешние/объективные факторы:

Поддержка развития отрасли физической культуры и спорта государством.

Включение танцевального спорта в образовательно-воспитательный процесс.

Развитие информационных технологий; мода на здоровый образ жизни и занятия физической культурой и спортом.

Внутренние/Субъективные факторы:

Близкое окружение (семья, друзья) и его влияние на выбор занятием танцевальным спортом.

Стремление человека к саморазвитию; повышение внимания к своему здоровью; желание соответствовать канонам красоты; социальные и экономические кризисы, приводящие к угнетенному психологическому состоянию и как следствие – к желанию проявлять физическую активность.

В итоге необходимо подчеркнуть, что современное состояние и тенденции развития танцевального спорта в Омском регионе определенным образом соотносятся с общим состоянием танцевального спорта в мире и в Российской Федерации.

1. Мудрик, А. В. Социальная педагогика / Под ред. В.А. Сластенина. – 3-е изд. – М.: Академия, 2000. – 200 с.

2. Статистическая информация [Электронный ресурс] // Министерство спорта Российской Федерации. – Режим доступа: https://www.minsport.gov.ru/activity/statisticheskaya-informacziya/. – Дата доступа: 15.08.2024.

3. Зимова, Н. С. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти / Н. С. Зимова, Е. В. Фомин, А. А. Смагина // Научный результат. Социология и управление. – 2020. – № 2. – С. 159–171.

Дворкина Н.И., Бойко Т.В.
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СИЛОВЫМ ФИТНЕСОМ НА ФИЗИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЖЕНЩИН 25–30 ЛЕТ В УСЛОВИЯХ ФИЗКУЛЬТУРНОГО КЛУБА

Dvorkina N.I., Boyko T.V.
Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism

THE INFLUENCE OF STRENGTH FITNESS CLASSES ON THE PHYSICAL CONDITION OF WOMEN AGED 25-30 YEARS IN A PHYSICAL EDUCATION CLUB

Аннотация. В статье представлена специфика влияния фитнес тренировки силовой направленности на физическое состояние женщин первого зрелого возраста, занимающихся в условиях физкультурного клуба. Систематические занятия женщин 25–30 лет силовым фитнесом приводят не только к значительному повышению показателей силы и силовой выносливости, но и улучшают работу сердечно-сосудистой и дыхательной систем.

Ключевые слова: силовые способности; функциональное состояние; женщины 25–30 лет; фитнес-тренировка.

Abstract.The article presents the specifics of the influence of strength-oriented fitness training on the physical condition of women of the first mature age engaged in physical education club conditions. Systematic training of women aged 25–30 in strength fitness leads not only to a significant increase in strength and strength endurance, but also improves the functioning of the cardiovascular and respiratory systems.

Keywords: strength abilities; functional state; women 25–30 years old; fitness training.

Введение. За последнее десятилетие стремление женщин к выбору направленности фитнес программ значительно изменилось, в пользу силовых тренировок [1]. Во всевозможных первенствах, по силовому фитнесу проводимых в нашей стране, все больше появляется женщин, как участниц соревнований, в различных номинациях. Однако, по мнению Л.С. Дворкина и других исследователей при планировании оптимальных параметров силовых нагрузок необходимо учитывать индивидуальный уровень физической подготовленности, стаж занятий, состояние здоровья и целевую установку занимающихся [3, 4, 5]. Стандартно, в силовом фитнесе используются различные средства отягощений, которые отличаются своей дозировкой, от малого веса (30-50%) до максимальных весов (95-100%) [2]. Отсюда проблема нашей исследовательской работы заключается в необходимости обоснования влияния силовых нагрузок с учетом целевых установок женщин 25–30 лет направленных на повышение их собственно-силовых и функциональных возможностей.

Для этого была поставлена *цель исследования* – выявить, влияние средств силового фитнеса на физическое состояние женщин 25–30 лет, систематически занимающихся в условиях физкультурного клуба.

С вышеобозначенной целью исследования, нами был проведен педагогический эксперимент в течение 5 месяцев, в котором принимала участие группа женщин 25–30 лет в количестве 12 человек. Экспериментальной базой выступил физкультурный клуб «Дом физкультурника» г. Краснодара. Все участвующие женщины имели средний уровень физической подготовленности и стаж занятий фитнесом не менее 6 месяцев. Подбор методик занятий фитнесом силовой направленности, носил сугубо индивидуальный характер, при котором учитывалась приоритетность целевых установок каждой женщины. Количество тренировочных занятий было не менее трех раз в неделю. Для оценки физического состояния женщин участвующих в экспериментальных исследованиях были использованы как педагогические контрольные тесты, так и функциональные пробы:

1. Вис на высокой перекладине на согнутых руках, с
2. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу до отказа, кол. раз.
3. Жим, лежа на горизонтальной скамье 20% от веса тела до отказа, кол. раз.
4. Присед со штангой на плечах 30% от веса тела до отказа, кол раз.
5. Подъем туловища за 45 с из положения лежа на спине, кол. раз
6. Жим ногами 40% от веса тела, кол раз.
7. Тяга штанги от помоста 40% от веса тела, кол. раз.
8. Ортостатическая проба.
9. Проба Руфье.
10. Проба Штанге.
11. Проба Генча.
12. ЖЕЛ.

Результаты исследования. На рисунке представлены материалы тестирования физической подготовленности женщин 25-30 лет в процессе пятимесячной их подготовки.

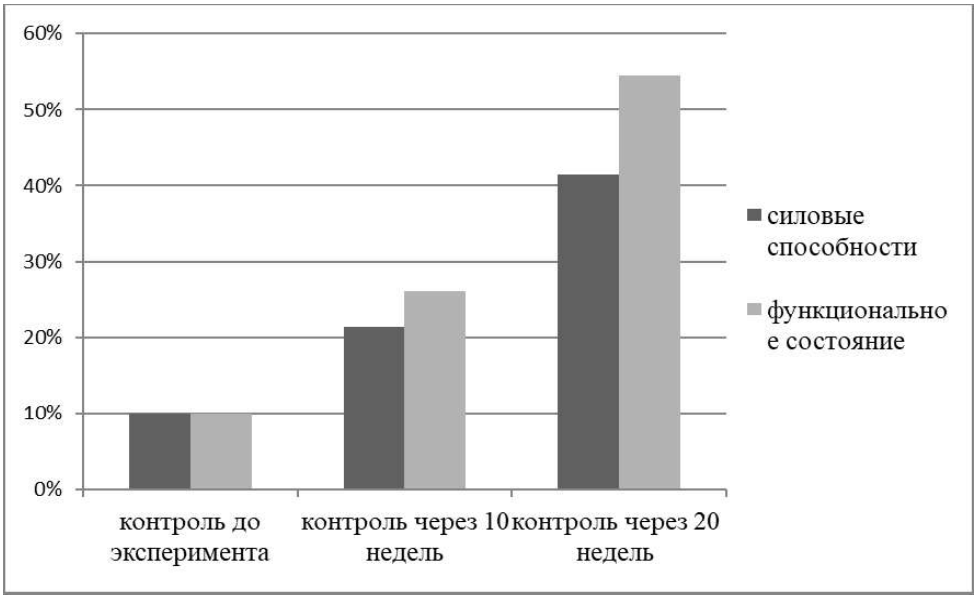


Рисунок – Динамика прироста силовых и функциональных показателей сердечно-сосудистой и дыхательной систем женщин 25–30 лет, занимающихся в условиях физкультурного клуба

Динамика тестирования проводилось не менее трех раз, за весь эксперимент: исходное тестирование, через 10 и 20 недель. Оценивались изменения абсолютных максимальных показателей тестирования, и их относительный прирост в процентах. Результаты данных исследований показали, что у женщин 25–30 лет через первые 10 недель экспериментальных занятий из семи тестов, характеризующих скоростно-силовые способности и силовую выносливость, в пяти были получены достовернее показатели их прироста, а через 20 недель во всех случаях.

На диаграмме видно, что относительные средние показатели прироста физической подготовленности за первые 10 недель выросли у женщин 25–30 лет на 21,36%, а за 20 недель на 41,45%, то есть почти в два раза больше.

Анализ функционирования сердечно-сосудистой и дыхательной систем, показал, что у женщин 25–30 лет за первые 10 недель в среднем их показатели улучшились на 26,12%, а за 20 недель – на 54,59%, то есть в 2,1 раза.

Заключение. Таким образом, проведенные исследования показывают, что силовые тренировки, в условиях физкультурного клуба, позволяют эффективно развивать как скоростно-силовые способности и силовую выносливость, так и улучшают показатели функционирования сердечно-сосудистой и дыхательной систем женщин 25–30 лет.

1. Дворкина, Н. И. Актуализация современных направлений оздоровительных тренировок для женщин в фитнес-индустрии / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2024. – № 1. – С. 216–218.

2. Давыдов, О. Ю. Базовая атлетическая подготовка студентов / О. Ю. Давыдов, Л. С. Дворкин. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2014. – 292 с.

3. Сударь, В. В. Влияние занятий фитнесом силовой направленности на физическое состояние женщин первого периода зрелого возраста / В. В. Сударь, К. В. Шкалаберда. – Краснодар: Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2024. – № 1 (47). – С. 69–75.

4. Влияние занятий силовой направленности на физическую подготовленность и функциональное состояние женщин первого зрелого возраста / О.С. Трофимова [и др.] // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2019.– № 4 (170). – С. 336–339.

5. Дворкин, Л. С. Спортивно-ориентированная физическая подготовка детей и подростков / Л. С. Дворкин. – Краснодар : ООО «Экоинвестком», 2018. – 458 с.

Деговцев Н.С.
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

СПОРТ КАК СФЕРА ФОРМИРОВАНИЯ САМООЦЕНКИ

Degovtsev N.S.
Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism

SPORT AS A SPHERE OF SELF-ESTEEM FORMATION

Аннотация. В статье приведены данные регрессионного анализа показателей значимости лиц ближайшего окружения и самооценки спортсменов-юношей подросткового возраста. Актуальность исследования определяется потенциалом спортивной деятельности в формировании личности в современных условиях. Данные показали разнонаправленность влияния лиц ближайшего окружения на самооценку. Сделаны выводы о возможностях формирования благоприятной среды для становления самооценки в спорте.
Ключевые слова: самооценка; спорт; преадаптация; ближайшее окружение.

Abstract. The article presents data from a regression analysis of indicators of the importance of people in the immediate environment and self-esteem of adolescent athletes. The relevance of the research is determined by the potential of sports activity in the formation of personality in modern conditions. The data showed the multidirectional influence of people in the immediate environment on self-esteem. We made conclusions about the possibilities of creating the favorable environment for the formation of self-esteem in sport.
Keywords: self-esteem; sports; preadaptation; inner circle.

В современных условиях нарастающей неопределенности, ускорения процессов социального взаимодействия, активного формирования искусственной социальности психологи из различных областей пытаются решить вопрос успешного включения молодого поколения в общественные процессы [2, 3, 4, 5]. Основная постановка вопроса заключается в поиске предикторов адаптированности личности в обществе и возможностей преадаптации. В связи с чем считаем, что подходящей платформой раскрытия потенциала личности является спортивная деятельность. В частности, А.Н. Демин в своей работе говорит о схожести сурового спортивного отбора с современными условиями существования человека [2]. Основным ресурсом сферы спорта является многообразие социальных связей, которые протекают в условиях конкуренции в процессе достижения высокого результата. Такие условия являются основой формирования самооценка. Это качество является определяющем в социальной адаптации личности, в эффективности коммуникации с социальным окружением, в формировании конструктивных стратегий преодоления стресса. Функции данного феномена дают право заключить о его важности в процессе включения личности в общественные процессы. Актуальным направлением в области целенаправленного воздействия на самооценку считаем определение ресурсов и барьеров влияния разных социальных групп на ее формирование в сфере спортивной деятельности.

Цель исследования – определить средовые предикторы формирования самооценки личности в условиях спортивной деятельности. В исследовании приняли участие юноши-спортсмены подросткового возраста (12–16 лет, n=140), специализирующихся в единоборствах. Выборка испытуемых определяется значимостью подросткового этапа жизненного пути в становлении самооценки личности, максимальной чувствительности самооценки к воздействию внешних факторов. Показатели значимости лиц ближайшего социального окружения определялись психодиагностической методикой «Социально-психологические связи» (Н.В. Кузьмина). Параметры были сгруппированы на два блока: семейный круг лиц (значимость матери, отца, бабушки, дедушки, брата\сестры, родственников); внесемейный круг лиц (значимость друга\подруги из класса, друга\подруги со школы, друга\подруги вне школы, друга\подруги из спортивной секции, тренера, матери\отца товарища). Показатели типов взаимоотношений, предусмотренные методикой, в публикации не представлены, так как не отражают сути темы. Параметры самооценки изучались с помощью методики Дембо-Рубинштейн. Методика представляет собой ряд графических шкал (от 0 до 100 баллов) по заданным показателям (здоровье, авторитет у сверстников, характер, внешность, умение многое делать своими руками, уверенность в себе). Испытуемые оценивают на шкалах уровень самооценки и притязаний. В ходе обработки выявляются показатели самооценки, уровня притязаний, расхождения самооценки и уровня притязаний, интегральный показатель самооценки и уровня притязаний, а также дифференцированность самооценки и уровня притязаний. Ресурсными параметрами считаются средние или высокие умеренно дифференцированные самооценки и притязания, при среднем расхождении между ними. Так же благоприятным считается сочетание очень высоких значений самооценки и уровня притязаний с умеренным расхождением между ними. В исследовании приведены данные регрессионного анализа, определяющие предикторы поддержания оптимального уровня самооценки или способствующие отклонению данного уровня.

Анализ результатов исследования показывают разнонаправленность влияния лиц из различных социальных групп. Отношения с лицами семейного круга общения позволяют создать ресурс формирования оптимальных показателей самооценки и притязаний. Регрессионный анализ показывает: значимость матери является предиктором повышения самооценки показателя «характер» (β=0,198) и дифференцированности самооценки (β=0,170); значимость отца выступает предиктором повышения самооценки по показателям «умение многое делать своими руками» (β=0,371), «уверенность в себе» (β=0,368), интегрального показателя самооценки (β=0,235), а так же снижения дифференцированности самооценки (β= -0,511); значимость брата\сестры является предиктором повышения интегрального показателя самооценки (β= 0,203), уровня притязаний показателя «внешность» (β=0,278); значимость дедушки является предиктором повышения дифференцированности самооценки (β=0,172).

Регрессионный анализ показателей значимости лиц вне семейного круга общения и самооценки показывает, что взаимоотношения со сверстниками и их родителями являются сдерживающим фактором самооценки. Взаимоотношения с тренером несут конструктивную направленность влияния на самооценку, снижая внутренний конфликт реального и идеального уровня представления о себе спортсменов. Значимость друга\подруги вне школы является предиктором снижения самооценки (β= –

0,212) и притязаний (β= -0,338) показателя «умение многое делать своими руками», интегрального показателя уровня притязаний (β= -0,244), дифференцированности самооценки (β=0,182); значимость друга\подруги из секции является предиктором снижения уровня притязаний показателя «уверенность в себе» (β= -0,177); значимость тренера является предиктором снижения расхождения самооценки и уровня притязаний показателя «уверенность в себе» (β= -0,285); значимость друга\подруги из класса (β= -0,302) и матери\отца товарища (β= -0,286) являются предиктором снижения диффецированности самооценки.

Полученные данные свидетельствует о большом потенциале средовых факторов по формированию самооценки в ходе занятий спортом. Выявлен спектр связей с лицами из различных социальных групп, окружающих спортсменов. Результаты показали разнонаправленность влияния на самооценку лиц семейного и внесемейного круга. Стоит делать упор на ресурсность семейного круга. Важно совершенствовать приемы психологической поддержки подростков родителями при занятиях спортом, формируя крепкую базу уверенного поведения. С одной стороны, это позволяет снизить влияние лиц внесемейного круга. С другой стороны, стоит рассмотреть возможные пути изменения вектора сдерживающих влияний. Снижение потенциала показателей самооценки в ходе взаимоотношений подростков со сверстниками говорят о стихийности формирования этих взаимоотношений. Те требования, которые сверстники предъявляют друг другу при общении, возможно корректировать и направлять в конструктивное русло. Примером таких взаимоотношений с лицами из внесемейного круга могут служить отношения с тренером, системность которых благоприятно влияют на самооценку спортсменов. Специалисты, работающие со спортсмена, должны учитывать разнонаправленность влияния лиц ближайшего социального окружения. Эти особенности должны отражаться в просветительской работе с различными социальными группами, окружающие спортсменов. Важно освещать многомерность спортивной деятельности, так как на данный момент понимание спорта ограничивается достижением результата. Необходимо уделить внимание формированию образа спорта как фактора развития личности, говорить о формах поддержки занимающихся спортом, проводить работу над совершенствованием командного взаимодействия. Значимость имеет формирование единого информационного поля, позволяющего включать в это пространство большее количество социальных данных. Просветительская работа включает в себя создание информационных ресурсов в сети интернет, проведение встреч с родителями спортсменов с включением фрагментов тренинговых программ, разработки методов получения постоянной обратной связи для спортсменов и родителей [1].

1. Деговцев, Н. С. Гармонизация взаимоотношений спортсменов-подростков с ближайшим социальным окружением как ресурс упрочения самооценки / Н. С. Деговцев, Г. Б. Горская, С. В. Фомиченко / Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2022. – Т. 28, № 4. – С. 35–43.

2. Демин, А. Н. Проблема адаптации человека к скорости социальных процессов / А. Н. Демин, И. В. Демина // Человеческий капитал. – 2020. – № 10(142). – С. 80–88.

3. Кашапов, М. М. Ресурсный компонент динамики социально-психологической адаптированности и конфликтоустойчивости студентов младших курсов / М. М. Кашапов // Ярославский педагогический вестник. – 2021. – № 3 (120). – С. 127–136.

4. Рябикина, З. И. Личность как субъект бытия в условиях нарастающих изменений реальности / З. И. Рябикина // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии : Результаты и перспективы развития / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. – Москва : Институт психологии РАН, 2017. – С. 807–815.

5. Толочек, В. А. Социальная успешность субъекта, окружение, ресурсы: открытые вопросы / В. А. Толочек // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2022. – № 4. – С. 136–158.

Романенко Н.И., Шахбанова О.Р., Попова Э.С.
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ФИТБОЛ-ГИМНАСТИКОЙ НА РАЗВИТИЕ ГИБКОСТИ И РАВНОВЕСИЯ У ДЕТЕЙ 8–9 ЛЕТ

Romanenko N.I., Shakhbanova O.R., Popova E.S.
Kuban state university of physical culture, sports and tourism

THE INFLUENCE OF FITBALL GYMNASTICS ON THE DEVELOPMENT OF FLEXIBILITY AND BALANCE IN CHILDREN AGED 8–9 YEARS

Аннотация. В статье рассматривается нетрадиционное средство физического воспитания фитбол-гимнастика. Представлены результаты влияния занятий фитбол-гимнастикой на развитие активной и пассивной гибкости, равновесия детей 8–9 лет.

Ключевые слова: фитбол-гимнастика; дети 8–9 лет; гибкость; равновесие.

Abstract. The article considers an unconventional means of physical education fitball-gymnastics. The results of the influence of fitball gymnastics on the development of active and passive flexibility and balance in children aged 8–9 years are presented.

Keywords: fitball-gymnastics; children 8–9 years old; flexibility; balance.

В настоящее время физическое развитие учащихся начальной школы представляет собой важную характеристику целостного организма, его состояния и готовности к различным видам жизнедеятельности [1, 2].

Младший школьный возраст, по мнению специалистов, является важным периодом двигательных умений, навыков и физических качеств [3, 4]. Проявление основных физических качеств зависит от особенностей и возможностей функциональных систем организма детей. Среди всех физических качеств одно из важных мест занимает гибкость, ведь недостаточная подвижность в суставах ограничивает уровень проявления силы, отрицательно влияет на скоростные и координационные способности, снижает экономичность работы и часто является причиной повреждения связок и мышц. При некоторых движениях гибкость человека играет основополагающую роль, но, к сожалению, многие педагоги по физическому воспитанию недооценивают значение гибкости. Данное обстоятельство и послужило поводом для проведения исследования.

Цель исследования – выявить влияние занятий фитбол-гимнастикой на развитие гибкости и равновесия у детей 8–9 лет.

Формирующий педагогический эксперимент проводился в городе Краснодаре на базе фитнес-клуба «XFIT Меридиан». В нем приняло участие 40 детей 8–9 лет, которых разделили на две группы. Контрольная группа 10 девочек и 10 мальчиков занималась по традиционной программе по развитию гибкости и равновесия с использованием общеразвивающих упражнений. Экспериментальная группа (10 девочек и 10 мальчиков) занималась фитбол-гимнастикой.

В начале педагогического эксперимента по показателям развития гибкости и равновесия у детей 8–9 лет между экспериментальной и контрольной группой не выявлено достоверных изменений.

Через пять месяцев регулярных занятий было проведено повторное тестирование развития гибкости и равновесия у детей 8–9 лет. Выявлено достоверное преимущество детей экспериментальной группы по всем тестам (таблица).

Таблица – Показатели развития гибкости и равновесия детей 8–9 лет в ходе эксперимента

Тесты	Пол	Экспериментальная группа (n=20)			Контрольная группа (n=20)			P_1-P_2
		исходные	итоговые	P_1	исходные	итоговые	P_2	
		M±m	M±m		M±m	M±m		
Наклон вперед стоя (см)	д	2,9±0,8	5,3±0,1	<0,05	3,1±0,9	4,4±0,6	>0,05	>0,05
	м	2,2±0,9	3,9±0,2	<0,05	2,1±1,3	3,5±1,1	>0,05	>0,05
Боковой наклон (см)	д	3,2±0,5	4,9±0,6	<0,05	3,5±0,8	4,6±0,9	>0,05	>0,05
	м	3,2±1,7	4,6±0,3	<0,05	3,3±1,6	4±1,3	>0,05	>0,05
Мост (высота) (см)	д	43,2±1,1	52,8±2,4	<0,01	42,6±1,5	46,6±2,7	>0,05	<0,05
	м	43±1,3	49,6±2,3	<0,01	42,5±1,5	47,9±2,7	<0,05	<0,05
Мост (длина) (см)	д	49,3±0,7	42,4±1,2	<0,01	48,1±0,2	45,7±1,2	>0,05	<0,05
	м	48,1±0,6	44,4±1,3	<0,01	47,3±0,8	45,9±0,2	>0,05	<0,05
Выкрут рук (см)	д	69,4±2,4	60,3±1,1	<0,01	70,9±2,3	63,7±1	<0,05	<0,05
	м	69,1±1,1	59,7±0,2	<0,01	71,6±1,7	64,1±0,9	<0,05	<0,05
Проба Ромберга (с)	д	8,9±1,8	16,6±1,1	<0,01	8,5±1,6	12,3±1,3	<0,05	<0,05
	м	8,1±1,5	15±1	<0,01	7,8±1,4	12,9±1,2	<0,05	<0,05
Ходьба по скамейке (с)	д	2,5±0,7	4,4±0,3	<0,05	2,7±1,3	3,5±1,8	>0,05	>0,05
	м	2,6±0,3	3,8±0,2	<0,05	2,8±1,5	3,3±1,6	>0,05	>0,05

В оценке активной гибкости разница в абсолютных значениях в тесте наклон вперед сидя составила у девочек 2,4 см, у мальчиков 1,7 см, тесте боковой наклон – у девочек 1,7 см, у мальчиков 1,4 см.

При выполнении гимнастического моста изучалась высота «моста» (расстояние от пола до корпуса) и длина «моста (расстояние от кистей рук до стоп). Выявлено

улучшение показателей у девочек на 9,6 и -6,9 см, у мальчиков на 6,6 и -3,7 см соответственно.

Обнаружено улучшение значений и в оценке пассивной гибкости в тесте выкрут рук с палкой. У мальчиков разница составила 9,4 см, у девочек 9,1 см.

Одним из проявлений ловкости является умение сохранять равновесие тела в статическом (проба Ромберга) и динамическом (ходьба по скамейке) положении, у девочек разница составила 7,7 и 1,9 см, у мальчиков на 6,9 и 1,2 см соответственно.

Наибольший относительный прирост обнаружен в тесте наклон вперед стоя (у девочек 82,7%, у мальчиков – 77,3%), в пробе Ромберга (у девочек 86,5%, у мальчиков – 85,2%) и в тесте ходьба по скамейке (у девочек 76%, у мальчиков – 46,1%) (рисунок).

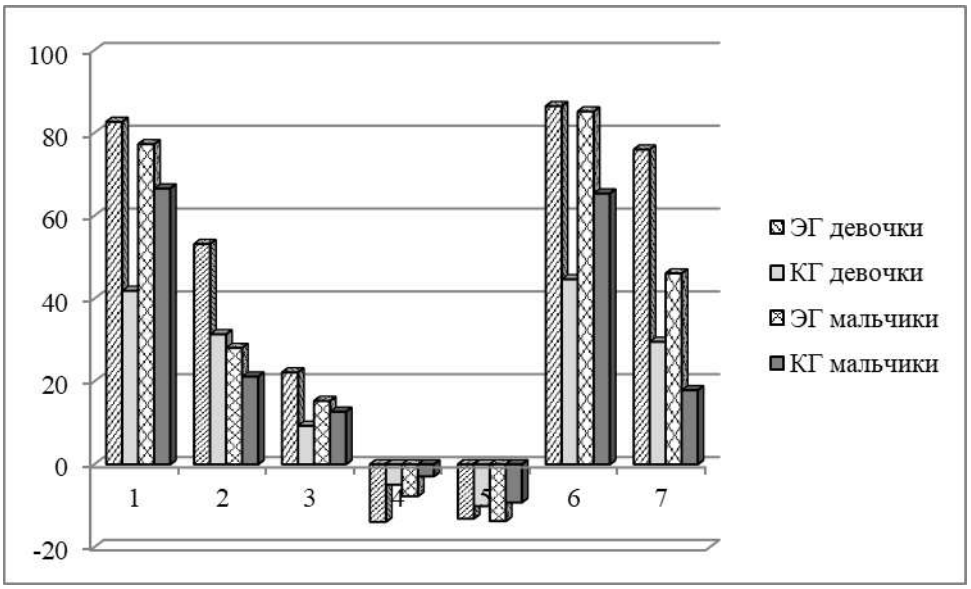


Рисунок – Относительный прирост показателей развития гибкости и равновесия детей 8–9 лет (%)

Примечание: 1 – наклон вперед стоя, 2 – боковой наклон, 3 – мост (высота), 4 – мост «длина», 5 – выкрут рук, 6 – проба Ромберга, 7 – ходьба по скамейке.

В контрольной группе наблюдались положительные изменения, но достоверные различия обнаружены у мальчиков в тесте гимнастический мост (высота), в тестах выкрут рук с гимнастической палкой и пробе Ромберга как у девочек, так и у мальчиков.

Межгрупповые достоверные различия при $p<0,05$ выявлены в тестах гимнастический мост (его высота и длина), выкрут рук в плечевых суставах с палкой, пробе Ромберга как у девочек, так и у мальчиков экспериментальной группы.

Таким образом, результаты проведенного исследования доказывают эффективность занятий фитбол-гимастикой, способствующей улучшению показателей активной и пассивной гибкости, статичного и динамичного равновесия детей 8–9 лет по сравнению с традиционным подходом.

1. Кудяшев, Н. Х. Показатели физической подготовленности детей младшего школьного возраста с нарушениями осанки / Н. Х. Кудяшев, А. Н. Кудяшева, В. А. Мартынова, Н.

И. Романенко // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2019. – № 11 (177). – С. 193–198.

2. Сударь, В. В. Повышение уровня физической подготовленности девочек 8–9 лет средствами современного фитнеса / В. В. Сударь, Я. А. Манакова, М. В. Андрейцева // Спорт, Человек, Здоровье: Материалы XI Междунар. конг., Санкт-Петербург, 26–28 апреля 2023 года / Под редакцией С. И. Петрова. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 576-578.

3. Маринович, М. А. Особенности состояния здоровья младших школьников / М. А. Маринович, В. И. Кварцхава // Актуальные проблемы развития физической культуры, спорта и туризма в современных условиях: сб. науч. трудов VI Междунар. науч.-прак. конф., Курск, 15 апреля 2021 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 239–242.

4. Романенко, Н. И. Влияние занятий детским фитнесом на физическую подготовленность младших школьников / Н. И. Романенко, И. Е. Чернова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2020. – № 1. – С. 197–198.

Семенов А.С., Шумихина И.И., Гуштурова И.И.
Удмуртский государственный университет

МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ КООРДИНАЦИОННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ У МУЖЧИН ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА 35–40 ЛЕТ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ АЙКИ-КЕН

Semenov A.S., Shumikhina I.I., Gushturova I.I.
Udmurt State University

METHODOLOGY OF DEVELOPING COORDINATION ABILITIES IN MEN OF MATURE AGE 35–40 YEARS OLD, PRACTISING AIKI-KEN

Аннотация. В статье приведены сведения о эффективности применения экспериментальной программы развития координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35–40 лет, занимающихся Айки-кен.

Ключевые слова: координационные способности; мужчины; Айки-кен.

Abstract. The article presents information on the effectiveness of the experimental program for developing coordination abilities in men of mature age 35-40 years old, practicing Aiki-ken.

Keywords: coordination abilities; men; Aiki-ken.

Совершенствование координационных способностей человека, особенно в настоящее время, на фоне снижения двигательной активности у большей части людей различных возрастных групп, является необходимым процессом, поскольку определяет координацию движений у человека, как в профессиональной сфере, так и в бытовой сфере. Развитию координационных способностей посвящено достаточное количество работ [1, 2, 3, 4]. Большей частью, эти работы посвящены развитию ко-

ординации движений у детей различного возраста, либо совершенствованию координационных способностей у спортсменов различных видов спорта [1, 2, 3, 5, 6]. Проблема развития координационных способностей у лиц первого зрелого возраста, остается малоизученной. Как способ совершенствования координации у мужчин 35-40 лет могут выступать занятия боевым искусством Айки-кен и Айкидо. Однако вопрос о принципах построения тренировочного процесса для развития и совершенствовании координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35-40 лет, занимающихся Айки-кен, недостаточно изучен.

Целью исследования явилась разработка и оценка эффективности программы специальной тренировки, направленной на развитие координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35-40 лет, занимающихся Айки-кен.

Исследование проводилось на базе региональной общественной организации Удмуртской Республики гармоничного развития личности «Замыкая круг», Айкидо-клубе «WaSinRyu», г. Ижевск Объем экспериментальной группы: 8 человек — мужчины от 35 до 40 лет. С помощью антропометрических измерений, оценивалось физическое развитие и определялся соматотип испытуемых. Для оценки уровня специальной подготовленности и уровня развития координационных способностей у испытуемых применялась проба Ромберга и батарея двигательных тестов: Вертикальный мах боккеном за 30 секунд (Шо Мен Учи); Шаг, разворот через спину на 180^0 на одной ноге с вертикальным махом боккена за 30 секунд (Шо Мен, Ирими-Тенкан); 10-кратный прыжок с места.

Разработана экспериментальная программа для развития координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35-40 лет, занимающихся Айки-кен. Программа включала в себя 8 тренировочных блоков, по 1 блоку на 1 месяц занятий. Комплекс был рассчитан на постепенное увеличение нагрузки и темпа выполнения упражнений. В комплекс были включены растяжки и элементы вырабатывающие взрывную силу, а также набор упражнений с различным инвентарем для развития координационных способностей.

На начальном этапе исследования выявлено, что среди испытуемых преобладает нормостенический тип телосложения (62,5%), характеризующуюся сбалансированными пропорциями телосложения и гармоничным развитием костно-мышечной системы, значительно меньше было лиц с гиперстеническим типом (25%), и астеническим типом (12,5%).

Для оценки эффективности разработанной программы тренировки направленной на развитие координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35-40 лет, средствами боевого искусства Айки-кен, мы изучили уровень координационных способностей у испытуемых в начале эксперимента и сопоставили полученные результаты с результатами у тех же испытуемых после применения тренировочной программы (табл. 1).

По нашим данным, после применения экспериментальной методики развития координационных способностей средний результат пробы Ромберга у мужчин 35-40 лет достоверно увеличился ($p< 0,05$) в среднем со 101,8 ± 18,7 с до 141,6 ± 24,0 с. Прирост результатов пробы у разных испытуемых колебался от 26 до 67%. Средний прирост данного показателя составил 40%, что говорит о выраженном положительном влиянии предложенной экспериментальной методик на улучшение равновесия,

общей координации движений испытуемых, улучшение проприорецепции и взаимодействия вестибулярного аппарата, мышечной и нервной систем. Наиболее высокие результаты пробы Ромберга в конце эксперимента показали испытуемые с нормостеническим типом телосложения.

О развитии координации движений у испытуемых средствами Айки-кен, говорит и динамика результатов двигательных тестов. Так, средний результат двигательного теста «вертикальный мах боккеном из основной стойки за 30 секунд (Шо Мен Учи)» достоверно возрос с 33,6 ± 3,94 раз, до 44,3 ± 4,7 раз ($p < 0,05$).

Таблица – Динамика показателей уровня развития координационных способностей и специальной подготовленности у мужчин 35-40 лет, занимающихся Айки-кен

Тест	1 этап	2 этап	прирост	достоверность
Проба Ромберга,с	101,8 ± 18,7	141,6 ± 24,0	40%	$p < 0,05$
Вертикальный мах боккеном из основной стойки за 30 секунд (Шо Мен Учи), раз	33,6 ± 3,94	44,3 ± 4,7	38,9%	$p < 0,05$
Шаг, разворота через спину на 180^0 на одной ноге с вертикальным махом боккена за 30 секунд (Шо Мен, Ирими-Тенкан), раз	24.6 ± 3,0	30,9 ± 2,8	29,8%	$p < 0,05$
10-кратный прыжок с места, см	20,4 ± 0,9	23,3 ± 1,0	13%	$p < 0,05$

Средний прирост результатов данного двигательного теста составил 38,9%. Подобный результат наглядно демонстрирует улучшение координационного взаимодействия работы определенных мышечных групп, специфичных для данного упражнения. Происходит специальная работа мышечных групп, благодаря которой повышается эффективность махов, выражающаяся в скорости и частоте. Наилучшие результаты показали испытуемые с нормостеническим типом телосложения.

Двигательный тест «шаг, разворота через спину на 180^0 на одной ноге с вертикальным махом боккена за 30 секунд (Шо Мен, Ирими-Тенкан)» является сложно координационным и, помимо координации, свидетельствует о развитии специальной выносливости. По данным сравнительного анализа результатов данного двигательного теста до и после эксперимента также наблюдается рост показателей. Так, средний результат увеличился с 24.6 ± 3,0 раз до 30,9 ± 2,8 раз ($p < 0,05$). Хотя наблюдались индивидуальные колебания величины прироста результатов данного теста (от 14% до 73%), в среднем прирост составил 29,8%, что отражает рост общей координации движений при совершении разворота корпуса и рост технической подготовленности испытуемых.

За время эксперимента возросли и показатели двигательного теста «10-кратный прыжок с места» в среднем с 20,4 ± 0,9 см до 23,3 ± 1,0 см. Средний прирост результатов данного теста составил 13% и также достигал статистически значимой величины ($p < 0,05$), что позволяет говорить о том, что уровень развития специфических координационных способностей у испытуемых после применения экспериментальной методики возрос, увеличилась взрывная сила включенных в выполнение данного движения мышечных групп. Наиболее высокие результаты в данном двигательном

тесте показали испытуемые нормостеники, ниже были результаты у астеников и гиперстеников.

Таким образом, внедрение экспериментальной методики тренировки, направленной на развитие координационных способностей у мужчин 35-40 лет, занимающихся Айки-кен, способствовало активации мышц стабилизаторов. Был задействован ряд основных мышечных групп кора: прямая мышца живота, внутренние и косые мышцы живота, поперечная мышца живота, веретеннообразные мышцы спины, квадратная мышца поясницы, диафрагма, мышцы тазового дна и др. Сочетание техник из положения лежа на спине, лежа на животе и стоя поочередно, способствовало активации необходимых мышечных групп у испытуемых, что вызвало рост показателей координационных способностей у мужчин 35-40 лет, занимающихся Айкикен. Рост изучаемых показателей координационных способностей наблюдался у всех испытуемых, но более значительным он был у испытуемых нормостенического типа телосложения.

1. Герасимов, М. В. Развитие ударных баллистических координаций кикбоксеров средствами комплексных вариативных заданий: дисс. … канд. пед. наук / Герасимов Михаил Владимирович. – М., 2023. – 137 л.

2. Новиков, А. В. Технология развития координационных способностей у бойцов рукопашного боя: дисс. … канд. пед. наук / Новиков Алексей Владимирович. – М., 2018. – 171 л.

3. Садовски, Е. Структура координационных способностей спортсменов, специализирующихся в спортивных единоборствах / Е. Садовски // Наука в олимпийском спорте. – 2000. – № 2. – С. 5–9.

4. Малахова, О. Е. Формирование координационных способностей юных спортсменов 9-10 лет в джиу-джитсу: дисс. … канд. пед. наук / Малахова Ольга Евгеньевна. – 2019. – 109 л.

5. Шумихина, И. И. Особенности тренировки девушек в единоборствах / И. И. Шумихина, И. В. Гуштурова // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Чебоксары. – Ташкент : ФГБОУ ВО Чувашск. ГАУ, 2022. – С. 505–509.

6. Шумихина, И. И. Влияние специальных упражнений на координационные способности у юных горнолыжников / И. И. Шумихина, И. В. Гуштурова, А. П. Князев // Актуальные вопросы физического и адаптивного физического воспитания в системе образования : материалы III Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. – Волгоград : ФГБОУ ВО «ВГАФК», 2021. – Т. 3. – С. 278–282.

Сошко Н.И., Лещинская Д.С.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы

ПИЛАТЕС КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Soshko N., Leshchinskaya D.
Yanka Kupala State University of Grodno

PILATES AS A MEANS OF CREATING HEALTHY LIFESTYLE

Аннотация. В данной статье рассматривается возможность применения системы пилатес в качестве физической активности для поддержания здорового образа жизни современного человека. Раскрываются особенности системы пилатес, ее основные принципы и преимущества среди других видов физической активности.

Ключевые слова: пилатес; физическая активность; здоровый образ жизни; комплекс упражнений.

Abstract. The article examines the possibility of using the pilates system as a physical activity to maintain a healthy lifestyle of modern man. The features of the pilates system, its main principles and advantages among other types of physical activity are revealed.

Keywords: pilates; physical activity; healthy lifestyle; exercise complex.

Современный ритм жизни и ее высокая интенсивность являются факторами риска для здоровья человека. Уменьшение физической активности и увеличение уровня стресса, сопровождающееся нервно-психическим утомлением и переутомлением, являются характерными чертами нашего существования. Поэтому вопросы формирования и продвижения концепции здорового образа жизни в современном мире не только не теряют своей актуальности, а, наоборот, становятся важной составляющей повестки для.

Специалисты Всемирной организации здравоохранения доказали, что здоровье любого человека на 50-55 % зависит от образа жизни, который он ведет, на 20-23 % – от генетики, на 20-25 % – от экологии, на 8-12 % – от того, насколько эффективно работает государственная система здравоохранения. Таким образом, максимальное влияние на здоровье человека оказывает его образ жизни [1].

Сегодня в процессе приобщения людей к здоровому образу жизни, в том числе к необходимой физической активности, все большую популярность набирает система пилатес. История развития фитнес-направления пилатес начинается с его разрабочика Джозефа (в некоторых источниках Йозефа) Хубертуса Пилатеса (также известного как Джо Пилатес), родившегося в городе Мен-хенгладбах (Германия) в 1883 году. Йозеф Пилатес создал систему физических упражнений, которые помогают исправить мышечный дисбаланс и улучшить осанку, координацию, равновесие, силу и гибкость, улучшить функционирование внутренних органов [2]. Данная система упражнений нашла свое применение во время Первой мировой войны для восстановления солдат после тяжелых ранений, а также была задействована в тренировке артистов балета и спортсменов.

Пилатес – это методика, укрепляющая глубокие мышцы туловища. Особенностью данной методики является направленное воздействие на окружающие позвоночник мышцы: поперечную мышцу живота, мышцы тазового дна и глубокие постуральные мышцы спины [3]. Эти мышцы выполняют стабилизирующую функцию, поддерживая позвоночник и его поясничный отдел. Целью занятий пилатесом является развитие силы и контроля над мышцами при максимальном удлинении тела. При выполнении упражнений акцент ставится на растягивание корпуса от копчика до макушки [4].

В настоящее время пилатес основывается на следующих ключевых принципах:

Дыхание: дыхание должно быть равномерным и грудным, легкие должны полностью наполняться воздухом, живот должен быть втянут;

Концентрация: полное сосредоточение и внимание к каждому движению. Чем выше уровень концентрации на технике выполнения упражнений, тем быстрее достигается желаемый результат;

Точность и симметрия: во время выполнения упражнений тело должно быть выровнено, лопатки и плечи должны находиться на одной линии;

Центрирование: сильный центр является основой всех упражнений. Во время выполнения необходимо ощущать напряжение мышц;

Контроль: каждое движение выполняется с осознанным контролем и полным погружением в процесс;

Вытяжение: во время тренировки важно ощущать вытяжение по всему позвоночнику.

Пилатес широко используется в адаптивной физической культуре, при занятиях лечебной физической культурой, при профилактике ортопедических проблем с опорно-двигательным аппаратом, при восстановлении после травм опорно-двигательного аппарата. Пилатес отлично подходит для людей, испытывающих проблемы с дыхательной системой, а также людям, которые сильно подвержены стрессу, паническим атакам, гиперактивности и иным проблемам нервной системы. Такие занятия подходят для людей с абсолютно разной физической подготовкой, и способствуют развитию гибкости и эластичности связок, правильности осанки.

Занятия пилатесом безопасны, так как выполняемые упражнения оказывают мягкое воздействие на организм, одновременно нагружая его. Тренировки часто используют в восстановительном периоде, а противопоказаний к занятиям практически не существует, так как суставы и позвоночник не нагружаются на максимум [5].

Таким образом, пилатес представляет собой безопасный комплекс упражнений, не требующий силовой нагрузки, который способствует укреплению и растяжке основных мышечных групп в последовательном порядке, уделяя особое внимание более мелким и слабым мышцам. Данная система подходит для любого организма и способствует развитию эластичности связок, гибкости суставов, мышечной и внутримышечной координации. Основное отличие пилатеса от других видов физической активности заключается в минимизации риска травм и негативных последствий, что делает систему пилатес наиболее подходящей формой повседневной физической активности при поддержании здорового образа жизни.

1. Иванов, В. Д. Система пилатес и формирование здорового образа жизни студентов / В. Д. Иванов, З. И. Матина // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2018. – Т. 3, № 1. – С. 74–78.

2. Казакова, А. С. История развития и основные принципы пилатеса / А. С. Казакова // Молодежь и системная модернизация страны : сб. науч. ст. 7 междунар. науч. конф. – 2022. – С. 91–94.

3. Морозова, Л. В. Пилатес – как форма профилактики травм и нарушений опорно-двигательного аппарата / Л. В. Морозова, Л. А. Кирьянова, Т. И. Мельникова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 1. – С. 165–170.

4. Прохорова, И. В. Пилатес как оздоровительная система физических упражнений / И. В. Прохорова, О. В. Подлеснова // Актуальные проблемы модернизации общего и высшего образования : сб. ст. / Волгоградский филиал АНО ВО Московского гуманитарно-экономического университета; редкол.: Л. А. Наконечникова (гл. ред.) [и др.]. – Волгоград, 2019. – С. 85–87.

5. Гусева, Е. А. Пилатес как один из способов поддержания здорового образа жизни / Е. А. Гусева, С. В. Бурханов // Научно-информационный издательский центр «Институт стратегических исследований». – 2021. – С. 73–75.

Терентьев К.А., Смольникова В.И.
Бобруйское государственное училище олимпийского резерва

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ СПОРТИВНОГО ПРОФИЛЯ (ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ УО «БГУОР»)

Terentyev K.A., Smolnikova V.I.
Bobruisk State School of Olympic Reserve

INNOVATIVE APPROACHES TO IMPLEMENT SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN SPORTS PERSONNEL TRAINING (FROM THE EXPERIENCE OF THE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT «BSUOR»)

Аннотация. В статье приведены конкретные факты по целенаправленной работе по информированию молодежи о механизмах достижения целей устойчивого развития. В рамках реализации международного образовательного проекта в училище проходят семинары о Целях устойчивого развития, дискуссионные площадки, организовано взаимодействие с учреждениями образования, совместная работа с общественными объединениями и организациями, международное сотрудничество.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, качественное образование, борьба с изменением климата, обеспечение безопасности, цели устойчивого развития.

Abstract. The article provides specific facts on targeted work to inform young people about the mechanisms for achieving sustainable development goals. As part of the implementation of an international educational project, the school hosts seminars on the Sustainable

Development Goals, discussion platforms, interaction with educational institutions, joint work with public associations and organizations, and international cooperation.

Keywords: healthy lifestyle, quality education, combating climate change, ensuring security, sustainable development goals.

“Здоровье любой нации – это залог ее устойчивого развития и процветания. Без физической активности, занятий спортом не будет здоровых детей, людей, здоровой нации в целом”

А. Г. Лукашенко, Президент Республики Беларусь

За годы независимости Беларусь прочно закрепилась среди лидеров международного олимпийского движения и входит в двадцатку сильнейших спортивных держав мира. Спорт в нашей стране выполняет целый ряд социально значимых миссий. Это фундамент здоровья нации, школа мужества и общества, кузница наилучших человеческих качеств, одна из важнейших форм воспитания юного поколения

Наше училище – уникальное учебное заведение, объединяющее в себе государственное образовательное учреждение и центр подготовки спортивного резерва в национальные команды Республики Беларусь. Учреждение образования «Бобруйское государственное училище олимпийского резерва» за тридцатилетнюю историю существования по количеству подготовленных олимпийских призеров занимает третье место среди подобных учреждений и прочно удерживает свои позиции.

Одним из важнейших аспектов общего процесса подготовки спортивного резерва в УО «БГУОР» является воспитательная работа, главная цель которой – создание целостного пространства для духовно-нравственного развития и воспитания обучающихся, способствующего их личностному росту, оказание социально-педагогической поддержки воспитания и становления нравственного, инициативного, творческого, активного гражданина Республики Беларусь, с четко выраженной, позитивной гражданской позицией, осознающего ответственность за настоящее и будущее своей страны [2]. .

Воспитательный процесс в УО «БГУОР» базируется на основе здоровьесберегающих технологий. Педагоги стремятся воспитать у учащихся активную жизненную позицию и приверженность идеалам нашей Родины, раскрыть таланты и способности каждого воспитанника, привить моральные и этические ценности нашего общества, создать условия для самореализации личности в настоящем и будущем.

В 2015 году Генеральная Ассамблея ООН при рассмотрении «Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» утвердила Цели устойчивого развития. Инициативу поддержали многие страны, в том числе и Республика Беларусь [1]. Наше учебное заведение присоединилось к реализации ЦУР на региональном уровне. Результатом, подтверждающим эффективность работы в данном направлении, служат многие реализованные проекты:

Цель № 3 «Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте». Обеспечение здорового образа жизни относится к основным приоритетам социальной политики училища. Большое внимание уделяется физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работе, поддержке молодежи

и помощь в достижении максимальных спортивных результатов, пропаганде здорового образа жизни.

УО «БГУОР» располагает собственной спортивной базой: игровой спортивный зал; специализированный зал бокса с восстановительным центром, методическим кабинетом, залом общей физической подготовки; специализированный зал тяжелой атлетики с восстановительным центром, методическим кабинетом; специализированный зал для метаний; зал борьбы; три тренажерных зала общей физической подготовки; тир для стрельбы из лука. На территории училища располагаются: воркаут площадка, кольцевая дорожка для бега и ходьбы, беговая дорожка, сектор для метания диска, стационарные сектора для толкания ядра.

В рамках проведения спортивно-оздоровительных мероприятий под лозунгом «Мы за здоровый образ жизни» ежегодно проводятся информационно-образовательныеакции «Я не курю и это здорово!», «Сигарету? – я не курю!» направленные на популяризацию здорового образа жизни и профилактику табакокурения как фактора риска развития онкологических заболеваний. Волонтеры УО «Бобруйское государственное училище олимпийского резерва» раздавали буклеты о вреде курения, предлагали надуть воздушный шар, чтобы проверить свои легкие, меняли сигареты на конфеты. Конфеты также вручали учащимся в обмен на правильные ответы викторины «Что вы знаете о вреде курения?». В фойе транслировались ролики, пропагандирующие здоровый образ жизни. Учащиеся фотографировались с хэштегами: «#Я не курю!», «#Время бросить курить», «#Курение вредит». В стенах училища стартовала республиканская интернет-акция “Скажи нет наркобизнесу!”

Главным аспектом устойчивого развития, в которую училище вносит достойный вклад, является **Цель № 4 «Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех».** Функцией УО «Бобруйское государственное училище олимпийского резерва» является создание путем координации усилий всех субъектов образовательного процесса воспитывающей среды для формирования разносторонне развитой, нравственно зрелой, творческой личности учащегося, личностного, профессионального, социального становления будущего тренера, спортсмена высокой квалификации, гражданина, готового достойно представлять Республику Беларусь на международной спортивной арене.

В нашем училище повышают свое спортивное мастерство учащиеся по 13 видам спорта: тяжелая атлетика, легкая атлетика, гребля на байдарках и каноэ, борьбавольная, борьба греко-римская, бокс, гимнастикаспортивная, дзюдо/самбо, плаванье, стрельба из лука, гандбол, футбол, хоккей с шайбой. Спорт – это наша идеология. Поднятие Государственного флага, исполнение Государственного гимна в честь наших спортсменов укрепляют авторитет Беларуси на международной арене, но главное, пробуждают в сердцах наших воспитанников чувство гордости за Родину. Каждый год приходит новое пополнение, которое принимает «присягу Олимпийца», звучит Гимн училища. Ежегодно проводится знаковое мероприятие «На пути к Олимпу» – чествование «Топ-10 спортсменов года», администрация и представители Бобруйского горисполкома благодарят учащихся за высокие спортивные достижения, проявленную волю к победе, стойкость и целеустремленность в прошедшем году. Вручаются грамоты, медали, ценные призы и подарки.

Идеологическое сопровождение воспитательного процесса осуществляется через проведение единых дней информирования, работу информационно-пропагандистских групп, проведение патриотических акций, участие в республиканских акциях и молодежных программах, встречи с представителями исполнительной власти, лидерами ОО «БРСМ», выдающимися деятелями спорта, культуры, воинами-интернационалистами. Налажена работа с Бобруйским краеведческим музеем, совместно был разработан план по изучению материалов по истории г. Бобруйска, Бобруйщины, экологии и природе нашего региона, популяризации знаний по историко-культурному наследию родного края. В библиотеке училища действует выставка информационных материалов «Знай наших». Она посвящена тренерам старшего поколения, а также известным выпускникам училища.

Для учащихся, проживающих в общежитии, была организована игра-викторина об истории олимпийского движения, олимпийской символике, талисманах «Мы олимпийцы», а также проведен круглый стол «Жизнь, отданная спорту».

В УО «БГУОР» успешно реализуется «Концепция развития профессиональной ориентации молодежи в республике Беларусь». Она направлена на создание целостной системы профориентационной работы, которая должна опираться на глубокое знание основных факторов, определяющих формирование устойчивой профессиональной направленности, психологической готовности к деятельности в условиях рыночных отношений, мотивации к профессиональной деятельности обучающихся [3].

Цель № 13 Борьба с изменением климата. Изменение климата представляет собой наиболее серьезный кризис нашего времени, и оно происходит еще быстрее, чем мы предполагали. Наш принцип: «Думать глобально, действовать локально!» В этой связи хотелось бы поподробнее остановиться на участие УО «БГУОР» в республиканской добровольной акции «Аднавім лясы разам!». Акция проходила осенью этого года по инициативе Министерства лесного хозяйства и направлена на восстановление лесов в Могилевской области, которые наиболее пострадали в этом году в результате сильных ураганных явлений. Учащиеся под руководством администрации УО «БГУОР» присоединились к благой инициативе, занимаясь высадкой саженцев ели, сосны и березы в Бобруйском районе, недалеко от местности, где шли жестокие бои в июле 1941 года. После короткого инструктажа по технике безопасности закипела работа. Чтобы дело спорилось, трудились по слаженному алгоритму: одни подносили рассаду, другие готовили ямки, третьи высаживали молодняк, внося свой вклад в будущее страны, чтобы наши потомки дышали чистым воздухом. Леса – богатство нашей страны, поэтому участие в восстановлении лесного фонда очень важное и ответственное для нас дело.

Цель № 11: Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов. Значимым событием для наших учащихся в этой сфере стал областной проект: «#Мая_Зямля_Прыдняпроўе».

Цель проекта обусловлена необходимостью продвижения регионов Могилевской области, малых и средних городов, как способа сохранения уникального социокультурного наследия Приднепровского края и создание положительного имиджа Могилевщины на республиканском и международном уровнях. Идеей уникального проекта прониклись также педагоги училища, которые в свою очередь смогли вы-

звать интерес у учащихся, увлечь их поисковой деятельностью и желанием постичь историю своей малой родины. Ребята проделали огромную работу по изучению знаковых объектов родного края, исследовали историю названия улиц и площадей города Бобруйска, памятников и мест боевой славы, объектов аграрно-промышленного комплекса. Участие в областном проекте способствовало формированию социально зрелой и профессионально компетентной, ответственной, открытой инновациям, приверженной высоким нравственным идеалам и традиционным национальным ценностям личности, ценностного отношения к природному и культурному наследию родного края [4].

Очень популярным оказался челлендж, где ребята начинали познавать свою родину с названия улицы, на которой они живут. Им понравилось создавать видеоролики, рассказывать о своем населенном пункте, где они родились, представлять свои маленькие мини-экскурсии по тем объектам, которые они определисами: кто-то рассказывал о культовых объектах ЮНЕСКО, кто-то о спортивных объектах, а кто-то сделал презентациюоактуальности здорового образа жизни вследствие возрастания и изменения характера нагрузок на организм человека в связи с увеличением рисков техногенного, экологического, психологического характера, провоцирующих негативные сдвиги в состоянии здоровья [5].

Одной из основных экологичных альтернатив решить проблему загрязнения воздуха в городах – езда на велосипеде. В этом году велопробег посвящен Году исторической памяти. Не случайно отправной точкой маршрута стала Братская могила советских воинов, погибших в годы Великой Отечественной войны при освобождении Бобруйска «Вечный огонь». Старт колонны велосипедистов от мемориала «Вечный огонь», финиш – возле Бобруйской крепости, у Братской могилы советских военнопленных, уничтоженных фашистами. Здесь учащиеся отдали долг памяти, возложили венки и цветы к мемориалу. В преддверии Дня Победы и в канун Дня труда мы чтим тех, кому обязаны счастьем жить и работать на родной земле.

Олимпийский девиз «Citius, altius, fortius!» запечатлен на ступеньках УО «БГУОР». А это значит – «Быстрее, выше, сильнее!». За успешное выполнение целей устойчивого развития, за процветающую родную Беларусь!

1. Спорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://president.gov.by/ru/belarus/social/sport.

2. Здоровый образ жизни – визитная карточка Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://president.gov.by/ru/belarus/social/sport/healthy-lifestyle.

3. Цели устойчивого развития в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sdgs.by/.

4. Закон Республики Беларусь о физической культуре и спорте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_fizicheskoj_kulture_i_sporte.htm.

5. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals.

Трифонова М.В., Кудяшева А.Н.
Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

КОМПЛЕКС УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПОДВИЖНОСТИ ТАЗОБЕДРЕННОГО СУСТАВА У ДЕВУШЕК 18–20 ЛЕТ ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОЛЛЕКТИВА «O BLIK»

Trifonova M.V., Kudyasheva A.N.
Volga Region State University of Physical Culture, Sports and Tourism

A SET OF EXERCISES FOR THE DEVELOPMENT OF HIP JOINT MOBILITY IN GIRLS AGED 18–20 YEARS OF THE DANCE GROUP “O BLIK”

Аннотация. Статья посвящена разработке комплекса упражнений для развития подвижности тазобедренного сустава у девушек 18-20 лет танцевального коллектива «O BLIK». Достаточная гибкость суставно-связочного аппарата обеспечивает легкость, выразительность и эффективность выполняемых танцором движений. У людей, занимающихся танцами, имеются определенные требования к подвижности суставов, именно поэтому им необходимо регулярно выполнять упражнения, которые будут способствовать сохранению и улучшению функциональности суставов.
Ключевые слова: подвижность, тазобедренный сустав, девушки 18-20 лет.

Abstract. The article is devoted to the development of a set of exercises for the development of hip joint mobility in girls aged 18-20 years of the dance group “O BLIK”. Sufficient flexibility of the articular ligamentous apparatus ensures the lightness, expressiveness and effectiveness of the movements performed by the dancer. Dancers have certain requirements for joint mobility, which is why they need to regularly perform exercises that will help preserve and improve joint functionality.
Keywords: mobility, hip joint, girls 18-20 years old.

Каждый разумный человек стремится к тому, чтобы быть здоровым и красивым. Важными компонентами, обеспечивающими физическое здоровье, являются гибкость и подвижность. Гибкость обычно определяют, как способность выполнять движения с большой амплитудой. Высокий уровень функциональности суставно-связочного аппарата позволяет сравнительно легко выполнять различные движения с наибольшей быстротой, выразительностью и эффективностью. Упражнения, развивающие гибкость, одновременно укрепляют суставы, упрочняют связки и мышечные волокна, повышают эластичность мышц, их способность упруго растягиваться. Регулярные занятия фитнесом помогают не только сохранить гибкость, но и, в определенной мере, развить ее в любом возрасте [4].

У людей, занимающихся танцами, есть свои определенные требования к подвижности суставов. Без этого не будет ни пластики движений, ни их легкости и красоты, не говоря уже о здоровье и тренированности. Остановимся на исследовании возможностей развития именно тазобедренного сустава, которое позволит улучшить все спортивно-оздоровительные характеристики и поспособствует качественному

изменению состояния всех функциональных показателей участниц танцевального коллектива.

Целью исследования является разработка и теоретическое обоснования комплекса упражнений, способствующего развитию подвижности тазобедренного сустава.

Объект исследования – физкультурно-оздоровительная работа с девушками 18-20 лет танцевального коллектива O BLIK

Гипотеза исследования предполагает, что, на основе проведенного тестирования с целью определения мобильности тазобедренного сустава, будет разработан комплекс упражнений для развития его подвижности.

Задачи:

1. Оценить мобильность тазобедренного сустава у девушек 18-20 лет танцевального коллектива O BLIK

2. Разработать комплекс упражнений для развития подвижности тазобедренного сустава у девушек 18-20 лет танцевального коллектива O BLIK.

Если необходимо разработать программу по фитнесу, направленную на достижение конкретных целей, то сначала нужно сделать диагностику, включающую детальный анализ всех возрастных, физиологических, психофизиологических особенностей исследуемой группы с учетом сферы ее деятельности [1].

Физиология этого возраста (18-20 лет) характеризуется окончанием всех процессов роста и становления организма человека. К 18-20 годам формируется полный комплекс всех внутренних и внешних параметров (рост, вес, размеры головы и туловища, длина рук и ног, внутренние органы и все системы жизнеобеспечения человека) и с окончанием физического и психофизиологического развития заканчивается и период взросления [6].

Гибкость как физическое качество наиболее интенсивно развивается до 15-17 лет. Без специальных тренировок на суставно-связочный аппарат, данное качество может начать снижаться с 15-20 лет [8].

Нужно отметить специфику работы суставов человека и те изменения, которые с ними происходят. Подвижность суставов больше у детей и молодых людей, у женщин она выше, чем у мужчин. С возрастом подвижность суставов уменьшается, что связано с возрастными изменениями фиброзной мембраны и связок, ослаблением мышечной активности [3].

Рассматривая конкретно тазобедренный сустав, можно сказать, что он является главным опорным суставом в теле человека, который несет нагрузку при ходьбе, беге, прыжках и т.д. Тазобедренный сустав может двигаться во всех трех плоскостях. С одной стороны, это хорошо, т.к. этот сустав является одним из самых подвижных и может выполнять большое количество различных движений, с другой стороны, если подвижность не уметь ограничивать за счет правильной техники и укрепления мышц, окружающих сустав, есть риск получить травму.

Улучшать подвижность сустава можно разными методами: работая с мобильностью самого сустава, через эксцентрическую работу мышц, окружающих сустав, и через снятие мышечных зажимов, которые могут препятствовать полноценному движению [5].

Организация исследования.

В эксперименте приняли участие 20 девушек 18-20 лет, занимающихся в танцевальном коллективе O BLIK Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма.

Было проведено два первичных тестирования с целью определения необходимости разработки комплекса упражнений для развития гибкости.

Модифицированный тест Томаса, также известный как тест подвздошно-поясничной мышцы, используется для оценки эластичности сгибателей бедра – прямой мышцы бедра, гребенчатой мышцы, тонкой мышцы, напрягателя широкой фасции бедра и портняжной мышцы. Из-за некорректной работы перечисленных мышц бедра (их укорочения или наличия гипервозбудимых участков с локальным мышечным напряжением), ограничивается подвижность тазобедренного сустава, и возникает невозможность выполнять движения с большой амплитудой. Помимо флексии бедра, указанные выше мышцы участвуют и в др. движениях, с чем связаны вариации положительного теста Томаса:

- Подвздошно-поясничная мышца – наружная ротация.
- Прямая мышца бедра – разгибание колена.
- Напрягатель широкой фасции бедра – внутренняя ротация, отведение.
- Портняжная мышца – сгибание колена.

Оценку амплитуды движений проводили с помощью гониометра, состоящего из двух бранш, соединенных со шкалой, градуированной от 0 градусов до 180 градусов. При оценке подвижности в тазобедренном суставе измеряли амплитуду пассивного движения [5].

Результат «отрицательный»:

-если поясница испытуемого не отрывается от стола;

-бедро уходит в экстензию не более 10 градусов;

-колено остается под углом 90 градусов.

«положительный»:

-испытуемый не удерживает нижнюю часть спины и крестец на столе;

-бедро уходит в экстензию свыше 15 градусов

-колено не способно разогнуться дальше 80 градусов.

Анализ результатов показывает, что у 13 (65%) участниц отрицательный результат тестирования по тесту Томаса. А у 7 (35 %) участниц результаты оказались положительными, что представлено на диаграмме (рис. 1).

Рисунок 1. – Диаграмма по тесту Томаса

Тест FADDIR (Flexion ADDuction Internal Rotation). Тест ФАДДИР (тест внутренней ротации при сгибании-приведении) используется для изучения бедренно-вертлужного соударения, когда вокруг головки бедренной кости и / или вдоль вертлужной впадины появляются костные разрастания – остеофиты. Гипертрофия костей приводит к тому, что кости бедренного сустава начинают тереться друг о друга, вместо того, чтобы двигаться гладко, из-за чего движения с большой амплитудой в тазобедренном суставе анатомически невозможны [6].

Тест ФАДДИР является положительным, если ощущается боль в паху и присутствует ограничение сгибания и внутреннего вращения. Принудительное движение, сочетающее сгибание, приведение и внутреннюю ротацию, приводит шейку бедра в соприкосновение с переднебоковым краем вертлужной впадины [4].

Анализ результатов показывает, что у 8-ми (40%) из тестируемых девушек присутствовали болевые ощущения при проведении ФАДДИР теста. Эти данные представлены на диаграмме (рис.2).

Рисунок 2. – Диаграмма по ФАДДИР тесту

Разработанный комплекс упражнений призван решить проблему ограничений в подвижности тазобедренного сустава у девушек 18-20 лет танцевального коллектива «O BLIK» с помощью современных методов: стретчинга, йоги и МФР [2].

Упражнение 1. Ложимся лицом к коврику, опора на предплечья, одна нога лежит на ролле на квадрицепсе бедра, вторая согнута в колене, отведена в сторону. С помощью рук мы начинаем прокатывать переднюю поверхность бедра вверх-вниз, не заходя на колено. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

1

Упражнение 2. Ложимся лицом к коврику, опора на предплечья, одна нога согнута в колене, отведена в сторону и лежит на ролле внутренней поверхностью бедра, вторая нога прямая, лежит на полу. Прокатываем приводящие мышцы бедра, проезжая в сторону, затем возвращаясь в и.п. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

2

Упражнение 3. Ложимся боком к коврику, опора на руки, одна нога прямая, латеральной поверхностью бедра лежит на ролле, вторая нога согнута в колене и стоит перед выпрямленной ногой. С помощью рук и опорной ноги, мы начинаем прокатывать отводящие мышцы бедра вверх-вниз, не заходя на колено. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

3

Упражнение 4. Пронация-супинация в тазобедренном суставе.

Стоя, руки на пояс. Левой делаем шаг вперед, стопу ставим перпендикулярно правой, проворачиваясь в тазобедренном суставе вовнутрь. Затем шагаем назад, стопу ставим перпендикулярно правой ноге, прокручиваясь наружу. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

4

Упражнение 5. Отведение-приведение в тазобедренном суставе.

Стоя, руки на пояс. Левой делаем шаг в сторону, уходя в небольшой выпад, затем шаг накрест в др. сторону, правая остается на месте. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

5

Упражнение 6. Сгибание-разгибание в тазобедренном суставе.

Стоя, руки на пояс. Левая отставлена на носок назад, полусогнута в колене. Выполняем сгибание в тазобедренном суставе к правой ноге, затем шагаем левой вперед, перемещаем таз вперед и осуществляем разгибание в правом тазобедренном суставе. Повторить 6-8 раз, затем выполнить на др. ногу.

6

Упражнение 7. Поза «собака мордой вниз».

В этом положении тянем пружинящими движениями грудную клетку к коленям. На каждое движение делаем выдох. Повторить 6-8 раз.

7

Упражнение 8. Артикуляция позвоночника.

Поза «собаки мордой вниз». Начинаем подкручиваться таз, округляя поясничный отдел, затем округляется грудной, после чего шейный, затем выход в позу «кобра». Из «кобры» продолжаем артикуляционную волну в позвоночнике, но уже в обратную сторону, проходя через позицию упор стоя на коленях. Возвращаемся в «собаку мордой вниз».

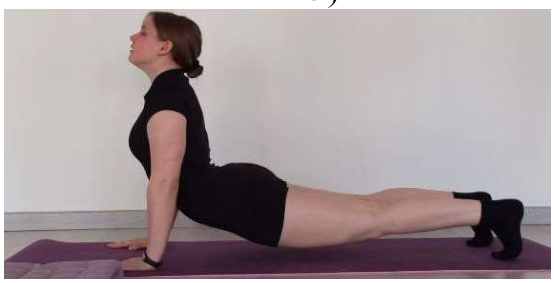
8

1)

2)

3)

4)



5)

6)

7)

8)

9)

10)

Упражнение 9. Смена наклона таза в П-позиции.

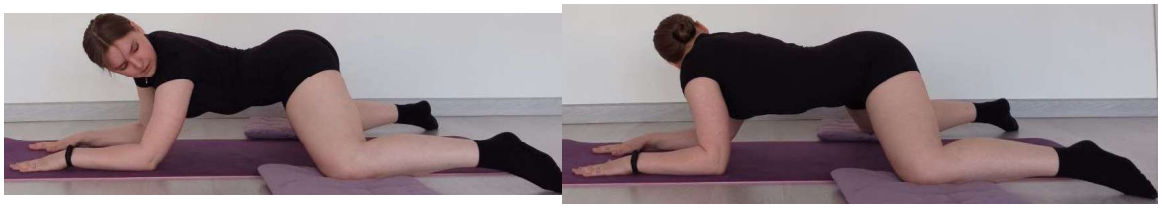
Бедра отведены в стороны, колени стоят на подушках на одной линии с тазом, упор на предплечьях. В этой позиции необходимо воспроизводить смену наклона таза с переднего на задний, и наоборот. 15-20 секунд выполняем упражнение.

9

Упражнение 10. Встречное движение головы и таза в П-позиции.

Бедра отведены в стороны, колени стоят на подушках на одной линии с тазом, упор на предплечьях. В этой позиции необходимо латерально согнуться в позвоночнике сначала в одну сторону, за счет движения головы и таза, затем в другую сторону. 15-20 секунд выполняем упражнение.

10



Упражнение 11. Отведение-приведение в П-позиции.

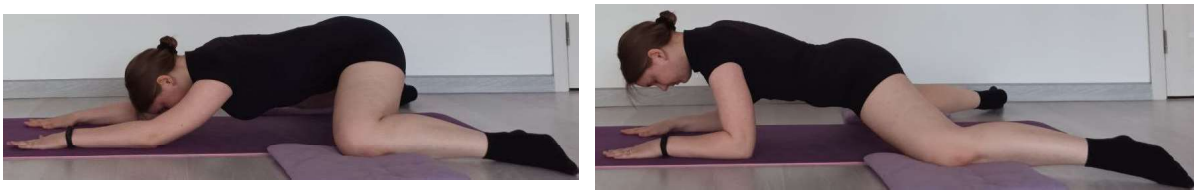
Бедра отведены в стороны, колени стоят на подушках на одной линии с тазом, упор на предплечьях. Вдох – приводим колени к центру, выдох – подконтрольно отводим колени в стороны. 15-20 секунд выполняем упражнение.

11

Упражнение 12. Сгибание-разгибание в П-позиции.

Бедра отведены в стороны, колени стоят на подушках на одной линии с тазом, упор на предплечьях. В этой позиции необходимо с помощью рук переместить таз вперед (задний наклон таза), затем перемещаем таз назад (передний наклон таза). 15-20 секунд выполняем упражнение.

12



Методик и упражнений, развивающих подвижность тазобедренного сустава, великое множество и каждая из них имеет свои особенности, специфику и подходит для использования не в каждой ситуации. Есть универсальные подходы, приемлемые для всех возрастов и аудиторий, и есть специальные, разработанные для конкретных групп, целей и особенностей занятий [7].

На основании проведенного теоретического исследования научно-методической литературы и тестирования девушек танцевального коллектива подтвердилась гипотеза о том, что правильно подобранные современные средства фитнеса, в частности разработанный комплекс упражнений, могут способствовать развитию подвижности тазобедренного сустава у девушек 18-20 лет танцевального коллектива «O BLIK».

1. Кудяшева, А. Н. Изучение мотивации студенток к занятиям физической культурой и спортом / А. Н. Кудяшева, Г. Ш. Ашрафуллина, Н. Х. Кудяшев // Итоговая науч. конф. 2014 года : сб. докладов итоговой науч. конф. профессорско-преподавательского состава / Казанский федеральный университет, Набережночелнинский институт. – 2014. – С. 244–250.

2. Маврудиев, П. Новые направления тренировок в фитнес индустрии / П. Маврудиев, А. Н. Кудяшева, Г. Р. Шамгуллина // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки в гимнастике, танцевальном спорте и фитнесе. : Материалы III Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Казань. – 2023. – С. 242–244.

3. Молодежь и спорт в Республике Татарстан: информационно-методологический сборник / под общей редакцией М. М. Бариева. – Казань.: РЦИМ, 2016. – 186 с.

4. Теория и методика физкультурно-оздоровительных технологий: учебное пособие / В. И. Осик [и др.]. – Краснодар : КГУФКСиТ, 2016. – 150с.

5. Сайкина, Е. Г. Теория и методика фитнеса (часть I-Теория): учебное пособие для студ. учреждений высш. проф. образования / Е. Г. Сайкина. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2020. – 164с.

6. Сайкина, Е. Г. Концептуальные основы фитнеса в теории и практике физической культуры / Е. Г. Сайкина, Ю. В. Смирнова // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 2.

7. Сайкина, Е. Г. Фитнес в системе физической культуры [Электронный ресурс] / Е. Г. Сайкина // Молодой ученый. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/fitnes-v-sisteme-fizicheskoy-kultury/viewer.

Хроменкова Е.В.
Республиканский научно-практический центр спорта

ТЕМПЫ ПРИРОСТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ДВИГАТЕЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Khramiankova A.
Republican Scientific and Practical Center for Sports

DEVELOPMENT OF MOTOR SKILLS IN CHILDREN IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. В статье представлены результаты анализа динамики показателей уровня развития основных двигательных способностей детей школьного возраста Республики Беларусь. В исследовании использованы результаты тестирования, проведенного в рамках Всебелорусской недели сдачи нормативов физкультурно-оздоровительной программы Государственного физкультурно-оздоровительного комплекса Республики Беларусь «Готов к труду и обороне» в 2021–2022 гг. Рассчитаны темпы прироста результатов тестирования детей в возрасте от 6 до 18 лет, методика оценки которых лежит в определении сенситивных периодов развития основных физических качеств.

Ключевые слова: двигательные способности, тестирование, темпы прироста, сенситивные периоды, Государственный физкультурно-оздоровительный комплекс Республики Беларусь «Готов к труду и обороне».

Abstract. The article provides the analysis results of the dynamics observed in the development level of basic motor skills of school-age children from the Republic of Belarus. The study is based on the results of the testing carried out as a part of the nationwide Belarusian week of passing the norms of the physical fitness and health-improvement programme within the State physical fitness and health-improvement complex of the Republic of Belarus ‘Ready for Labour and Defence’ in 2021–2022. The progression rates in the test results of children aged 6 to 18 years old were calculated. The evaluation of these results is the fundumental method applied to assess the main physical qualities development during the sensitive life periods.

Keywords: basic motor skills, testing, progression rates, sensitive life periods, State physical fitness and health-improvement complex of the Republic of Belarus «Ready for Labour and Defence».

Введение. По определению ВОЗ, здоровый образ жизни (ЗОЖ) – это сознательное санитарное поведение, направленное на укрепление, сохранение и восстановление здоровья, обеспечение жизнедеятельности и работоспособности, достижение активной продолжительной жизни [1]. Центральным фактором ЗОЖ признана двигательная активность (в первую очередь организованная), в значительной степени влияющая на уровень и гармоничность физического развития и функциональное состояние организма и взаимосвязанная с морально-волевыми и ценностно-мотивационными

установками человека [2]. В связи с этим, показатели физического развития, а с ними и физической подготовленности, являются критериями здоровья как на индивидуальном, так и на общественном уровне. При этом, если физическое развитие понимается как естественный процесс и его результат, влияние на который имеет, в том числе, двигательная активность, то физическая подготовленность – это результат физической подготовки – процесса, направленного на развитие физических способностей, двигательных умений и навыков, необходимых в жизни или конкретной деятельности человека [3]. Уровень физической подготовленности рассматривается как наиболее объективный и интегральный показатель степени физического развития и определяется количественными и качественными результатами выполнения определенных двигательных заданий [4].

Наиболее важным в жизненном цикле человека можно считать этап созревания, рост и развитие организма в котором протекают в соответствии с общими закономерностями и объективно существующими законами, среди которых – гетерохронность, неравномерность темпов, половой диморфизм, биологическая надежность, генетическая обусловленность, обусловленность средовыми факторами, эпохальная тенденция и цикличность [5].

Развитие физических качеств и двигательных способностей закономерно происходит в соответствии с названными закономерностями и законами**.** Многолетнее управление физическим развитием и физической подготовленностью в процессе систематически организованной двигательной активности с целью его оптимизации и гармонизации, а также разработка нормативных оценок, позволяющих оценить с одной стороны физическое состояние, а с другой результаты занятий физической культурой, возможны только с учетом основных закономерностей онтогенеза.

Особую дискуссию в этом направлении уже на протяжении ни одного десятка лет вызывают такие понятия как «критический» (период онтогенеза, связанный с естественным приростом в развитии физического качества и не всегда чувствительный к внешним воздействиям) и «сенситивный» период (период онтогенеза, характеризующийся наибольшим эффектом в ускорении темпов развития отдельных двигательных способностей под влиянием физических упражнений, направленных на их развитие) [6]. Причинами разногласий специалистов могут служить различия в природно-климатических, этнических и экологических факторах, в методологии исследования и пр., т.е. выборки для разработки периодизации должны быть репрезентативны, а методы стандартизированы. Кроме этого, влияние закономерностей эпохальной обусловленности и цикличности требуют регулярного пересмотра возрастных границ критических и сенситивных периодов в соответствии с изменяющимися экологическими, экономическими, социальными и прочими условиями жизни [6–8].

В связи с этим в нашем исследовании была поставлена *цель*: провести анализ темпов прироста показателей физической подготовленности современной детской популяции Республики Беларусь, который позволит выявить характерные черты популяционной динамики, возрастные периоды наибольшего и наименьшего прироста в развитии физических качеств и двигательных способностей.

Методы и организация исследования. Основой исследования стали результаты тестирования физической подготовленности детей Республики Беларусь школьного

возраста, проведенного в рамках Всебелорусской недели сдачи нормативов Государственного физкультурно-оздоровительного комплекса Республики Беларусь «Готов к труду и обороне» в 2021-2022 гг. Общий объем выборки составил 61554 человек: 30639 мальчиков (юношей) и 30915 девочек (девушек). В исследовании принимали участие все регионы страны. Программы тестирования дифференцировались по половозрастному принципу и включали тесты, направленные на определение уровня развития основных двигательных способностей. Внимание в данном исследовании было сосредоточено на динамике показателей «сквозных» тестов: наклон вперед из положения сидя (гибкость), бег на короткую дистанцию (бег 30 м), прыжок в длину с места (скоростно-силовые способности), сгибание и разгибание рук в упоре лежа, подтягивание из виса на высокой перекладине (мальчики), челночный бег 4 по 9 м (координационные способности). Динамический анализ показателей проводился расчетом цепных темпов прироста (ЦТП, %) результатов и их сравнением со среднегодовыми значениями (СТП, %) [9].

Результаты исследования и их обсуждение. Динамические ряды среднегрупповых значений результатов тестирования детей в возрасте от 6 до 18 лет представлены на рисунке.

Как видно из графиков, динамические ряды показателей носят волнообразный характер. Гетерохронно для отдельных двигательных способностей и неравномерно, этапы увеличения темпов прироста, сменяются этапами стабилизации и снижения.

СТП скоростных способностей у мальчиков составляют 4,01%, девочек – 3,34%, гибкости – 16,67% и 11,11% соответственно, скоростно-силовых способностей – 6,4% и 2,99% соответственно, силовых способностей – 15,79% и 7,14%.

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что положительный прирост уровня развития практически всех двигательных способностей у подрастающего поколения Республики Беларусь прекращается в 17 лет, кроме теста «сгибание и разгибание рук в упоре лежа» у юношей. Положительная направленность ЦТП (улучшение результатов) в тестах на гибкость, скоростные, силовые, скоростно-силовые и координационные способности у девушек заканчивается в 15-16 лет, что на один уровень ряда короче, чем у юношей.

Динамические ряды девочек и мальчиков отличаются: этапы развития, стабилизации или регресса не совпадают по временным интервалам, величинам темпов прироста. Такие тенденции отражают закономерности полового диморфизма в развитии двигательных способностей.

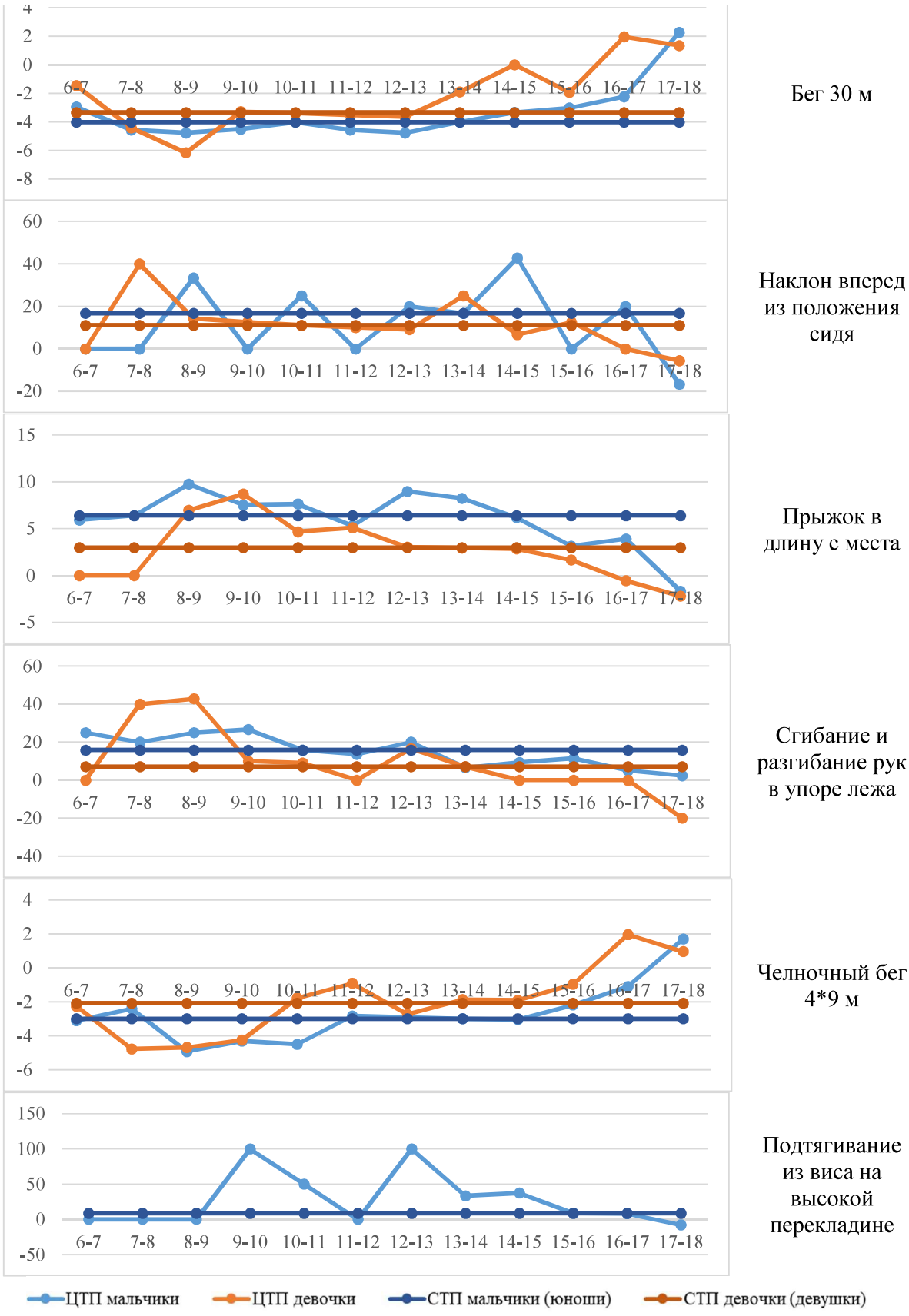


Рисунок – Динамический анализ показателей тестирования

В тесте «бег 30 м» у девочек период заметного увеличения ЦТП наблюдается с 7 до 10 лет с пиком максимальных ЦТП в 8–9 лет. У юношей таких периодов два: первый с 7 до 10 лет с пиком в 8–9 лет, второй – с 11 до 13 лет с пиком в 12–13 лет.

В тесте «наклон вперед из положения сидя» у девочек первый период увеличения ЦТП наблюдается с 7 до 9 лет с пиком максимальных ЦТП в 7–8 лет, второй – 13-14 лет. У юношей – первый период ускорения ЦТП наблюдается с 8 до 9 лет, второй – с 10 до 11 лет, третий с 13 до 15 лет с пиком в 14–15 лет.

В тесте «прыжок в длину с места» у девочек период заметного увеличения ЦТП наблюдается с 8 до 13 лет с пиком максимальных ЦТП в 9–10 лет. У юношей таких периодов два: первый с 7 до 11 лет с пиком в 8–9 лет, второй – с 12 до 14 лет с пиком в 12–13 лет.

В тесте «сгибание и разгибание рук в упоре лежа» у девочек наблюдается два периода ускорения ЦТП: первый с 7 до 10 лет с пиком максимальных ЦТП в 9–10 лет и второй в период 12–13 лет. У юношей такая же тенденция, но первый период отмечается в 6-10 лет с пиком в 9–10 лет, а второй, как и у девочек в 12–13 лет. В тесте «подтягивание из виса на высокой перекладине» наблюдается 2 периода ускорения в развитии силовых способностей: в период с 9 до 11 лет с пиком в 9–10 лет и в период с 12 до 14 лет с пиком в 12–13 лет.

В тесте «челночный бег» у девочек первый период заметного увеличения ЦТП наблюдается с 6 до 11 лет с пиком максимальных ЦТП в 7–8 лет, второй – период 12–13 лет. У юношей период один: с 8 до 11 лет, но с двумя пиками максимальных ЦТП – в 8–9 и 10–11 лет.

Таким образом, на основании полученных результатов можно сделать следующие *выводы*:

1. Развитие физической подготовленности подчиняется основным закономерностям онтогенеза: носит волнообразный, гетерохронный и неравномерный характер.

2. Положительная динамика ЦТП результатов всех тестов у мальчиков прекращается в 17 лет (кроме теста «сгибание и разгибание рук в упоре лежа»), у девочек в 15-16 лет. СТП у мальчиков выше девочек по всем те6стам. Развитие изучаемых двигательных способностей подчиняются закону полового диморфизма.

3. Динамический анализ показателей тестирования, проведенного в рамках Государственного физкультурно-оздоровительного комплекса «Готов к труду и обороне», позволил выявить периоды наибольшего прироста отдельных двигательных способностей подрастающего поколения нашей страны, которые в дальнейшем могут быть использованы в практической работе.

4. Мониторинг физической подготовленности населения может служить инструментом управления системой физического воспитания, совершенствования ее теоретических и методических основ.

1. Пилипцевич, Н. Н. Здоровый образ жизни – ведущий фактор, обусловливающий здоровье / Н. Н. Пилипцевич, Р. А. Часнойть, Т. П. Павлович // Вопросы организации и информатизации здравоохранения : рецензируемый аналитико-информационный бюллетень / Министерство здравоохранения Республики Беларусь. – 2016. – № 2. – С. 55–61.

2. Айвазова, Е. С. Роль физической культуры и спорта в обеспечении здоровья / Е. С. Айвазова // The Scientific Heritage. – 2019. – № 40-3 (40). – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-fizicheskoy-kultury-i-sporta-v-obespechenii-zdorovya. / – Дата доступа: 26.04.2023.

3. Рыбалко, В. Е. Основные понятия физического воспитания и их критерии / В. Е. Рыбалко // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2013. – № 4 (22). – С. 125–127. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-fizicheskogo-vospitaniya-i-ih-kriterii. / – Дата доступа: 23.05.2023.

4. Исаак, С. И. Мониторинг физического развития и физической подготовленности: теория и практика: монография / С. И. Исаак. – М.: Советский спорт, – 2005. – 196 с.

5. Кучма, В. Р. Гигиена детей и подростков: учебник / В. Р. Кучма. – 2-е изд. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2008. – 473 с.

6. Левушкин, С. П. Сенситивные периоды в развитии физических качеств школьников 7-17 лет с разными типами телосложения / С. П. Левушкин // «Физическая культура». – 2006. – № 6.

7. Нестеров, В. А. Этапность развития физических качеств у детей школьного возраста, проживающих в различных климато-географических условиях / В. А. Нестеров // «Физическая культура». – 1998. – № 1.

8. Макарова, Л. Н. Определение сенситивных периодов развития физических качеств у школьников-телеутов на основе анализа корреляционных связей между показателями физического развития и физической подготовленности / Л. Н. Макарова, Н. И. Ромашевская, Т. В. Карпова // Педагогический журнал, – 2018. – Т. 8. – № 6А. – С. 178–187.

9. Сущевич, В. В. Расчет и определение репрезентанивности показателей, характеризующих параметры заболеваемости : учеб.-метод. к практ. занятиям пособие по курсу «Анализ динамических рядов» / В. В. Сущевич . – Минск : УО «МГЭУ им. А.Д. Сахарова, 2004. – 56 с.

Чжан Цинюнь, Куан Маньлин
Белорусский государственный университет физической культуры

АНАЛИЗ ФИТНЕС-ЦЕННОСТИ ЙОГИ

Zhang QingYun, Kuang ManLing
Belarusian State University of Physical Culture

ANALYSING THE FITNESS VALUE OF YOGA

Аннотация. Целью данной статьи является всесторонняя разработка современной эстетической ценности и фитнес-значения йоги через исторический обзор и культурно-химический анализ культуры йоги, и в то же время она направлена на расширение познания йоги в обществе, содействие популярности и развитию йога-спорта, дальнейшее изучение и воспроизведение фитнес-функции йоги, чтобы укрепить физическое и психическое здоровье широкой общественности.

Ключевые слова: йога; культура; ценностный выбор; значение фитнеса

Abstract. The purpose of this article is to comprehensively develop the contemporary aesthetic value and fitness value of yoga through historical review and cultural and chemical analysis of yoga culture, and at the same time, it aims to expand the cognition of yoga in society, promote the popularity and development of yoga sports, further explore and reproduce the fitness function of yoga to enhance the physical and mental health of the general public.

Keywords: yoga; culture; value choice; fitness value.

Введение. Историческая эволюция йоги

Йога – вид физических упражнений, зародившийся в древнеиндийской культуре – получила свое название от санскритского слова «йога», которое первоначально символизировало привязывание коровы или лошади к повозке, и исходит из идеи управления чувствами и мыслями с помощью силы воли для достижения гармонии и единства между духом и телом, а также стремления к высшему слиянию жизни и природы. Йога имеет долгую историю, и, согласно историческим данным, ее развитие можно разделить на пять основных этапов: первобытная йога, доклассическая йога, классическая йога, постклассическая йога и современная йога [1]. От начальной стадии первобытной йоги, когда люди достигали физического и душевного равновесия с помощью простых физических поз и дыхательных техник, до периода доклассической йоги, когда начало формироваться философское осмысление йоги, а появление классического труда «Йога с утра» ознаменовало рождение классической йоги. В последствии, в период постклассической йоги, практические методы йоги были еще более обогащены и стали включать такие элементы, как медитация, мантры и ритуалы. В современную эпоху йога распространилась по всему миру и постепенно эволюционировала в различные школы и стили, став для современных людей одним из важнейших способов достижения здоровья и духовного равновесия [2].

Основная часть. Анализ фитнес-ценности современной йоги. Современный этап развития йоги, начавшийся в середине-конце XIX века, знаменует собой начало йоги – восточной мудрости, которая преодолела национальные границы, широко распространилась и процветает в западном мире, демонстрируя свое уникальное очарование, преодолевающее культуры и эпохи [3]. Йога, как уникальный метод фитнеса, существенно отличается от аэробики, гимнастики и других видов спорта, в которых упор делается на динамичность. Благодаря своему уникальному спокойствию она достигает многочисленных эффектов фитнеса, коррекции фигуры и красоты. В современном обществе йога вышла за рамки традиционной аскезы, и многие практикующие могут глубоко оценить, что благодаря практике йоговского дыхания, асан, медитации и релаксации можно значительно растянуть мышцы и кости, расслабить тело и ум, украсить тело и разблокировать меридианы и каналы.

Рассматривая формы практики йоги, легко заметить, что многие позы йоги оказывают положительное влияние на формирование сильного и гибкого тела, что, в свою очередь, способствует укреплению здоровья в целом. Практика йоги позволяет эффективно снять мышечное напряжение и оптимизировать мышечные линии; улучшить форму тела, сделав его более пропорциональным и плавным; в то же время она обладает замечательным эффектом успокоения нервов и снижения усталости. Практика йоги доказала свою эффективность в формировании идеальной формы частей тела. Поэтому в соответствии с различными эффектами современная йога подразделяется на йогу для шеи, йогу для талии, йогу для бедер и другие виды йоги для похудения и красоты.

Йога также посвящена укреплению тела и регулированию внутренней среды организма своим уникальным способом [4]. Она сосредоточена на выявлении и устранении или смягчении различных факторов, приводящих к заболеваниям, и достижении этого с помощью соответствующих техник. В зарубежных медицин-

ских исследованиях отмечается, что регулярные занятия йогой могут эффективно защищать и укреплять кардиореспираторную функцию. В частности, дыхательные упражнения в йоге помогают снизить артериальное давление и замедлить сердечный ритм, что оказывает значительное влияние на борьбу с гипертонией, профилактику и лечение заболеваний сердечно-сосудистой системы. В то же время йога благотворно влияет на мышечную, нервную, эндокринную и пищеварительную системы, а также является одним из видов физических упражнений, которые в полной мере соответствуют современным концепциям фитнеса.

Современная йога фокусируется на координации силы, дыхания и движения и в то же время делает акцент на контроле статического процесса движения, чтобы улучшить мышечную силу, физическую гибкость, ментальную концентрацию и психическую выносливость практикующего. Ее движения разработаны как простые и практичные, подходящие для людей разных возрастов и физических качеств. Позы йоги содержат множество наклонов вперед, наклонов назад, скручиваний, наклонов, сжатий и других действий, которые могут массировать внутренние органы и способствовать пищеварению; некоторые из поз йоги даже оказывают терапевтическое воздействие на желчные камни, бессонницу, мигрень, болезни позвоночника, желудочно-кишечные заболевания, астму, артрит, растяжение мышц поясницы и другие заболевания. В сочетании с правильным дыханием различные позы йоги могут стимулировать акупунктурные точки и меридианы тела, способствовать притоку крови и ци, регулировать физическое и психическое состояние, усиливать естественную целительную силу, вливать свежую кровь в разрушающиеся клетки человека и ускорять восстановление их функций.

В стремительной современной жизни важность психического здоровья становится все более заметной. Йога, как практика, направленная как на ум, так и на тело, играет незаменимую роль в поддержании психического здоровья. Благодаря медитации и релаксации йоги люди могут научиться эффективно справляться со стрессом и снижать уровень тревоги и депрессии. Медитация помогает практикующему сосредоточиться на настоящем моменте, избавиться от отвлекающих факторов и достичь внутреннего покоя и ясности. Этот внутренний покой не только помогает улучшить эмоциональную стабильность, но и повышает самосознание и самопринятие, а также способствует развитию психической устойчивости.

С углублением процесса глобализации йога, как культурный феномен, преодолевающий границы, постепенно входит в жизнь людей по всему миру. Это не только вид фитнеса, но и мост культурного обмена. Благодаря популяризации и продвижению йоги люди из разных культурных слоев могут понимать, уважать и интегрироваться друг с другом. Философское мышление, образ жизни и концепции здоровья, которые пропагандирует йога, оказали глубокое влияние на глобальный уровень, способствуя гармонии и развитию человеческого общества.

Если заглянуть в будущее, то можно сказать, что развитие йоги будет иметь тенденцию к большему разнообразию, персонализации и интеллекту. С развитием науки и техники люди смогут получать более удобный, эффективный и индивидуальный опыт практики йоги с помощью умных устройств, виртуальной реальности и других технических средств. В то же время йога будет продолжать интегрироваться с медициной, психологией, образованием и другими областями, чтобы сформиро-

вать более научную и систематическую теоретическую систему и методы практики. В будущем йога будет уделять больше внимания индивидуальным особенностям и всестороннему развитию, а также вносить больший вклад в физическое и психическое здоровье и счастье человека.

Заключенеие. Йога, как древнее искусство фитнеса и образ жизни, завоевала расположение и уважение многих энтузиастов по всему миру благодаря своему уникальному очарованию и далеко идущему влиянию. Она может не только помочь людям сформировать здоровое тело, повысить гибкость и силу организма, но и укрепить психическое здоровье, способствовать социальной гармонии и развитию общества. Йога – это не только культура, образ жизни и философия, но и путеводная звезда, ведущая человека к конечной цели – здоровью. Йога – это комплексное фитнес-искусство, сочетающее в себе как умственные, так и физические упражнения, направленные на улучшение физического, психического и духовного здоровья человека.

1. 林中鹏. 中华气功学 [M] . 海口 : 海南国际新闻出版中心= Китайский цигун / Линь Чжунпэн. – Хайкоу:Хайнаньский международный центр печати и публикации ,1997. – 265с.

2. 黄心川. 印度哲学史 [M] . 北京 : 商务印书馆= История индийской философии / Хуан Синьчуань. – Пекин: Коммерческое издательство, 1989. – 309с.

3. 马思远.体育休闲项目的创新、传播与流行[J].体育学刊=Инновации, диффузия и популярность спортивно-досуговых программ / Ма Сиюань // Journal of Sports. –2017. – № 1. – С. 87–91.

4.裘鹏.“健身瑜伽”概念的缘起及内涵解析[J].北京体育大学学报= Происхождение и коннотационный анализ понятия «фитнес-йога»/ Цюй Пэн // Журнал Пекинского спортивного университета. – 2016. – № 3. – С. 135–140.

Latyshev O.
International Mariinskaya Academy named after M.D. Shapovalenko, Moscow, Russia
Pavlovich S.
University of Mostar, Bosnia and Herzegovina
Luisetto M.
International Mariinskaya Academy named after M.D. Shapovalenko, Piacenza, Italy

PROPAGANDA OF SPORTS, PHYSICAL EDUCATION AND HEALTHY LIFESTYLE OF THE ARTIST ALEXANDER ALEKSANDROVICH DEINEKA

Abstract. The leitmotif of Deineka's work should be called physical culture and sports. The construction of a new Soviet socialist society implied the dynamism of each citizen's movements, the youth of the communist avant-garde, the constant. moving from the canvas to the dense image of various sports competitions in terms of type and location. This is one of the most vivid and consistent promoters of the values of physical culture and sports in the Union of Soviet Socialist Republics. This was the Soviet and Russian artist-painter, Academician of the Academy of Arts of the USSR, People's Artist of the USSR throughout his entire biography.

Keywords: Alexander Deineka; recreation; competition; physical culture; sports.

Introduction. May 20, 2024 marked the 125th anniversary of the birth of Alexander Alexandrovich Deineka. His numerous canvases and graphic works widely reflect the themes of physical culture, sports, and a healthy lifestyle.

Main part. In numerous paintings by Deineka, by turning to the themes of sports and physical education, he was able to reflect the beauty and energy of Soviet people, the triumph of youth, the cool, expressive, tense athletic bodies, and as a general desired result – the happy faces of the winners of sports competitions.

On May 20, 1899, the future Russian Soviet artist-painter, monumentalist, graphic artist, sculptor, teacher, People's Artist of the USSR, Hero of Socialist Labor, Lenin Prize Laureate Alexander Alexandrovich Deineka was born in Kursk. Now the Kursk art gallery bears his name. Alexander Deineka received his initial education in 1915-1917 at the Kharkov State Art School [1].

Here his mentor will be Alexander Mikhailovich Lyubimov – Russian and Soviet artist, graphic artist and teacher, portraitist, genre painter. Later, he will move to the northern capital and will be known as a professor at the Leningrad Institute of Painting, Sculpture and Architecture named after I. E. Repin and the Higher Art and Industrial School named after V. I. Mukhina, a member of the Leningrad Union of Artists. Kaluga resident Mikhail Rodionovich Pestrikov, also a Russian and Soviet artist, teacher, will also teach Alexander Deineka at the Kharkov Art School.

From 1919 to 1920, Alexander Deineka simultaneously headed the art studio, which was subordinated to the Kursk political administration, as well as the "ROSTA Windows" in Kursk, famous for the participation of Mayakovsky and other figures of proletarian culture. And communication with such a famous poet was of decisive importance in the creative development of Deineka as a citizen and an artist himself.

In 1920-1925, Alexander Alexandrovich was sent from the army to study at the printing department of VKHUTEMAS in Moscow.

Here his most outstanding teacher was the Russian Soviet graphic artist, illustrator, xylographer, art critic, stage designer, teacher, academician of the USSR Academy of Arts, People's Artist of the USSR, Lenin Prize Laureate Vladimir Andreevich Favorsky. He made a great contribution to the formation of Deineka's personality.

Also at VKHUTEMAS, Deineka was taught by the Russian graphic artist, painter and architect, outstanding theater artist Ignatius Ignatievich Nivinsky. A year before graduating from VKHUTEMAS, in 1924, the First Discussion Exhibition of Associations of Active Revolutionary Art accepted Deineka's works as part of the so-called "Group of Three".

In addition to him, the "Group of Three" also included the Soviet and Russian artist-painter, graphic artist, stage designer, poster artist, teacher, future Academician of the USSR Academy of Arts, People's Artist of the USSR, Laureate of two Stalin Prizes of the second degree and the Lenin Prize Yuri Ivanovich Pimenov. The third member of the "Group of Three" was the Soviet painter and graphic artist, book artist, theater artist, teacher, People's Artist of the RSFSR, Corresponding Member of the USSR Academy of Arts Andrei Dmitrievich Goncharov.

In 1925, Deineka became a co-founder of the art organization "Society of Easel Painters" (OST), where he worked until 1927. In 1926, this young painter and graphic artist joined the Association of Graphic Artists at the House of Printing (Moscow), of which he remained a member until 1929.

In 1928, Alexander Alexandrovich became a member of the Association of New Types of Artistic Work "October", in whose work he would participate until 1930. From 1928 to 1930, Deineka taught in Moscow at VKhUTEIN. Also in 1928, Deineka created his first Soviet painting, "Defense of Petrograd," which was recognized as a truly monumental historical-revolutionary canvas.

A fragment of it is depicted on the stamp of a one-sided postcard with the original stamp of the "Marka" publishing center of the State Communications Committee of Russia, published in 1999. And on the postcard of the "Fine Art" publishing house, published in 1984, this canvas is placed in full. Deineka will also work for the benefit of the Association of Artists of Revolutionary Russia. From 1930 to 1934, Deineka taught at the Moscow Polygraphic Institute. Today, it is the Moscow State University of Printing.

In 1929–1930, Alexander Deineka created a sketch in a combination of ink and watercolor under the title "Race Along the Boulevard," which was intended to clearly indicate that sporting competitions could be held in the Soviet Union practically anywhere and at any time.

In 1930, Alexander Deineka published the work "Running," which was intended to demonstrate the Soviet man's tireless desire to overcome himself, constantly reach new heights, compete with the strongest, and achieve wonderful sporting victories.

In 1931, he also joined the Russian Association of Proletarian Artists (RAPH), in whose ranks he would remain for a year, until 1932. The scope of this article does not allow us to dwell on individual paintings, but only to give preference to their entire cycles.

Some of Deineka's most striking and memorable sports paintings in 1934 were "Runners" and "The Goalkeeper". Let us cite at least one example of a series of book illustrations for adults and children. For example, in 1934, Deineka completed a series of drawings illustrating Henri Barbusse's novel Fire. A postcard from 1938, No. 8946, published by Izogiz, depicts V. Glushchenko's painting Henri Barbusse.

In 1934, the master's brush produced a new canvas entitled "Athletes", which is a sketch for a fresco for a movie theater in the Maxim Gorky Central Park of Culture and Leisure. As always, in this canvas, Deineka reveals an expressive image, which is a harmoniously developed, well-built athletic person of the near bright future, which was laid down by ancient sculptors in the distant ancient past.

From 1934 to 1946, Deineka taught at the Moscow Art Institute named after V. I. Surikov, after which he returned to this occupation also during 1957-1963. In 1935, Deineka had a personal exhibition in the USA. The co-organizers of this cultural event were the Philadelphia Museum of Art, the American-Russian Institute and the All-Union Society for Cultural Relations with Foreign Countries.

In 1936, Alexander Holst wrote "Runner", where the desire of Soviet women to engage in sports is vividly and convincingly expressed, capable of inspiring millions of her real contemporaries to always remain loyal adherents of a healthy lifestyle. As Deineka himself reported, telling about his own artistic tasks: "I dream of decorating architecture with color, so that it would be more cheerful, to paint frescoes or to collect a series of mosaics, so that they would be the epic of our days. So that they would be rhythmic and expressive, like nature itself, and a person would feel bolder, fuller-blooded and richer among them. So that the pulse of life would lose its neurasthenic tone and restless heart sounds, so that even the black color would cease to be mournful and would remind one of the rich plowed black soil of my Motherland" [1].

In 1938, the children's book by the famous pilot Georgy Filippovich Baidukov "Across the Pole to America" was published, also illustrated by Deineka. You must admit, it is not often that the illustrator's name is indicated directly on the cover. This is exactly the case.

In 1938, A. A. Deineka also acted as the author of sketches for thirty-five mosaic ceilings "A Day of Soviet Sky" at the Moscow metro station "Mayakovskaya" of the Gorkovsko-Zamoskvoretskaya Line. These amazing ceilings were made using the mosaic technique under the supervision of Professor of the All-Russian Academy of Arts Vladimir Aleksandrovich Frolov. In 1940, Deineka was awarded the high title of professor.

By the end of the 1930s, the relationship between physical culture and the fine arts of Alexander Deineka in all respects clearly reaches its maximum embodiment. It is expressed, first of all, in the monumental works of Alexander Deineka. In accordance with the very specific historical context, both the athlete and the physical culture specialist – the hero of this artist, highly appreciated by Henri Matisse himself, acquires almost numerous superhuman qualities, becomes a kind of physical embodiment of the socialist rhetoric widely proclaimed at that time.

In 1939-1940, Alexander Deineka was invited to design the interior of the Russian Army Theatre on Suvorovskaya Square in the capital, which was then still called the Red

Army Theatre. The sports theme then even covered the buffet ceiling, which was done on the theme of "Red Army Cross".

Alexander Deineka was inspired by the round shape of the canvas, which allowed him and his comrades to capture several states at once, in which the Red Army Cross developed. On this round buffet ceiling, numerous tanned athletes run out of white gates.

Running past the garden, they are encouraged by the fact that they are greeted by excited, joyful girls who are at that very time picking apples from the trees. In the next fragment of the buffet ceiling painting, the athletes in a poetic impulse seem to rush towards something huge and immense. the all-encompassing sky that occupies the entire central part of the ceiling.

In 1943, at the height of the Great Patriotic War, in spite of all enemies, mosaics based on Deineka's drawings decorated the ceilings of another station of the Gorkovsko-Zamoskvoretskaya Line. This time – Novokuznetskaya, forty steps from which the office of the venerable project "Philately.ru" is located. Instead of Paveletskaya-Radialnaya, for which they were originally intended.

The remarkable gallery of seven works opens with the panels "Gardeners" and "Steelworkers". In the central part of the underground vestibule of the station are panels of this series called "Machine Builders", "Builders" and "Aviators". The final panels in this series are "Skiers" and "Parade of Athletes". There could have been 8 mosaics. However, the mosaic panel "Miners" was dismantled due to the installation of a hermetic seal at the station in the late 1950s.

On the memorial plaque in the central hall of the station, the names of Deineka and Frolov are listed next to each other. According to one version, Frolov made mosaics until his death in 1942 from hunger in besieged Leningrad. It was later revealed that these panels were received by Metrostroy in 1941, and the mosaicist devoted the last days of his life to working on a series of panels for the Avtozavodskaya metro station of the same Gorkovsko-Zamoskvoretskaya, and now directly Zamoskvoretskaya line.

Also during the war, Deineka created a series of heartfelt canvases on heroic themes [2]. In 1942, his painting "Defense of Sevastopol" (1942) sounded like a real hymn to the courage and heroism of the city's defenders, having seen the light of day twice, which was almost unprecedented in its essence, in Soviet philately. A detail of this memorable painting became the subject of stamps in the block of the Republic of Gabon, dedicated to the work of Deineka, and on the second – also the fields of the block. At the same time, it should be noted that such an approach of designers to combining dissimilar works of art can hardly be called justified.

In 1944, during the victorious march of the Red Army across the war fields, Deineka painted another sports-themed painting, "Razdolye," with a running team of girls in the plot. This painting, as well as his other numerous sports works, were created with the clearly expressed goal of clearly demonstrating to all Soviet people, without exception, all possible significant advantages of a healthy lifestyle, as well as regular physical exercise at any time of the year.

In 1945 Deineka realized himself as a sculptor in the two-figure composition "Relay Race", in which for the umpteenth time the master addresses the theme of a joyful and consuming large masses of Soviet people sporting event as a celebration. From 1945 to 1952, the tireless Deineka combined his diverse creative life with teaching work at the Moscow

Institute of Applied and Decorative Arts. Here, until 1948, he also served as director. And already in 1947, Deineka became an Academician of the USSR Academy of Arts.

In 1947, Deineka painted the canvas “Relay Race on Ring “B”, which already received a post-war reflection of physical education through a fairly expressive composition, which uses all available monumental formats for this.

In 1948, the Self-Portrait painted by Alexander Deineka shows a man of athletic build, with his entire appearance decisively affirming the priority of physical education, sports and a healthy lifestyle, ready to convey to each of his viewers and visitors to numerous exhibitions his fundamental life-affirming positions.

During 1953-1957, Deineka headed the creative workshop of monumental painting at the Moscow Architectural Institute. Since 1958, Deineka has been a member of the Presidium of the USSR Academy of Arts.

Since 1960, Deineka was elected a member of the CPSU. For the period 1962-1966, Alexander Alexandrovich was elected vice-president of the USSR Academy of Arts. In 1961, Alexander Alexandrovich Deineka published his autobiographical essay “From My Working Practice”, as well as the drawing textbook “Learn to Draw”, where he clearly and absolutely unambiguously demonstrates his artistic credo: “Sport is an exciting spectacle. The word “indifference” is not applicable to it. I enjoy the beauty of free movements, the speed of runners, the elasticity of jumpers, the picturesqueness of the blue sky and green field ... Sport contains all shades of sensations. It is lyrical, it is major. It has a lot of optimism. It has the beginning of heroism” [1].

In 1964, the artist was elected a corresponding member of the Academy of Arts of the German Democratic Republic.

In 1964, Deineka was awarded the Lenin Prize, which was presented to him for a fairly well-known complex of mosaic works “Red Guardsman”, “Milkmaid”, “Working Morning”, which also includes the mosaic “Hockey Players” printed on a USSR postage stamp of 1973.

In 1966-1968, Deineka worked as an academician-secretary of the USSR Academy of Arts, Department of Decorative Arts of the USSR Academy of Arts. He was also a member of the Union of Artists of the USSR, and was awarded many high awards.

One of the last canvases by Alexander Deineka on a sports theme was the painting “Basketball”. In its bright and memorable plot, the athletes seem to have frozen in a jump towards the basketball hoop. It is at this moment that it will become clear who will win, when the ball must hit the basket.

Conclusion. The life of the artist and prominent public figure, so full of all sorts of events and diverse activities, ended in his seventieth year. Blessed memory to the man who filled our lives with bright, major, romantic images of athletes, sportsmen, and all Soviet citizens who were adherents of a vicious lifestyle.

1. Латышев, О. Ю. Задорно, бодро и мажорно. К 125-летию со дня рождения Александра Александровича Дейнеки / О. Ю. Латышев // PHILATELY.RU. – Режим доступа: http://philately.ru/article/philately/45245/zadorno-bodro-i-magorno/. – Дата доступа: 25.06.2024.

2. Латышев, Ю. А. Это моя правда... (К столетию со дня рождения Виктора Петровича Астафьева) / Ю. А. Латышев, П. А. Латышева, О. Ю. Латышев // PHILATELY.RU/ – Режим доступа : http://philately.ru/article/philately/ 45208/eto-moya-pravda/. – Дата доступа: 17.05.2024.

Барановский Д.В.
Дочернее унитарное предприятие «Детский санаторий «Свислочь»

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЕТСКОГО САНАТОРИЯ «СВИСЛОЧЬ»

Baranovsky D. V.
Subsidiary unitary enterprise “Children’s sanatorium “Svisloch”

THE TOURIST POTENTIAL OF THE CHILDREN’S SANATORIUM “SVISLOCH”

Аннотация. Цель – оценка туристических возможностей санатория «Свислочь». В исследовании принимали участие все дети и подростки в возрасте 7–18 лет, прибывающие в санаторную организацию. Результаты позволил сделать вывод о положительной оценке туристических возможностей санатория, полученные данные создают предпосылки для реализации различных туристических проектов.
Ключевые слова: дети, подростки, туризм, факторы, проекты.

Abstract. The objective is to evaluate the tourist potential of the Svisloch sanatorium. All children and adolescents aged 7–18 years arriving at the sanatorium organization participate in the care. The results allow us to conclude that the tourist potential of the sanatorium is of positive significance, obtained in the form of data on the prerequisites for the implementation of various tourist projects.
Keywords: children, teenagers, tourism, factors, projects.

Туризм на сегодняшний день является одной из важнейших статьей дохода большинства стран мира, а также ключевым фактором в развитии, процветании и благополучии. Сегодня мы можем наблюдать тенденцию к возрастанию влияния туризма на формирование ВВП многих государств [1].

Санаторно-курортное лечение детей в Беларуси является важной частью государственной политики и одним из первых разделов в здравоохранении. Согласно традиционному определению, здоровье – это состояние полного физического, психического и душевного благополучия, а не только отсутствие болезней.

Регулярное и качественное оздоровление детей в санаторно-курортных организациях позволяет решать важные социально-экономические задачи: существенно сократить материальные потери, сократить число заболеваний и больных, в том числе количество дней временной нетрудоспособности, снизить расходы на лечение в поликлиниках и стационарах. [2]

Понятие «санаторно-курортное лечение и оздоровление» детей содержит в себе не только вопросы, связанные с медицинскими процедурами, но и возможностью одновременно с ними получать эмоциональное удовлетворение посредством развития туристической составляющей – как элемента развития личности и познания окружающего мира. В детском возрасте особое место занимает восстановление эмоциональных и психологических сил. Одним из путей достижения подобного равновесия является отдых вне жилища: на природе, в туристической экскурсии или поездке

и т. п. Наиболее удобными с этой точки зрения являются специализированные предприятия, такие как санатории и профилактории.

Помимо основного набора физиотерапевтических возможностей в любой санаторно-курортной организации присутствуют также природные факторы: климатические, ландшафтные, а в их числе и туристические факторы оздоровления.

Детский санаторий «Свислочь» находится в агрогородке с одноименным названием. Свое наименование он получил от реки Свислочи, на берегу которой располагается.

Свислочь – древнейшее на территории Беларуси поселение с наличием крупнейшего археологического памятника – замчища (XII – XIV в), ставшее частью Свислочского княжества. Княжество занимало выгодное географическое положение. Здесь протекали крупные реки Свислочь, Березина, Птичь, по которым в древности проходил водный путь. Центром Свислочского княжества являлся город Свислочь. Основным источником знаний о раннем периоде развития Свислочской земли являются археологические раскопки. Благодаря им известно, что строительство замка началось в XI веке. Ряд исследователей предполагает, что здесь проходила южная граница Полоцкого княжества.

В XIV веке Свислочь внесена в «Список русских городов далеких и близких». Средневековой город Свислочь был имуществом Великого князя Литовского.

В XVII веке хозяевами Свислочи стали несвижские магнаты Радзивилы. С 1793 года Свислочь находится в составе Российской империи, с 1801 года – в Бобруйском уезде Минской губернии. В 1848 году в деревне была открыта школа. А в 1868 году открылась и церковная школа. С 1895 году открылось почтовое отделение. С 1919 по 1930 год Свислочь была районным центром. [3] К истории Свислочи стоит добавить дом Яцко построенный в стиле модерн, которому также вторит еще и железнодорожная станция Дараганово.

На территории Свислочи прошли все войны XX века. Каждая из них оставила на этой земле свою отметину. Об этом говорят различные памятники и обелиски в честь погибших. Особое место в истории занимает еврейском гетто. На сегодняшний день совершаются различные туры по исторической памяти наших предков.

Красоту природных пейзажей создают протекающие близ территории санатория две реки – Свислочь и Березина с местом их слияния, а соседство с Республиканским ландшафтным заказником «Свислочско-Березинский» создает условия для экологического тура. Он располагается на территории Осиповичского, Кличевского и Кировского районов Могилевской области в междуречье рек Березины и Свислочи. Площадь составляет 17480,5 га. Заказник создан в 2015 г. В 2016 г. включен во Всемирный список водно-болотных угодий, имеющих международное значение, прежде всего, как место обитания водоплавающих птиц.

Уникальной особенностью растительности заказника является ее ярко выраженная мозаичность. Здесь на относительно небольшой территории сочетаются липовые, дубовые, грабовые, осиновые, березовые, сосновые, еловые леса. Отдельные деревья достигают возраста 170 и более лет.

Заказник богат флорой, насчитывающей более 650 видов высших сосудистых растений. Здесь находится самая крупная белорусская популяция редчайшего в республике реликтового среднеевропейского вида – плюща обыкновенного. Здесь обитает 241 вид позвоночных животных, в том числе 37 видов рыб, 144 – птиц, 45 – млекопитающих

и 95 видов бабочек. На территории Заказника расположен самый крупный естественный водоем – старичное озеро Орлинское. Территория Заказника – это не только еще один тур для познания, но за счет наличия водных ресурсов представляет огромный интерес для любителей водного туризма. По руслам рек Свислочи и Березины можно перемещаться не только на гребных суднах, но и на небольших речных яхтах. [4].

Близлежащие территории имеют много интересного с точки зрения развития не только исторического и экологического туризма, но и этнографического или национального туризма. С этой целью можно посетить обустроенный в национальном стиле ряд действующих родников: родник «Живоносный источник», находящийся в урочище Проща считается святым и целебным. Рядом со святым источником стоит православная церковь. Первое известное документальное упоминание этого места датировано 1864 годом.

Родник «Смык». Территория у родника капитально благоустроена. Над родником сооружена часовня.

Также в 30-50 километровой доступности имеются и другие родники: «Тарасов», «Селиба», «Александра Невского», «Святой Троицы», «Вольский».

Значительно расширить кругозор возможно и за счет развития других элементов туризма. В частности, развивается индустриальный туризм. Это экскурсии детей на Елизовский стеклозавод, получивший свое название от поселка Елизово в честь владелицы Елизаветы Великопольской. Для нее в XIX веке был построен дворец и заложено поместье на месте которого и появился завод.

Осиповичское водохранилище с гидроэлектростанцией, мощностью 2,175 МВт, которая была введена в эксплуатацию в ноябре 1953 года и работает по сей день.

Имеются возможности детям посетить Жорновскую реликтовую дубраву – один из интереснейших памятников природы. Средний возраст деревьев составляет 250 лет. Более старых лесов на территории Европы нет. Здесь растут 19 чудо-дубов высотой 38–42 м, диаметром 1,3–1,5 м. Каждый дуб имеет безукоризненный генофонд, а его желуди используются для выращивания высокопродуктивных культур этой ценнейшей древесной породы по всей стране. Ее сохранности мы обязаны князю Николаю Радзивилу.

Озеро Лочинское природного происхождения и богатое сапропелями возраст которого исчисляется десятками тысячелетий.

Ботанический памятник природы местного значения «Притерпа» представляющий собой сосново-лиственничное насаждение в возрасте110 лет с уникальными ботаническими и рекреационными свойствами. Здесь произрастает лиственница сибирская (40 деревьев) и дуб красный. Памятник природы имеет высокую научную значимость.

Свислочь практически окружена различными заказниками – биологическими, гидрологическими, местного значения. Немаловажную роль играют памятники природы и природные парки. Также любители охоты, рыбалки и тихой охоты смогут удовлетворить свои запросы. В близлежащих зонах имеются красивые леса, охотхозяйства и рыбхозы. [5].

Таким образом можно сделать вывод, что наличие различных исторических, этнографических, культурных, природных и иных объектов создают возможности для развития не только лечения и оздоровления, но и познавательного туризма для

детей на базе Дочернего унитарного предприятия «Детский санаторий «Свислочь» маршруты, что способствуют полноценному физическому и эмоциональному оздоровлению.

Благодаря этому у детей улучшается общее физическое состояние, исчезают различные жалобы, повышается аппетит и настроение, а также защитные силы организма и сопротивляемость к простудным заболеваниям, проявляется повышенная активность к творчеству, что говорит о закаливающем и тренирующем действии как окружающей среды, так и познавательных туристических процессов.

Для дальнейшего развития планируется разработка новых туристических проектов и программ.

1. Боголюбова, Е. В. Современные тенденции и перспективы развития международного туризма / Е. В. Боголюбова // Молодой ученый. –2017. – № 37 (171). – С. 52.

2. Боярская, Л. А. Теоретические основы двигательной рекреации: учеб.-метод. пособие / Л. А. Боярская; М-во науки и высшего образования РФ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – С.5

3. Сакава, Н. Л. Свіслач як цэнтр гісторыка-культурнай спадчыны Беларуси / Н. Л. Сакава // Сб. научных статей по материалам Междунар. науч.-практ. конф., Могилев, 18–19 апреля 2019 г./ МГУ им. А.А. Кулешова – Могилев, 2020. – С.53–59.

4. Свислочско-Березинский // 50 уникальных заповедных территорий Беларуси [Изоматериал] = 50 uniguereserved natural territories of Belarus / [Н. А. Юргенсон и др.; научный редактор О. И. Орсич и др.]. – Минск, 2017. – С. 282–287.

5. Туристическая карта Могилевщины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://library.mogilev.by/

Бескостова А.А.
ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет спорта»
Ткаченко Т.Н.
ФГБОУ ВО «Смоленский государственный медицинский университет»

МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Beskostova A.
Smolensk State University of Sports, Ministry of Sports of Russia
Tkachenko T.
Smolensk State Medical University of the Ministry of Health of Russia

MEDICAL TOURISM IN THE SMOLENSK REGION: KEY DIRECTIONS AND DEVELOPMENT TRENDS

Аннотация. В статье представлены результаты изучения состояния медицинского тризма в России в целом и в Смоленской области в частности, а также проблемы, возникающие на пути его развития. Предложены пути их преодоления, в том числе

меры, способствующие развитию медицинского туризма как самостоятельной подотрасли туризма.
Ключевые слова: медицинский туризм Смоленской области; экспорт медицинских услуг; внутренний медицинский туризм; оздоровительный туризм; пациенты; медицинские туристы; лечебные учреждения; клиники.

Abstract. The article presents the results of studying the state of medical tourism in Russia in general and in the Smolensk region in particular, as well as the problems that arise in the way of its development. Ways to overcome them are proposed, including measures to promote the development of medical tourism as an independent sub-sector of tourism.
Keywords: medical tourism of the Smolensk region; export of medical services; domestic medical tourism; health tourism; patients; medical tourists; medical institutions; clinics.

Как в России, так и за ее пределами, медицинский туризм всегда был популярен, а в последнее время становится еще более востребованным. Все больше россиян и других жителей планеты ждут отпуска, чтобы провести его у врача, а не на пляже.

В соответствии с Генеральным соглашением по торговле услугам Всемирной торговой ассоциации экспорт медицинских услуг отнесен ко второму типу международной торговли. Получателями услуг являются медицинские туристы, целенаправленно путешествующие за рубеж с целью получения медицинской услуги, экспатрианты, туристы и иные иностранные граждане, которым необходимо предоставление медицинской помощи во время нахождения за рубежом, в том числе по экстренным показаниям [4].

Интенсивное развитие сферы высоких технологий, дорожно-транспортной инфраструктуры позволяет значительно упростить выбор лечебного учреждения и порядок получения медицинской услуги, сократить сроки оформления необходимых для этого документов. В настоящее время наличие межгосударственных границ и другая языковая среда больше не является препятствием для медицинского туриста.

Мировыми лидерами в международном экспорте медицинских услуг считаются Китай, Южная Корея, США, Канада, ОАЭ, Германия, Франция и другие страны с развитой системой здравоохранения. Наиболее популярными профилями оказания медицинской помощи, предлагаемыми перечисленными странами, являются онкология, акушерство и гинекология, косметология и пластическая хирургия, трансплантация органов; травматология и ортопедия, реабилитация и восстановление после травм.

Нашему государству также есть что предложить иностранным медицинским туристам.

В рамках Национального проекта «Здравоохранение» действует федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг» (далее – Федеральный проект), в реализации которого принимает участие 71 из 85 субъектов Российской Федерации, в том числе и Смоленская область [3].

Наиболее востребованными у иностранных пациентов считаются медицинские услуги по направлениям: стоматология (в том числе ортодонтия), акушерство и гинекология (в том числе процедура экстракорпорального оплодотворения), офтальмология, check-up (диагностические исследования) [2].

Смоленская область предлагает иностранным пациентам получить высокотехнологичную медицинскую помощь по профилю «Стоматология» в ОГБУЗ «Стоматологическая поликлиника № 3» г. Смоленска, а также по профилю «Гинекология и родовспоможение, вспомогательные репродуктивные технологии» в Перинатальном центре ОГБУЗ «Клиническая больница № 1» г. Смоленска. В помощь потенциальным зарубежным медицинским туристам на портале «Медицинский туризм в России» размещена памятка о том, как получить медицинскую помощь в Смоленской области, с пошаговой инструкцией [1].

Однако, заботясь о совершенствовании механизмов привлечения в страну иностранных медицинских туристов, не стоит пренебрегать важностью развития внутреннего оздоровительного туризма, чья история ведет свое начало с 18 века. Еще в 1717 году Петр I издал Указ «О приискании в России минеральных вод», в результате чего на источнике железосодержащей минеральной воды в Кондопожском районе в Карелии появился первый российский курорт «Марциальные воды». Помимо этого, у жителей царской России в почете были также поездки «на воды» на курорты Кавказа и Краснодарского края.

Преимущества данного направления туризма выражаются в отсутствии бюрократических сложностей, разнообразии сети лечебниц и курортов, отсутствии языкового и гастрономического барьеров.

Практика предоставления медицинских услуг за пределами региона проживания достаточно популярна, так как нередко получить квоты на ту или иную операцию легче не по месту регистрации. Зачастую пациенты стремятся совмещать получение квалифицированной медицинской помощи и участие в организованных видах отдыха (посещение экскурсий, музеев, выставок и т.д.).

До введения санкций российские туристы имели возможность осваивать европейские курорты и лечебницы. Сейчас, в связи с определенными ограничениями, маршруты по России стали очень востребованными, причем вне зависимости от сезона.

Помимо стоимости большую роль в выборе лечебно-оздоровительной организации играют условия размещения, уровень комфорта, качество питания и медицинских услуг, их разнообразие, наличие возможности поучаствовать в различных досуговых мероприятиях в свободное от лечебных и оздоровительных процедур время.

Смоленская область на протяжении многих лет привлекает туристов, желающих поправить здоровье, и может стать одним из ведущих направлений медицинского туризма.

Располагаясь относительно недалеко от Москвы и Санкт-Петербурга, Смоленская область имеет выгодное географическое положение и традиционно входит в топ самых бюджетных мест для посещения. Этот регион обладает большим лечебно-оздоровительным и туристическим потенциалом.

За последние годы в Смоленске открылся ряд современных медицинских центров – Перинатальный центр, а также Федеральный центр травматологии и ортопедии, который входит в тройку крупнейших медицинских центров России, предоставляющих медицинские услуги данного профиля. К концу 2024 года – началу 2025 года планируется завершение строительства и полное оснащение современным высокотехнологичным оборудованием нового 9-этажного корпуса онкодиспансера. Сеть

частных медицинских клиник также представлена современным оборудованием и высококлассными специалистами в области стоматологии, офтальмологии, пластической хирургии, диагностики. Причем, стоимость предоставляемых медицинских услуг достаточно демократична, она в разы ниже цен на аналогичные процедуры в других регионах, в том числе в Москве и Санкт-Петербурге.

На сегодняшний день наиболее популярными направлениями внутреннего медицинского туризма в Смоленске являются:

– стоматологическое в государственных и частных клиниках,

– ортопедическое в Федеральном центре травматологии и ортопедии,

– пластическая хирургия в отделении челюстно-лицевой хирургии Смоленской областной клинической больницы и в частных медицинских организациях «Клиник-парк» и «Надежда»,

– сопровождение беременности и роды в новом современном Перинатальном центре ОГБУЗ «Клиническая больница № 1» г. Смоленска.

Помимо этого, Смоленская область может предложить качественное санаторно-курортное лечение в Санатории «Дугино» (Новодугинский район). Это уникальный центр функциональной медицины, предлагающей лечение опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, периферической нервной системы, органов дыхания, пост-ковидную реабилитацию. Кроме того, пользуются большим спросом у пациентов услуги в области косметологии, (лифтинг, массаж, спа-процедуры). Также в нем имеется ледовая арена, детский центр, большой бассейн и ресторан. Разработана система развлекательных мероприятий для разных возрастных групп отдыхающих. При бронировании таунхауса разрешено заселяться с домашними питомцами, что также является немаловажным фактором для их хозяев при выборе оздоровительного учреждения. Санаторий расположен в живописном и историческом месте, граничит с усадьбой князей Шереметьевых. Имеющиеся в относительной близости объекты культурного и исторического наследия в Новодугинском, Вяземской, Гагаринском районах интересны для посещения медицинским туристам, проживающим в санатории.

Реабилитационное и оздоровительно лечение при заболеваниях сердечно-сосудистой системы, функциональных нарушениях нервной системы, болезней органов дыхания, опорно-двигательного аппарата, нарушениях обмена веществ, костно-мышечной системы и соединительной ткани также можно получить в санатории-профилактории «Кристалл», расположенном в лесопарковой зоне в 20 километрах от Смоленска. Широкий спектр культурно-массовых и развлекательных услуг (тренажерный зал, библиотека, стилизованный кинотеатр) не позволит скучать в свободное от процедур время. Пациентам доступен бассейн, финская сауна, беседки с мангальными зонами, бильярд, настольный теннис, футбольное поле, волейбольная и баскетбольная площадки.

В ближайшей перспективе после окончания ремонтно-строительных работ возобновит свою работу обновленный санаторий в поселке Пржевальское Демидовского района, расположенный в национальном парке «Поозерье».

Перечисленные медицинские и оздоровительные организации оснащены современными оборудованием, материалами и препаратами, имеют свои сайты в информационно-телекоммуникационной сети.

Положительную роль в развитии медицинского туризма в регионе играет внедрение цифровых технологий в сфере оказания медицинских и оздоровительных услуг, делая их более доступными для граждан вне зависимости от места их жительства. Появилась возможность не только дистанционно выбрать необходимую организацию, но и конкретного специалиста, предварительно получить онлайн-консультацию по поводу имеющейся проблемы и предстоящего лечения, обговорить с ним необходимость проведения дополнительных подготовительных процедур, а также обсудить методы и объемы услуг, протокол лечения. Внедрение медорганизациями Смоленской области механизма дистанционного взаимодействия своих специалистов с пациентами упрощает ход лечения, экономит время и дает потенциальным клиентам возможность сэкономить. Это позволяет вовремя определить потребности и желания клиентов, чтобы удовлетворить их с максимальной пользой.

Помимо перечисленных выше медицинских и оздоровительных организаций, Смоленск представлен одним из старейших медицинских вузов России – Смоленский государственным медицинским университетом, который на протяжении 104 лет готовит и выпускает врачей и ученых по 24-м медицинским специальностям. С 2021 года медуниверситет участвует в реализации Программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030». Одним из стратегических проектов предусмотрено создание Университетской клиники, которая будет являться новой моделью медицинской организации терапевтического профиля с переходом к персонализированной медицине, высокотехнологичному здравоохранению и технологиям здоровьесбережения (в том числе за счет рационального применения лекарственных препаратов) с использованием передовых технологий. Университетская клиника, где будут трудиться высококвалифицированные работники, в том числе преподаватели университета – кандидаты и доктора наук, позволит привлечь в нашу область пациентов из других регионов, желающих получить качественную диагностическую, консультативную помощь и лечение, в том числе в сложных случаях.

Одновременно с лечением и оздоровлением гости Смоленска и области имеют возможность познакомиться с городом, его насыщенной событиями тысячелетней историей, гастрономическими традициями, посетить множество объектов культурного и исторического наследия.

Достаточно развитая туриндустрия Смоленска может предложить интересные экскурсионные туры различные по времени.

Вместе с тем, как показали результаты изучения вопросов становления и развития медицинского туризма, данная фактически туристическая отрасль нормативно не регламентирована ни на федеральном, ни на региональном уровнях. Законодательно не определены ее понятие и виды, принципы и методы деятельности, права и обязанности медицинских туристов и организаций, предоставляющих медицинские и туристические услуги.

В Госдуме неоднократно обсуждался вопрос о том, как регулировать эту туристическую отрасль, однако к единому решению законодатели пока не пришли. При Комитете по туризму и развитию туристической инфраструктуры Госдумы создана рабочая группа по развитию медицинского туризма, где пока делается ставка на въездной туризм из-за границы, но при этом развитие медицинского туризма в регионах обсуждается не так активно.

Разработкой нормативных правовых актов в данной сфере также озаботился и комитет Российского союза туриндустрии, который подготовил свой вариант проекта «О медицинском туризме», предложив принять его Межпарламентской ассамблее стран-участников СНГ.

В разработке и реализации государственной политики, целевых и иных программ и проектов, совершенствовании законодательства и нормативной правовой базы в сфере медицинского, лечебно-оздоровительного туризма и экспорта медицинских услуг, формировании методологии, стратегии развития и крупнейших отраслевых мероприятий участвует также Ассоциация медицинского туризма и экспорта медицинских услуг. Это крупнейшее объединение экспертов по медицинскому туризму России.

Вместе с тем, до настоящего времени принимаемые заинтересованными органами и организациями меры пока не привели к нормативному оформлению медицинского туризма в самостоятельную сферу правоотношений. Это обстоятельство является серьезным сдерживающим фактором для дальнейшего развития данной отрасли.

Кроме того, отсутствие взаимодействия между туристическими и медицинскими организациями не дает потенциальным клиентам возможности воспользоваться их услугами централизованно и вынуждает медицинских туристов в промежутках между прохождением лечебно-оздоровительных процедур самостоятельно выбирать себе туры и экскурсии, заниматься их оформлением, используя различные сайты турагентств и организаций, предоставляющих услуги в сфере отдыха и развлечений. В этой связи представляется целесообразным создание на федеральном уровне единого агрегатора медицинских и туристических услуг, который объединил бы государственные и частные лечебно-оздоровительные организации, туроператоров, и позволил бы потенциальным туристам выбирать и оформлять необходимые программы лечения, оздоровления и отдыха по принципу «одного окна». Функционирование такого агрегатора позволит обеспечить индивидуальный подход в работе с каждым пациентом с учетом его потребностей в лечении и личных гастрономических и досуговых предпочтений, включая транспортное и экскурсионное сопровождение.

Устранение перечисленных выше препятствий способствовало бы более активному развитию экспорта медицинских услуг и внутреннего медицинского туризма не только в Смоленской области, но и в России в целом.

1. Клиники России в программе медицинского туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russiamedtravel.ru/catalog – Дата доступа: 15.09.2024.

2. Маркетинговое исследование российского экспорта медицинских услуг, Центральный НИИ организации и информатизации здравоохранения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/053/035/original/Маркетинговое_исследование_российского_экспорта_медицинских_услуг.pdf?1606730049. – Дата доступа: 22.09.2024.

3. Национальные проекты «Здравоохранение» и «Демография» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie. – Дата доступа: 22.09.2024.

4. Adlung, R. Health Services under the General Agreement on Trade in Services / R. Adlung, A. Carzaniga // Bulletin of the World Health Organization. – 2001. – Vol.79(4). – P. 352–364.

Бутько А.В.
Белорусский государственный университет культуры и искусств

РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЧАШНИКСКОГО РАЙОНА В СИСТЕМЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Butsko A.
Belarusian State University of Culture and Arts

THE RECREATIONAL POTENTIAL OF THE CHASHNIKI DISTRICT WITHIN THE SYSTEM OF THE TOURIST RESOURCES OF THE VITEBSK REGION

Аннотация. В статье раскрываются возможности использования рекреационного потенциала Чашникского района, а также перспективы развития туристических ресурсов этого региона.

Ключевые слова: рекреационный туризм, агроусадьба, туристическая база, спортивно-оздоровительный отдых.

Abstract. The article unveils the potential of recreational resources in the Chashniki district and explores the prospects for the development of tourism resources in this region.

Keywords: recreational tourism, agro (rural) estate, tourist facility, sports and wellness retreat.

Чашникский район может стать для многих настоящим открытием в аспекте рекреационного туризма. Район расположен на юге Витебской области и занимает площадь в 1,5 тысячи квадратных километров. Граничит с Бешенковичским, Лепельским, Сенненским районами Витебской области и Крупским и Борисовским районами Минской области. На территории района размещены 2 города: Чашники и Новолукомль. Около 24% территории занято лесами, где проживают такие виды диких животных, как волк, рысь, лиса, енотовидная собака, бобр, лось, косуля, заяц-беляк, заяц-русак, куница, белка, хорь и др. [4].

Через район протекают реки Улла, Усвейка, Лукомка, Свечанка, Хотинка, Байна, Эсса, Югна. На территории района находится 70 водных объектов общей площадью 62,6 кв.км. Самое крупное озеро Лукомльское (36,7 кв.км.). Оно занимает четвертое место по площади озер нашей страны. В районе организовано платное любительское рыболовство, но только в строго отведенных местах.

В июле 2023 года решением исполнительного комитета на территории района были утверждены 2 зоны рекреации: городской пляж города Новолукомль и городской пляж города Чашники. Еженедельно проводится оценка санитарного состояния мест массового отдыха населения у водоемов [2].

У туристов есть большой выбор мест, где можно остановиться на время отдыха. На территории Чашникского района находятся 3 агроусадьбы (официально зарегистрированы и осуществляют деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма) [1]:

1. Агроусадьба “Абузерье”, расположена на восточном берегу Лукомльского озера в д. Абузерье. На территории комплекса расположено несколько комфортабельных коттеджей в аренду вместимостью от 2 до 15 человек. В наличии имеется баня, spa-

бассейн, детские спортивные площадки, возможно проведение экскурсии на катере по озеру. Гордостью усадьбы “Абузерье” является оранжерея с редкими тропическими растениями, в которой расположен ресторан, где гостям предлагают изысканные блюда и домашнее вино.

2. Агроусадьба Агарок Ирины Владимировны. Находится в г. Чашники. В коттедже созданы все условия для комфортабельного проживания. На территории располагается баня, а кроме того проживающие могут заняться сбором ягод и грибов.

3. Агроусадьба “Rapa Nui” расположенная д. Белая Церковь. Для проживания на территории оборудованы дома-купола хостельного типа с удобствами внутри дома. В каждом куполе есть туалет, горячая вода, душ, и все банные принадлежности. Купольные дома рассчитаны на 4–5 человек. В йога ретрит центре проводятся разнообразные телесные практики: йога, танцы, спорт, дыхательные упражнения, а также мастер-классы, занятия, обучающие программы по сохранению и улучшению физического здоровья, психологические практики, творческие мероприятия.

Кроме того, в районе имеются туристические комплексы, гостевые и охотничьи домики [1]:

1. Дом охотника и рыбака “Хуторок на Лукоморье” в д. Черея Лукомльского сельисполкома. На территории находится 2 дома, общей вместимостью 7 человек. Дома оборудованы кухней и печным отоплением. В 30 метрах от озера находится баня. По всей территории водоема оборудованы места для купания. Имеются катамараны и плавательные лодки.

2. Коттедж на берегу озера Паульское. Дом расположен в живописном месте на берегу оз. Паульское. Созданы все условия для проживания. Рассчитан на максимальное пребывание 7 человек. Также имеется зал для банкетов на первом этаже, веранда, беседка с мангалом.

3. Туристический комплекс “Вятеро” в д.Вятеро. Туристический комплекс “Вятеро” состоит из нескольких домиков. Один рассчитан на пребывание 8 человек, в двух других – до 6 человек. Дома оборудованы для комфортного проживания. На приусадебной территории есть просторные лужайки, зоны для отдыха.

Для людей, желающих заняться оздоровлением, на территории района располагается оздоровительный комплекс “Сосновый бор”. Комплекс действует с 1978 года. В 2009 году была произведена реконструкция оздоровительного комплекса.

Комплекс имеет общетерапевтический профиль, который рассчитан на общее оздоровление. Лечебный процесс основан на использовании местных лечебных минеральных вод, грязей и рассолов в сочетании с лечебными душами, физиотерапевтическими процедурами, массажем. Среди прочих процедур в здравнице отпускаются квч-терапия, криотерапия, магнитотерапия, озокерито-парафинолечение, электролечение, электросон. Для полноценного отдыха и лечения предлагаются уютные номера со всеми удобствами в главном корпусе и уютных коттеджах. Для любителей активного отдыха есть волейбольная площадка, настольный теннис, бильярд. Так же гости могут взять напрокат лодку, катамаран, лыжи, велосипед.

Для любителей познавать новое, в Чашникском районе действует 18 туристических маршрутов. Все имеют разнообразную тематику: культурно-познавательную, военно-историческую, религиозную. Но особенно интересны, в плане рекреационного туризма, два экологических велосипедных маршрута [3]:

Первый маршрут – вокруг Лукомльского озера. Данный маршрут начинается в городе Новолукомль, далее велотуристы заедут в деревню Гоголевка, около которой расположен один из геологических памятников природы местного значения «Змеев камень». Заканчивается путешествие в деревне Кажары, где туристы смогут увидеть древние каменные кресты.

Второй веломаршрут – "Путешествие в зеленый мир". Он берет свое начало у ранее упомянутого "Змеева камня". Следующей остановкой будет Святое озеро, на дне которого, по легенде, находится церковное серебро, которое очищает воду озера. После этого туристы заглянут в живописный ботанический заказник "Зеленое лядо", находящийся недалеко от д. Белая Церковь. Создан он с целью сохранения естественного массива дуба черешчатого и других охраняемых видов растений. Перед завершением маршрута велотуристы погрузятся в историю района, посетив Лукомльское городище. Окончится маршрут в там же, где и начался.

Для ознакомления с разнообразной природой района туристы могут посетить несколько заказников. Кроме ранее затронутого ботанического заказника "Зеленое лядо", на территории Чашникского района располагается еще четыре заказника – один республиканского и три местного значения.

Республиканский заказник "Селява" расположен на территории Крупского района Минской области и Чашникского района Витебской области. Заказник образован в 1993 году для охраны уникального ландшафтно-озерного комплекса с популяцией редких и исчезающих видов растений и животных, сложившегося на территории Белорусского Поозерья. Центральные объекты заказника – озера Селява, Обида, Худовец, Кветино и Болютское. Флора заказника насчитывает 578 видов сосудистых растений и 27 видов водорослей. В составе фауны насчитывается 40 видов млекопитающих, 142 – птиц, 10 – амфибий, 5 – рептилий. 20 видов животных занесены в Красную книгу [3].

Биологический заказник местного значения "Липники" расположен в 0,9 километра к северо-востоку от д. Большие Липовичи. Создан с целью сохранения в естественном состоянии природного флористического комплекса. Насаждения представлены древостоем местных видов. Древостой сложный, высокого качества, сложен преимущественно липой сердцелистной, возраст которой составляет более 70 лет. Из старых деревьев здесь сохранились единичные дубы возрастом не менее 130–150 лет.

Биологический заказник местного значения "Сосняги" расположен в 2,7 км к северо-западу от д. Медведск, в 6,0 км к северо-западу от д. Иванск, Чашникского района. Он создан для сохранения в естественном состоянии природных флористических и фаунистических комплексов и охраны редких видов растительного мира. Установлено, что на территории заказника произрастает 127 видов растений, из которых два вида занесены в Красную книгу Республики Беларусь – баранец обыкновенный и венерин башмачок настоящий. Также, здесь обитают 39 видов птиц и 66 видов наземных позвоночных.

Последним является геологический (торфяной) заказник "Хвощевое". Расположен он недалеко от д. Черея и примыкает к озеру Селява. Создан с целью с целью резервирования торфяного месторождения "Хвощевое", сохранения ландшафтного и средообразующих комплексов.

Таким образом, в Чашникском районе присутствует вся необходимая инфраструктура для туризма в целом, и рекреационного туризма, в частности. Здесь есть

благоустроенные зоны рекреации, агроусадьбы и коттеджи, где могут остановиться туристы, оздоровительный комплекс, а также, историко-культурные и природные достопримечательности. Многие туристы обязательно найдут для себя в Чашникском районе что-нибудь интересное и увлекательное.

1.Оздоровительный комплекс Сосновый бор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sosnovi-bor-vitebsk.sanatorii.by/ – Дата доступа: 23.03.2024.

2.Туристская энциклопедия Беларуси / редкол. : Г. П. Пашков [и др.]; под общ. ред. И. И. Пирожника. – Минск : БелЭн, 2007. – 648 с.

3.Чашникский районный исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://chashniki.vitebsk-region.gov.by/ru. – Дата доступа: 23.03.2024.

4.Чашникский районный центр гигиены и эпидемиологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://chashcge.by/Novosti/o-sanitarnom-sostoyanii-zon-rekreacii-chashnikskogo-rajona/ – Дата доступа: 23.03.2024.

Буханова О.Н.
Набережночелнинский филиал учреждения профессионального образования «Колледж Казанского инновационного университета»

ТВОРЧЕСТВО КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ»

Bukhanova O.
Naberezhnye Chelny branch of the professional education institution “College of the Kazan Innovation University”

CREATIVITY AS AN ELEMENT OF PROFESSIONAL TRAINING OF COLLEGE STUDENTS SPECIALIZING IN “TOURISM”

Аннотация. Креативность в работе менеджера по туризму рассматривается в статье как один из ключевых профессиональных навыков. Приведены результаты исследования творческого потенциала студентов колледжа специальности «Туризм». Изучены и проанализированы причины, препятствующие их творческому саморазвитию. Выявлен уровень творческих способностей данных студентов.

Ключевые слова: творческий потенциал; креативность; творческие способности; методы оценки творческого потенциала; студенты.

Abstract. Creativity in the work of a tourism manager is considered in the article as one of the key professional skills. The results of a study of the creative potential of college students majoring in “Tourism” are presented. The reasons that hinder their creative self-development are studied and analyzed. The level of creative abilities of these students is revealed.

Keywords: creative potential; creativity; creative abilities; methods of assessing creative potential; students.

Актуальность. Специалист по туризму должен обладать следующими профессионально-важными качествами: коммуникабельность, стрессоустойчивость, ответственность, внимательность. Но в нынешней социально-экономической ситуации одной из основных составляющих профессионального мастерства становится умение подходить к своей работе творчески [1]. Творчество дает мощный положительный эмоциональный заряд, является значительным фактором карьерного роста и некой гарантией для молодого специалиста на рынке труда, где он не всегда конкурентоспособен [2]. Специалист по туризму должен уметь составлять туры, разрабатывать проекты новых туристических маршрутов, экскурсионные программы и правильно их продвигать. Креативность в этой связи выступает одним из ключевых навыков. Выпускники колледжей и вузов должны быть готовы к творческому решению профессиональных задач, владению навыками непрерывного самообразования в условиях быстро меняющихся технологий и информации. Решение задачи становления творческой личности во многом зависит от того, насколько организация образовательного процесса способствует формированию творческого потенциала учащихся [5].

Объект исследования – уровень творческого потенциала, творческие способности студентов специальности «Туризм».

Предмет исследования – методика изучения творческого потенциала, творческих способностей.

Цель исследования – изучение творчества как элемента профессиональной подготовки студентов 1-3 курсов специальности «Туризм».

Задачи исследования:

Выявить причины, препятствующие творческому саморазвитию студентов колледжа «Казанского инновационного университета» 1-3 курсов специальности «Туризм».

Проанализировать уровень творческих способностей данных студентов.

Оценить уровень творческого потенциала студентов 1-3 курсов, способствовать его развитию у студентов третьего курса колледжа «Казанского инновационного университета» специальности «Туризм».

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть применены в практической деятельности преподавателей колледжей, занимающихся подготовкой студентов специальности «Туризм».

Методика исследования:

1) Для определения отношения студентов к творчеству, а также для выявления их творческого потенциала использовалось анкетирование. С помощью анкетирования были изучены причины, барьеры и трудности, препятствующие творческому саморазвитию студентов. Результаты анкетирования явились исходным материалом для последующих наблюдений и экспериментов.

2) Для выявления творческих способностей мы использовали блок тестов определенной направленности: краткий фигурный тест творческого мышления по Е.П. Торренсу; тест на определение уровня творческого потенциала по В. И. Андрееву. Студентам были даны десять фигур, различающихся между собой, но навязывающих определенные устойчивые образы. В результате обработки рисунков мы смогли получить информацию по четырем критериям творчества, которые характеризуют творческие способности – беглость, гибкость, оригинальность, разработанность [3].

Показатель беглости определяется подсчетом числа завершенных фигур. Гибкость определяется числом различных категорий ответов. Оригинальность определяется по подготовленным оценочным таблицам. Разработанность – по тщательности разработки ответов. Тест на определение творческого потенциала личности по В. И. Андрееву состоит из 18 вопросов. Использовалась 10-балльная шкала самооценки личностных качеств, либо частоты их проявления, которые и характеризуют уровень развития творческого потенциала личности. По результатам самооценки каждый студент мог построить свой профиль творческих качеств и по наивысшему уровню развития соответствующего качества определить к какому типу творческой личности он относится. А на основе суммарного числа набранных баллов студенты могли определить уровень их творческого потенциала по предложенной В. И. Андреевым шкале.

3) Педагогический эксперимент.

Педагогический эксперимент позволил проверить эффективность предложенных нами методов развития творческого потенциала студентов 1-3 курсов специальности «Туризм». На практических занятиях по физической культуре использовались специальные творческие и нестандартные задания, игры на развитие воображения, фантазии, пластичности. На каждом уроке использовалось музыкальное сопровождение, что положительно влияло на эмоциональную сферу личности. Поощрялось стремление студентов к самостоятельному выбору упражнений, целей, задач и средств их решения. Предусматривались частая смена общеразвивающих упражнений, применение разного оборудования и нетрадиционных форм обучения. Эксперимент носил формирующий характер. Контрольными стали группы первого и второго курсов.

Математико-статистическая обработка результатов.

Полученные данные теста на выявление уровня творческого потенциала обрабатывались с помощью парного критерия Т-Вилкоксона. Данный математико-статистический метод позволил выявить не только направленность изменений, но и их выраженность. Определялись: сдвиг показателей, абсолютные величины разности между двумя рядами выборочных значений, ранги абсолютных величин разностей, величина нетипичного сдвига Т *эмп.* и Т *кр.* Если Т *эмп.* попадает в зону значимости на «оси значимости», можно делать вывод о достоверности сдвига, неслучайности зафиксированных в ходе эксперимента изменений. Анкеты обрабатывались с помощью определения среднего значения по каждому пункту.

Организация исследования. Исследование проводилось в условиях колледжа «Казанского инновационного университета» г. Набережные Челны с сентября 2023 г. по май 2024 г. В исследовании принимали участие студенты 1-3 курсов специальности «Туризм». (55 человек). Изучался творческий потенциал студентов разных курсов. Анкетирование и тестирование проводилось в каждой группе два раза в начале и в конце учебного года.

Результаты исследования:

Наиболее значимыми причинами, препятствующими творческому саморазвитию студентов 1-3 курсов специальности «Туризм» являются: незнание приемов, методов, средств творческого саморазвития; отсутствие терпения, желание получить ответ и результат немедленно; неспособность мобилизоваться, лень; отсутствие способностей доводить начатое дело до конца. Менее значимыми: плохое знание себя, своих силь-

ных и слабых качеств; отсутствие поддержки со стороны членов семьи. На первом и третьем курсах значимыми в рейтингах стоят практически одинаковые причины, из чего можно сделать вывод, что на протяжении трех лет обучения в колледже студентам приходится сталкиваться с одними и теми же трудностями и барьерами, которые в итоге мешают им творчески саморазвиваться. На третьем курсе, по мнению самих же обучающихся, одной из самых существенных причин является то, что преподаватели недостаточно стимулируют творческое саморазвитие студентов. Тогда как на первом курсе самой значимой причиной стала неспособность мобилизоваться. На третьем курсе также значимыми становятся следующие причины: боязнь внешней или внутренней цензуры, отсутствие идеала и реальных условий для творческого саморазвития, что для студентов первых двух курсов не является существенным.

Сравнивая между собой значения творческих способностей студентов первого и третьего курсов можно сделать вывод, что показатели оригинальности и разработанности в данных двух группах находятся на низком уровне. Это говорит о том, что на протяжении всего обучения в колледже у студентов данные компоненты творчества не развиваются, сохраняется низкая интеллектуальная активность при нормальном интеллектуальном потенциале и информированности. Студенты не стараются избегать легких, очевидных и неинтересных решений на поставленные проблемы. Низкие показатели разработанности говорят о том, что большинство студентов на данный момент неспособны к изобретательской и конструктивной деятельности. Показатели беглости и гибкости у большинства студентов первого и третьего курсов находятся в норме. Можно говорить о том, что у данных студентов сохраняется четкая мотивация и они способны к продуктивной деятельности.

Оценка уровня творческого потенциала студентов всех трех курсов специальности «Туризм» в начале и в конце учебного года показала, что тот положительный сдвиг, который соответствует повышению уровня творческого потенциала испытуемых первого и второго курсов статистически недостоверен, то есть существенных изменений в уровне творческого потенциала студентов за период с сентября по май не наблюдается. Положительный сдвиг, который соответствует повышению уровня творческого потенциала испытуемых третьего курса статистически достоверен, величины попадают в зону значимости. Из чего можно сделать вывод, что зафиксированные в эксперименте изменения неслучайны и значимы на однопроцентном уровне. Таким образом, используемые на занятиях по физической культуре приемы развития воображения и фантазии студентов, специальные творческие задания помогают повысить уровень творческого потенциала студентов [4].

Практические рекомендации:

Для оценки творческих способностей рекомендуется использовать краткий фигурный тест творческого мышления Е.П. Торренса; для выявления уровня творческого потенциала – тест В.И. Андреева.

Так как творческий потенциал напрямую связан с творческой мотивацией, рекомендуется выявить направленность мотивов личности. Для определения мотивов учебной деятельности студентов можно использовать методику выявления значимых мотивов Е.П. Ильина.

Для обработки результатов рекомендуется использовать парный критерий Вилкоксона.

1. Богоявленская, Д. Б. Механизм творчества: почему мы открываем новое / Д. Б. Богоявленская // Вопросы философии. – 2021. – № 9. – С. 82–89.

2. Ильин, Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2009. – 434 с.

3. Петрова, С. О. Методология и методы изучения одаренности в современных российских психологических исследованиях / С. О. Петрова // Вопросы психологии. – 2019. – № 4. – С. 75–88.

4. Столяров, А. М. Методы активизации творческого мышления / А. М. Столяров. – М: ВНИИПИ, 2003. – 126 с.

5. Творчество: от биологических оснований к социальным и культурным феноменам / Под ред. Д. В. Ушакова. – М.: Институт психологии РАН, 2019. – 736 с.

Гордеев Ю.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Gordeev Y.A.
Belarusian State University of Physical Culture

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF AN EFFECTIVE INFRASTRUCTURE IN THE REGIONAL TOURISM MANAGEMENT SYSTEM

Аннотация. В статье приведены некоторые научно обоснованные подходы, предусматривающие целый ряд мер по формированию инфраструктуры в системе повышения эффективности управления туризмом на региональном и местном уровнях. Предлагается развитие социальной сферы туризма через формирование туристической базы в малых городах, поселках, сельских поселениях и оказание помощи местным администрациям в профессиональной подготовке кадров с учетом вызовов и трендов в сфере туризма и гостеприимства Республики Беларусь.

Ключевые слова: инфраструктура туризма, социальная сфера туризма, управление туризмом на местных уровнях.

Abstract. The article presents some scientifically based approaches providing for a number of measures for the formation of infrastructure in the system of improving the effectiveness of tourism management at the regional and local levels. It is proposed to develop the social sphere of tourism through the formation of a tourist base in small towns, towns, rural settlements and assistance to local administrations in professional training, taking into account the challenges and trends in the field of tourism and hospitality of the Republic of Belarus.

Keywords: tourism infrastructure, social sphere of tourism, tourism management at local levels.

Актуальность темы обусловлена тем, что туризм в Республике Беларусь, при соответствующей инфраструктуре, стал полноправной отраслью народного хозяйства, частью экономической и социальной системы страны. В тоже самое время, туризм становится частью образа и стиля жизни людей, а развитие туризма через инфраструктуру можно анализировать как социальный институт, который стал достаточно регулярным и направлен на удовлетворение потребностей индивидов, социальных групп и общества в целом.

Следует сказать о тех позитивных сдвигах, которые произошли в государственной политике для данной области за последние годы. В правовом регулировании туристической деятельности важным моментом является Закон Республики Беларусь от 1 января 2023 г. «О туризме». В законе определены основные принципы, цели и направления государственного регулирования туристической деятельностью.

В связи с этим, «Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года», которая является программным документом, должна предусматривать и комплексный подход по формированию инфраструктуры в системе повышения эффективности управления туризмом на региональном и местном уровнях, увязывающий различные компоненты туристической индустрии и ее инфраструктуры, разработку единого плана капиталовложений в социальную инфраструктуру туризма, т.е. развитие социальной сферы туризма через формирование туристической базы в малых городах, поселках, сельских поселениях и оказание помощи местным администрациям в профессиональной подготовке кадров.

Несмотря на обилие литературы по туризму, комплексного, законченного исследования по инфраструктуре в системе регионального управления туризмом пока нет. Поэтому требуется разработка новых подходов к системе управления региональным туризмом с учетом вызовов и трендов в сфере туризма и гостеприимства Республики Беларусь.

Исходя из всего вышесказанного, объектом нашего изучения стала туристско-рекреационная сфера в регионах Республики Беларусь. Цель исследования – разработка научно обоснованных подходов, предусматривающих меры по формированию инфраструктуры в системе повышения эффективности управления туризмом на региональном и местном уровнях.

Исходя из поставленной цели, в данной работе решается ряд актуальных задач: краткий анализ общепринятой инфраструктуры туризма и методов ее исследования; определение основных элементов инфраструктуры туризма; изучение факторов влияющих на социально-экономическое развитие туристических районов и их дифференциация; анализ возможных отрицательных и положительных последствий от развития туризма для отдельно взятого туристического региона.

Исследования региональной туристической инфраструктуры – актуальная тема в интересах современных стратегических разработок развития приоритетных отраслей туристско-рекреационной сферы в регионах. В нашей публикации показана сущность основных научных подходов научного исследования туристической инфраструктуры, определены первичные – базовые методы исследования.

На рисунке 1 показана схематическая модель, отражающая систему подходов научного исследования туристической инфраструктуры. В этой системе главное место занимает территориальный подход – комплексные исследования туристической инфраструктуры на разных уровнях территорий: на локальном изучается инфраструктура определенных мест, объектов, достопримечательностей; на региональном – инфраструктура региона в целом и его отдельных частей; на межрегиональном – инфраструктурное состояние территорий, входящих в состав нескольких районов; на зональном – обустройство туристско-рекреационных зон разного территориального уровня [1].

Данный подход позволяет выявлять территории с разным уровнем развития туристической инфраструктуры и выделять перспективные для развития туристско-рекреационной деятельности зоны или дестинации.

Научные подходы		
Отраслевой	Территориальный	Функциональный
Сущность и основные принципы научных подходов		
Изучение инфраструктуры отдельных видов туризма:	Изучение туристической инфраструктуры разных территориальных уровней:	Функциональные оценки туристической инфраструктуры:
– Культурно-познавательного – Лечебно-оздоровительного – Спортивного и активного – Экологического Сельского	Локальный уровень Инфраструктурное обустройство отдельных мест посещения Региональный уровень Инфраструктурное обустройство региона в целом и его частей (районы, города т.д.) Межрегиональный уровень Инфраструктурное обустройство территорий, входящих в состав 2-х и более регионов Зональный уровень Инфраструктурное обустройство туристско-рекреационных зон разного территориального уровня (внутригородские, региональные, межрегиональные) Маршрутная инфраструктура Инфраструктурное обустройство отдельных туристических маршрутов	– Вместимость – Комфортность – Транспортная доступность – Обеспеченность мобильной связью – Безопасность

Рисунок 1. – Научные подходы к исследованию региональной сферы туризма (по Косманеву А.Л., 2010)

Инфраструктура туризма – это объекты, услуги и ресурсы, которые способствуют комфортному пребыванию и перемещению туристов. Она занимает важное место в развитии туристической отрасли и создает условия для привлечения туристов. Качество инфраструктуры может существенно влиять на привлекательность туристического региона.

Примером успешной инфраструктуры туризма может служить Минская область с ее богатым культурным наследием и удобной транспортной системой, а также с разнообразием гостиничных и ресторанных предложений. Поэтому примеры успешной инфраструктуры туризма могут вдохновить на создание и развитие подобных проектов в других областях Белоруссии.

Социально-экономическое развитие туристических районов на сегодняшний день подвержено возрастающему влиянию трех факторов:

рыночного – взаимопроникновение региональных, национальных и мирового рынков;

конкурентного – усиление неценовой конкуренции (конкуренции в сфере качества предлагаемого туристического продукта и реализации различного рода инновационных проектов);

производственного – замена массового государственного производства туристического продукта индивидуальным (частным), с низкой индивидуальной ответственностью персонала [2].

Все это ведет от территориальной дифференциации и разделению труда, к его территориальной интеграции, от однородных по составу региональных рынков – к дифференцированным, а в целом – от национальной региональной политики к собственно региональной на уровне отдельных субъектов Республики Беларусь.

Таким образом, факторы, благоприятные для размещения в районах организации индустрии туризма, в последующем благоприятствуют созданию дополнительных возможностей для привлечения инвестиций, увеличения занятости населения и решения других назревших региональных проблем, т.е. они становятся условиями и индикаторами успешного социально-экономического развития туристических районов Белоруссии в будущем.

Большое количество факторов, оказывающих влияние на развитие туристических районов, предопределяют их разнообразие и создают необходимость компоновки однородных факторов. Для этого в теории и практике туризма используются различные критерии, на основании которых производится их (факторов) классификация (рисунок 2).

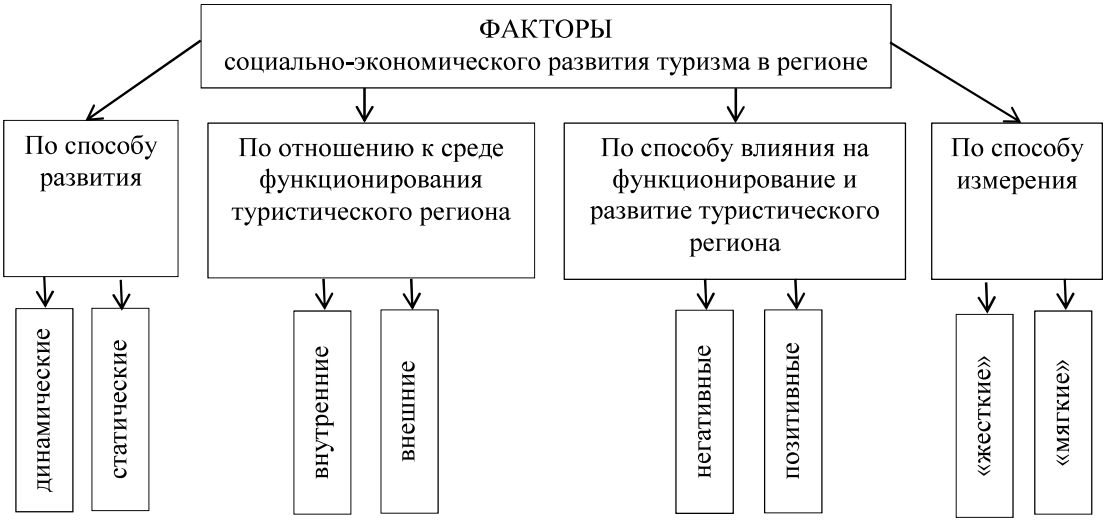


Рисунок 2. – Классификация факторов социально-экономического развития туризма в районе (регионе)

Изучение таких факторов на практике ведет к тому, что не все они одинаково важны для конкретного туристического района. С точки зрения конкретного района

более сильное влияние будут иметь те факторы, которые характерны для отраслей конкретной специализации регионального или районного социально-экономического комплекса. Так же значимость того или иного фактора зависит от способностей данного фактора локализоваться и быть мобильным: наиболее привязанными к территории будут факторы с сильной концентрацией и немобильные (таблица 1).

Таблица 1. – Примеры пространственной дифференциации факторов социально-экономического развития туризма в регионе

Фактор	Способность факторов к локализации	
	концентрированные	дисперсные
Немобильные	Агломерационные преимущества, Неспециализированная высокоспециализированная инфраструктура, местные инфраструктура коммунальные земельные участки	
Маломобильные	Высокоспециализированные трудовые ресурсы, использование инноваций	Неквалифицированные трудовые ресурсы
Высокомобильные	Специализированная информация	Неспециализированная информация, банковский капитал по нормальным условиям

Именно поэтому, руководству районов необходимо компетентно оценивать существующие факторы социально-экономического развития и конкурентоспособности туристического района, а также проводить работу по выявлению инноваций и перспективных направлений дальнейшего развития регионального туризма. Для этого из всей группы факторов выделяют главные, действующие в конкретном туристическом районе (регионе) и/или воздействующие на деятельность и развитие конкретной организации индустрии туризма (рисунок 3) [3].

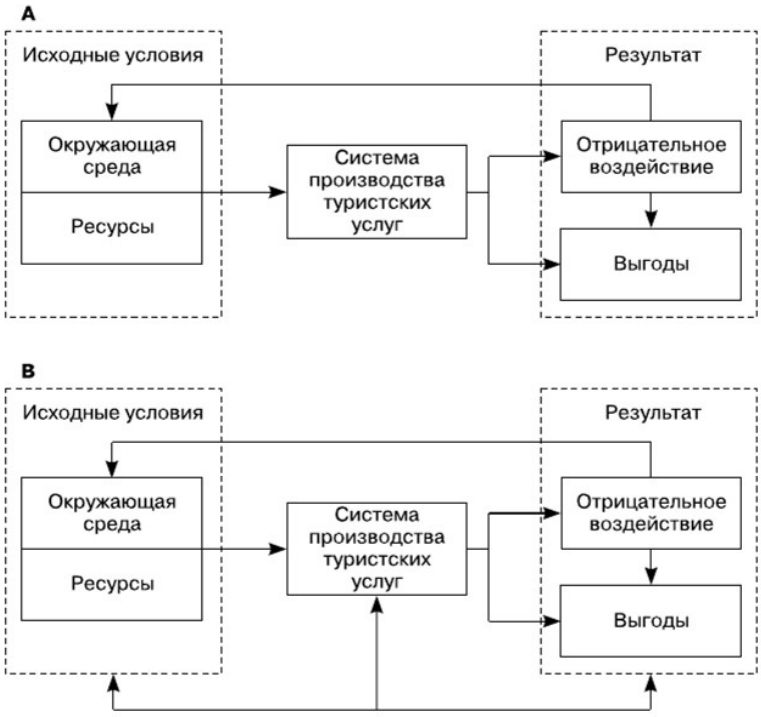


Рисунок 3. – Модель развития туризма:
А – неустойчивое развитие; В – устойчивое развитие
(по Кларку П.Ю., 2015)

Устойчивое развитие туристического района предполагает планирование и управление развитием именно тех территорий, которые обеспечивают туристам комфортные условия пребываний, соответствующие самым высоким стандартам.

Ресурсный потенциал региона – это многоаспектное понятие, охватывающее весь комплекс жизнедеятельности государства. Однако иногда в туристическом регионе могут возникнуть и некоторые негативные последствия.

В таблице 2 приведен анализ возможных отрицательных и положительных последствий от развития туризма для отдельно взятого туристического региона.

Таблица 2. – Экономические, социальные и экологические последствия развития туризма в отдельно взятом регионе

Положительный момент	Отрицательный момент
Экономические последствия	
Расширение участия в международном разделении труда Использование региональных, местных ресурсов	Утечка валюты Рост импорта Отток работников из традиционных для данного региона производств
Привлечение иностранного капитала Рост местной деловой активности Структурные сдвиги в национальном производстве товаров и услуг Повышение численности занятых в производстве Поступление налогов в государственный бюджет Рост личных доходов местного населения Сбалансированность региональных диспропорций Создание положительного имиджа региона	Сезонная занятость работающих Инфляция В экономике региона преобладают международные крупные компании, навязывающие свои «правила игры» Зависимость от политической ситуации, международной экономической конъюнктуры, моды Возникновение экономических кризисов и несбалансированности развития
Социальные последствия	
Ломка языковых, социальных, классовых, религиозных барьеров Повышение образовательного уровня местного населения Сохранение произведений искусства, культуры и местных традиций Доступ к информации	Негативное отношение местных жителей Создание стереотипов Эффект демонстрации (подражание в потреблении) Коммерциализация культуры, религии, искусства Рост социальных проблем Изменения в общественной структуре
Экологические последствия	
Создание национальных парков и заповедников	Загрязнение окружающей среды Деградация ландшафтов Выведение сельскохозяйственных земель из оборота

В заключении можно сделать вывод о том, что основным условием успешного развития туристического бизнеса является разнообразная и качественная туристическая инфраструктура, полностью удовлетворяющая все потребности потенциальных туристов. Следовательно, теоретическое и практическое изучение природных и социально-экономических положений формирования туристической инфраструктуры представляет собой очень важную на сегодняшний день задачу.

Подводя итог, мы предлагаем следующие меры, которые будут способствовать развитию туризма Белоруссии на региональном уровне.

Для того чтобы переориентировать туристический регион на принципы устойчивого развития, необходимо туризм включать в национальные сценарии территориального планирования, особенно при размещении новых объектов инфраструктуры туризма.

Для целей устойчивого развития туристического региона следует более эффективно использовать геоинформационные системы для оценки воздействия туризма на окружающую среду. Так как, использование новых, экологически чистых технологий при перевозке и обслуживании туристов может стать важным аргументом в конкурентной борьбе туристическом рынке.

Повсеместное распространение Интернета дает доступ ко всем предлагаемым на рынке туристическим услугам почти в любом регионе мира, а так же сайтам организаций реализующих на практике концепцию устойчивого регионального развития туризма в Республике Беларусь.

Под влиянием государственных и региональных правовых норм и предпочтений туристов все большее развитие должны получить формы устойчивого туризма. Но для успешной и быстрой реализации концепции устойчивого развития региона необходимо синхронное взаимодействие всех отраслей народного хозяйства и сфер науки и образования, только в этом случае можно достичь успеха.

Для перехода всех туристических районов на путь устойчивого развития потребуется много усилий, принятие различных, часто строгих и непопулярных мер, но, как показывает практика развития регионального туризма, устойчивость является вполне достижимой.

1. Косманев, А. Л. Инфраструктурный каркас туристско-рекреационной территории: сб. мат. IV Всерос. науч.-практ. конф. студ., асп. и молодых ученых // Географическое изучение территориальных систем: в 2 кн. Кн.2. Социально-экономические и геополитические аспекты исследования территориальных систем: / Ред. М. Б. Иванова; Перм. гос. ун-т. – Пермь: ПГУ, 2010. – С. 168–171.

2. Максименко, А. Г. Туристский регион: особенности устойчивого развития и управления: сб. научных статей / А. Г. Максименко, И. А. Морев // Географические исследования Краснодарского края: Выпуск 5 / Отв. редактор А. В. Погорелов; Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: КГУ, 2010 – С. 117–223.

3. Кларк, П. Ю. Факторы социально-экономического развития и конкурентоспособности туристического региона / П. Ю. Кларк // Евразийский союз ученых. – № 1-3. – 2015. – С. 40–43.

Дранкевич О.Г., Салей Р.С.
Белорусский государственный университет физической культуры

АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ОАО «АВИАКОМПАНИЯ “БЕЛАВИА”»

Drankevich O., Salei R.
Belarusian State University of Physical Culture

ANALYSIS OF WAYS TO PROMOTE SERVICES JSC BELAVIA AIRLINES

Аннотация. В статье рассмотрены основные коммуникационные каналы продвижения услуг ОАО «Авиакомпания “Белавиа”». Проанализированы стратегии продвижения услуг компании: цифровой маркетинг, программы лояльности, сотрудничество с туристическими агентствами, рекламные акции и скидки.

Ключевые слова: авиакомпания, социальные сети, социальные платформы, цифровой маркетинг.

Abstract. The article discusses the main communication channels for promoting the services of JSC Belavia Airlines. The strategies for promoting the company’s services are analyzed: digital marketing, loyalty programs, cooperation with travel agencies, promotions and discounts.

Keywords: airline, social networks, social platforms, digital marketing.

Введение. ОАО «Авиакомпания “Белавиа”», будучи ведущей авиакомпанией в Республике Беларусь, представляет интерес для изучения способов продвижения услуг в условиях растущей конкуренции, изменяющегося рынка и непредсказуемости окружающей среды.

Цель исследования – проанализировать способы продвижения услуг ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» и дать рекомендации.

Предметная область исследования – технологии коммуникаций в сфере авиации, где субъектом выступает ОАО «Авиакомпания “Белавиа”», в частности отдел рекламы и коммуникаций.

Результаты исследования основаны на контент-анализе публичных страниц в социальных сетях, официального сайта компании.

использует несколько стратегий продвижения: цифровой маркетинг, программы лояльности, сотрудничество с туристическими агентствами, рекламные акции и скидки.

Основная часть. Цифровой маркетинг подразумевает активное использование онлайн-рекламы через социальные сети, контекстные объявления и сайты бронирования для привлечения новых пассажиров. Основными каналами коммуникации ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» с целевой аудиторией клиентов с использованием информационных технологий являются:

Официальный сайт авиакомпании belavia.by (рисунок 1);

Социальные сети (Instagram – belavia.official, Facebook, Twitter, Youtube;

Мобильное приложение Belavia;

Чат-бот «Василиса».

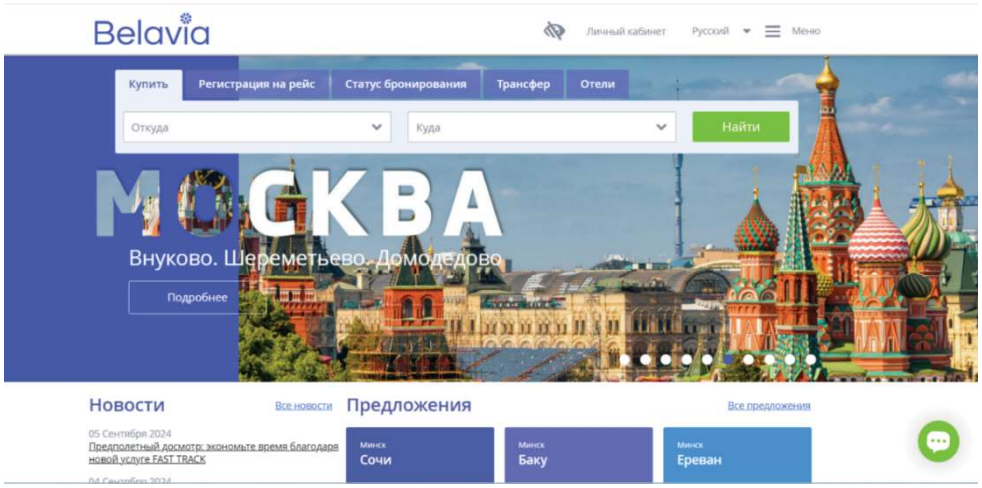


Рисунок 1. – Главная страница официального сайта ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» [1]

Изучение удовлетворенности клиентов авиакомпании позволили выявить точки роста лояльности клиентов, связанные с необходимой модернизацией сайта авиакомпании, онлайн регистрацией с использованием мобильного приложения, регистрацией на рейс с использованием киосков самостоятельной регистрации, повышением кастомизации сервиса для клиентов.

Целевая аудитория ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» требует диверсификации каналов коммуникации.

Значимую роль в этом играют социальные сети. Наблюдается активная активность «Белавиа» на рынке соцсетей: Facebook, Twitter, Instagram (рисунок 2).

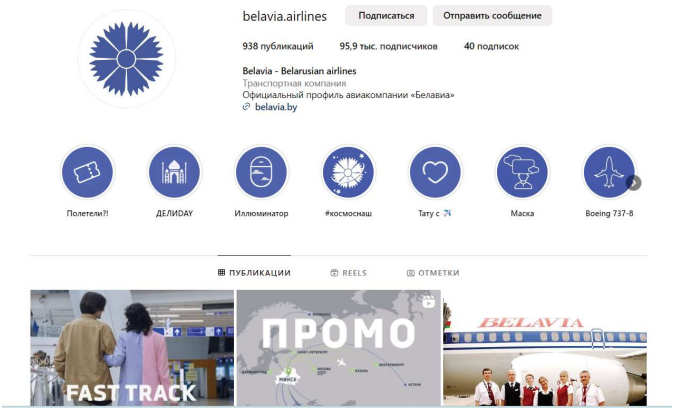


Рисунок 2. – Официальный аккаунт ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» в социальной сети Instagram [1]

В авиационной отрасли социальные медиа активно используются для упрощения общения с клиентами и оперативного решения их вопросов через активное наблюдение за обращениями и быстрые ответы в режиме онлайн-диалога.

Социальные платформы ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» предоставляют возможности привлечения внимания аудитории с помощью баннерной рекламы, информационных сообщений и прочего контента. Они становятся инструментом для первичного знакомства потребителей с компанией через размещение фото, видеороликов, рекламных материалов и новостей, а также способствуют увеличению про-

даж, направляя пользователей на веб-страницы для бронирования электронных билетов или к туроператорам.

Социальные сети ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» ускоряют процесс получения обратной связи, что позволяет оперативно реагировать на инциденты, такие как потеря багажа или опоздание на рейс, и определить предпочтения покупателей.

Онлайн-бронирование билетов также становится более эффективным благодаря социальным медиа, поскольку большинство авиалиний используют эти платформы для продажи и продвижения своих услуг.

Аналитика отзывов клиентов ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» со стороны интернет-ресурсов свидетельствует, в целом, о положительном имидже компании.

В ходе анализа активности авиакомпании в социальных сетях выявлена необходимость адаптации контента для каждой социальной сети, чтобы он соответствовал целевую аудиторию.

Программы лояльности, такие программы, как «Белавиа Лидер», стимулируют постоянных клиентов через бонусы и специальные предложения. Также можно отметить, как одно из направлений маркетинга взаимоотношений в компании, это наличие акций и бонусной программы «Белавиа Лидер» (программа поощрения пассажиров ОАО «Авиакомпания “Белавиа”»)

«Белавиа Лидер» дает возможность своим участникам накапливать баллы на персональном счете за полеты регулярными рейсами Белавиа, а также за использование услуг партнеров программы, и использовать их для оформления премиальных авиабилетов.

Регулярно летая рейсами авиакомпании «Белавиа», клиент имеет возможность стать участником элитного уровня «Белавиа Лидер», что позволит воспользоваться множеством дополнительных преимуществ.

Сотрудничество с туристическими агентствами заключается в том, что компания предлагает пакетные туры с перелетами и проживанием, привлекая туристов. Например, сейчас проходит совместная акция с туристическим агентством TEZ TOUR, рисунок 3

Рисунок 3. – Акция с туристическим агентством TEZ TOUR [1]

ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» использует рекламные акции и скидки, так как сезонные и промо-акции способствуют росту продаж билетов (рисунок 4).

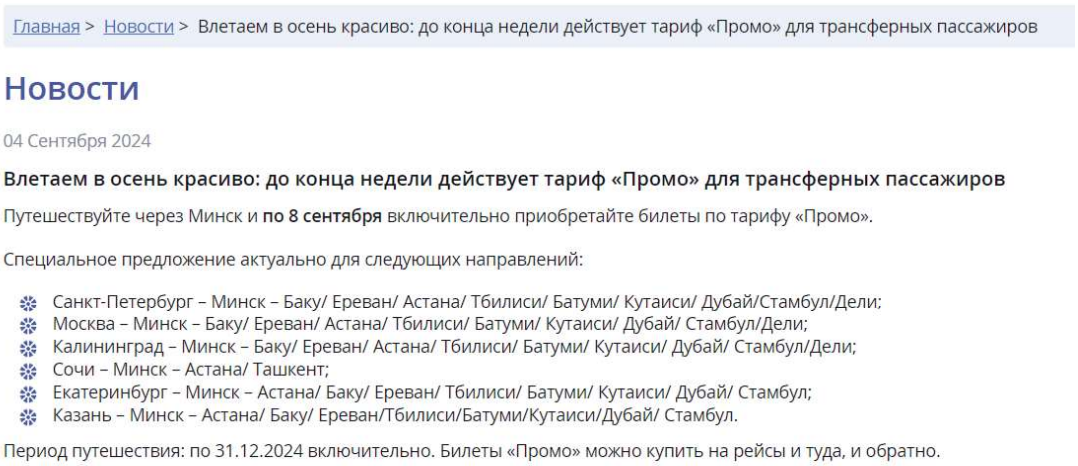


Рисунок 4. – Сезонная акция «Влетаем в осень красиво» [1]

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» использует различные стратегии продвижения, включая цифровой маркетинг, программы лояльности, сотрудничество с туристическими агентствами, а также рекламные акции и скидки. Важную роль играют социальные сети, где авиакомпания активно взаимодействует с клиентами и предоставляет информацию о текущих предложениях. Программы лояльности, такие как «Белавиа Лидер», поощряют постоянных клиентов, а совместные акции с туристическими агентствами увеличивают туристический поток. Все эти способы продвижения способствуют росту продаж и укреплению имиджа компании.

1. Официальный сайт ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» [Электронный ресурс]. − Режим доступа: https://www.belavia.by − Дата доступа: 09.10.2024.

Кожухова Е.Д., Высоцкая Л.В.
Смоленский университет физической культуры

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ОБСТАНОВКЕ

Kozhukhova E., Vysotskaya L.
Smolensk University of Physical Culture

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION IN A MODERN ENVIRONMENT

Аннотация. В 2022 году Россия столкнулась с давлением мировой общественности и безмерным количеством санкций. Что в свою очередь принесло как отрицательное влияние, так и положительные новшества на все направления, в том числе туризм. В рамках написания данной статьи рассматриваются вопросы текущего состояния, а также варианты реорганизации и внедрения современных трендов в сферу туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: туризм; стратегирование отрасли туризма; стратегия; глобальные и национальные тренды в туризме; стратегические приоритеты; региональное развитие.

Abstract. In 2022 Russia faced pressure from the world community and an immeasurable number of sanctions. Which in turn has brought both a negative impact and positive innovations to all areas, including tourism. As part of writing this article, the issues of the current state are considered, as well as options for reorganizing and introducing modern trends in the field of tourism and hospitality.

Keywords: tourism; tourism industry strategy; strategy; global; national trends in tourism; strategic priorities; regional development.

Актуальность. Туризм является одним из ключевых секторов российской экономики, способствующий развитию регионов и городов. Что в свою очередь открывает возможности для создания новых рабочих мест, расширения предпринимательской и творческой инициативы. Важно отметить, что прирост от туристской деятельности возрос в трехкратном размере в 2023 по сравнению с 2019 годом [4].

Сегодня туриндустрия претерпевает значительные изменения – особый акцент на формирование центров притяжения, работающих на круглогодичной основе (проект «Пять морей и озеро Байкал»), устойчивое развитие, синхронизацию с планами развития транспортной инфраструктуры, цифровизацию и улучшение туристского опыта.

Россия – страна со значительным культурно-историческим и природным потенциалом, открывающим колоссальные возможности для развития различных видов туризма. Однако анализ потенциала дестинации предполагает одновременно с ресурсной обеспеченностью (природной, рекреационной, культурной и т.д.) оценку уровня развития инфраструктуры (общей и специальной), транспортной доступности ключевых аттракций, наличия узнаваемых брендов, экологической емкости территории и ряда иных важнейших параметров анализа [1, 5].

Цель: определить особенности отечественного туризма и возможности его дальнейшего развития.

Задачи:

1. Изучить мировой туристский рынок в постпандемийный период;
2. Проанализировать глобальные и национальные тренды развития туризма.

Объект исследования – отрасль туризма как важнейшее стратегическое направление диверсификации экономики страны, значительный источник пополнения национального бюджета, крупнейший работодатель в мире.

Предметом исследования является один из этапов разработки стратегических приоритетов развития отрасли туризма – анализ внешней среды объекта стратегирования: выявление трендов, определяющих направления долгосрочного развития.

Методологической базой исследования выступают труды академика РАН В.Л. Квинта по теории, методологии и практике стратегирования, послужившие теоретико-методологической основой разработки ряда региональных стратегий в стране и за рубежом.

Анализ мирового туристского рынка в постпандемийный период

Чрезвычайный период, обусловленный влиянием пандемии и внешнеполитическими факторами, безусловно, поставил отрасль туризма, как множество других от-

раслей экономики, в жесткие условия функционирования и несколько скорректировал стратегические цели, задачи и приоритеты развития.

По данным UNWTO, с января по март 2022 г. объем международного туризма увеличился на 130 % по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. В первом квартале 2022 г. было зарегистрировано около 117 млн поездок, в это же время 2021 г. – 41 млн.

Согласно отчетам UNWTO14, международный турпоток значительно вырос в следующих регионах [3]:

– Европа (+281 % по сравнению с 2021 г.);
– Америка (+117 %);
– Ближний Восток (+132 %);
– Африка (+96 %);
– Азиатско-Тихоокеанский регион (+64 %).

Проведенный UNWTO опрос среди экспертов туриндустрии показал следующее: 83 % опрошенных назвали 2022 г. более перспективным по сравнению с 2021 г., а 48 % считают, что международный туризм окончательно восстановится в 2024 г.

На российских путешественников приходится около 1 % мировых расходов на туристские поездки. В 2021 г. граждане России потратили на отдыхе за пределами страны более 9 млрд долларов [4]. Согласно Skift Recovery Index, туристская индустрия в России восстанавливается быстрее, чем во многих других странах. Этому способствует рост регионального туризма. Пандемия коронавируса существенно отразилась на туристской отрасли: закрылись границы, одновременно возрос внутренний туризм. Так, например, по данным IATA, Россия занимает третье место после Китая и США по количеству внутренних рейсов. По данным АТОР, динамика прироста внутреннего организованного туристского потока в 2021 г. превысила показатели 2020 года на 30 %. Совокупный внутренний турпоток (организованные и самодеятельные туристы) в 2022 г. оценивается в 61,2 млн человек, что на 8,3 % выше показателя за 2021 г. (56 млн чел.) [2].

Стратегический анализ глобальных и национальных трендов развития туризма

Кризис в мировой экономике, закрытие границ и иные существенные последствия изменения геополитической картины мира, а также последствия распространения коронавирусной инфекции и ее штаммов актуализировали вопрос необходимости стратегического развития национальной системы здравоохранения, а также развития лечебно-оздоровительного, медицинского туризма. В условиях пандемии основные рынки международного туризма испытали так называемый кризисный шок, сформировались новые условия и формальности совершения туристских поездок, а также новые паттерны потребительского поведения.

В Российской Федерации с 2020 г. наметился долгосрочный тренд на активное и системное развитие рынка внутреннего туризма. На это повлияла не только пандемия, но и последние события начала 2022 г., когда в условиях значительных усложнений туристских формальностей в отношении нашей страны актуализировалась задача развития туристского потенциала, формирования современной высококачественной инфраструктуры, уникальных и доступных объектов показа, повышения доступности и транспортной связанности России. Разработан и реализуется Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», [7] предполагающий реализацию ряда федеральных проектов – ФП-1 «Развитие туристской инфраструктуры»,

ФП-2 «Повышение доступности туристского продукта», ФП-3 «Совершенствование управления в сфере туризма» [1]. Общий объем финансирования Национального проекта предполагается на уровне 529 млрд руб. Стратегическая цель, поставленная в рамках проекта – увеличение количества путешествующих по стране с 65 млн (показатель по состоянию на 2019 г.) до 140 млн (прогноз на 2030 г.), а рабочих мест – с 2,5 млн (показатель по состоянию на 2019 г.) до 4,2 млн (прогноз на 2030 г.). Зарубежные и отечественные эксперты отмечают формирование глобальных трендов развития общества и рынков, которые в ближайшее время будут оказывать серьезное влияние на развитие туризма и гостеприимства (рисунок) [9].

1. Приоритетность здоровья и безопасности.

У современного туриста в приоритете вопросы безопасности, гигиены, а также различные процедуры, направленные на охрану здоровья. Доверие потребителя строится на приоритетах надежности и безопасности оказания услуги компаниями индустрии туризма.

2. Изменения в потребительском поведении: снижение доли спонтанных поездок.

Ввиду снижения покупательской способности потребителя в приоритете планирование основных статей расходов семейного бюджета и тщательный выбор, и планирование турпоездки. Туристические предпочтения будут смещаться в сторону доверия известному бренду и приоритетности высокого качества сервиса. Наблюдается снижение спонтанных и рост заранее планируемых покупок и поездок.

3. Поиск уникального эмоционального опыта и эссенциализм.

Кастомизация путешествий, рост самодеятельного туризма, трансформация туристического рынка под воздействием цифровизации отрасли, стремление путешественника погрузиться с местную культуру, узнать дестинацию изнутри (принцип «living like a local»), стремление к осознанному потреблению. Наблюдается рост нишевых направлений туризма: приключенческий, промышленный, оздоровительный с различными практиками релаксации и т. д.

4. Появление новых форматов занятости.

Новые бизнес-модели с удаленной работой сотрудников взаимовыгодны как работодателю, так и работнику, и в меньшей степени влияют на производительность труда последнего: снижение затрат на содержание офиса, снижение уровня стресса при одновременном росте производительности труда, возможность сочетания работы с досугом при сохранении качества выполнения первого и др. Рост спроса на недвижимость и аренду жилья в дестинациях, благоприятных для удаленной работы (мягкий климат, благоприятная городская среда, развитая инфраструктура и т. д.)

5. Цифровизация отраслей экономики.

Современные средства коммуникации позволяют значительно упростить и ускорить ход бизнес-процессов на предприятиях различной отраслевой принадлежности, одновременно оставляя за гранью цепочки создания стоимости отдельных игроков рынка. Развитие цифровых сервисов для путешественников позволяет туристам самим комплектовать туристический продукт, исходя из своих досуговых предпочтений и ценовых и качественных параметров турпродукта.

6. Приоритет путешествий на природе, экотуризм.

Последствия пандемии и современная геополитическая ситуация сказались и на досуговых предпочтениях туриста в сторону выбора «зеленых» дестинаций, путешествий в близлежащие дестинации на собственном автомобиле, сельский туризм.

Рисунок – Основные тренды, влияющие на современное развитие туристской деятельности

Важнейшим глобальным трендом является актуальность экологической повестки и внедрение ESG-принципов в практику работы предприятий (в т. ч. туристской индустрии). Важно отметить, что вопросы экологически ответственного потребле-

ния лежат в основе поведенческих паттернов современных туристов, представителей бизнес-сообщества (предприятий, инвесторов, контрагентов), правительств и т. д.

В России разработаны методические рекомендации по внедрению ESG-принципов в практику работы предприятий индустрии туризма, и ведется работа по принятию ГОСТов, регламентирующих внедрение принципов устойчивого развития в данную сферу.

Национальный тренд – развитие нишевых направлений в туризме, таких как промышленный туризм, [9] и развитие межрегиональных туристских маршрутов/продуктов. Стратегический потенциал развития промышленного туризма раскрывается в следующих аспектах:

– нишевое направление открывает возможности продвижения локальных брендов на национальный и международный рынки;

– способствует трансляции ресурсосберегающей политики и следованию принципам устойчивого развития в работе промышленных предприятий;

– обладает маркетинговым потенциалом для позиционирования промышленных центров в качестве привлекательных туристских дестинаций;

– выполняет профориентационную задачу для школьников, абитуриентов, а также задачу патриотического воспитания подрастающего поколения;

– служит дополнительным источником дохода для промышленного предприятия [8, 10].

Текущая рыночная ситуация в туризме и отрасли гостеприимства как в России, так и на глобальном уровне, с одной стороны, характеризуется наличием целого ряда кризисных явлений и сложных социально-экономических и политических вызовов, а с другой – открывает широкие возможности развития внутреннего туризма на базе импортозамещения. Тренды трансформации рынка и потребительского поведения, сложившиеся под влиянием пандемии, а также опыт деятельности предприятий отечественной туристской индустрии в условиях значительной турбулентности рынка будут способствовать достаточно быстрой адаптации туризма к условиям новой политической и экономической реальности при системной государственной поддержке отрасли и граждан [1].

В чрезвычайный период действенная стратегия развития отрасли позволит скорректировать долгосрочные планы развития национальной туристской системы в коридоре выбранного стратегического вектора развития.

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учеб. пособие / Н. А. Агешкина. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 567 с.

2. Истомина, Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России : учеб. пособие / Э. Г. Истомина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : РГГУ, 2019. – 288 с.

3. Квинт, В. Л. Концепция стратегирования / В. Л. Квинт. – СПб. : СЗИУ РАНХиГС, 2019. – Т. 1. – 132 с.

4. Квинт, В. Л. Концепция стратегирования / В. Л. Квинт. – СПб. : СЗИУ РАНХиГС, 2020. – Т. 2. – 164 с.

5. Квинт, В. Л. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке / В. Л. Квинт. – М. : Бизнес атлас, 2012. – 627 с.

6. Кружалин, В. И. Стратегическое планирование как основа устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации / В. И. Кружалин, Т. Н. Меньшикова, К. В. Кружалин // Географ. вестн. – 2022. – № 1 (60). – С. 136–149.

7. Полухина, А. Н. Самодеятельный туризм как инновационная модель развития туризма в эпоху пандемии коронавируса / А. Н. Полухина // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 4. – С. 34–41.

8. Сердюкова, Н. К. Анализ трендов развития туризма и гостеприимства в условиях новой реальности / Н. К. Сердюкова, Д. А. Сердюков, Н. В. Баль // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 40 (2). – С. 254–262.

9. Чхотуа, И. З. Глобальные и национальные тренды развития туризма в современных условиях [Электронный ресурс] / И. З. Чхотуа // Стратегирование : теория и практика. – 2023. – № 2. – Режим доступа : https://jstrategizing.ru/upload/journals/jstrategizing/2023-2/Чхотуа.pdf.

10. Kvint, V. Strategy for the global market : Theory and practical applications / V. Kvint. – New York, London : Routledge, 2016. – 519 p.

Ли Чон Ку
Белорусский государственный университет физической культуры
Лешук С.В.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ В СПОРТИВНОМ ТУРИЗМЕ

Tchon Li
Belarusian State University of Physical Culture
Leshuk S.
Yanka Kupala State University of Grodno

INNOVATIVE MARKETING IN SPORTS TOURISM

Аннотация. В статье рассмотрены различные проблемы и перспективы маркетинга инноваций в секторе спортивного туризма. Осуществлен современный обзор различных исследований на конкретную тему в секторе спортивного туризма во всем мире. Авторами представлены основные тенденции маркетинга инноваций в спортивном туризме.

Ключевые слова: маркетинг инноваций; индустрия туризма и гостеприимства; спортивный туризм.

Abstract. The article discusses various problems and prospects of innovation marketing in the sports tourism sector. A modern review of various studies on a specific topic in the sports tourism sector around the world has been carried out. The authors present the main trends in innovation marketing and the key problems of implementing innovation marketing tools in sports tourism.

Keywords: innovation marketing; tourism and hospitality industry; sports tourism.

Спортивный туризм представляет в наши дни наиболее быстрорастущий сектор мирового туризма согласно данным Всемирной туристской организации [1]. Многие направления и принимающие дестинации могут гордиться наличием соответствующей инфраструктуры, разнообразием календаря спортивных мероприятий, наличием гостиничного фонда, что позволяет извлечь выгоду из этой глобальной возможности. Среди направлений, которые способствуют развитию спортивного туризма, особое место занимают инновации, которые создают способность максимально использовать потенциал природных и спортивных ресурсов, создавать события, которые привлекают многочисленные слои спортивного туризма от проведения глобальных мероприятий до роста активного отдыха и приключений.

В условиях, когда растет потребительское желание и спрос на активные действия организаторам туризма необходимо внедрять маркетинг инноваций в спортивном туризме. Более широкое изучение со стороны предложения, начиная от водных ресурсов, природных условий и заканчивая существующей спортивной инфраструктурой, раскрывает возможности для развития инноваций во всех местах. Принятие модели маркетинга инноваций для спортивного туризма может стать катализатором успеха без значительных инфраструктурных инвестиций. Кроме формирования культуры инноваций, необходимо разработать драйверы в индустрии спортивного туризма, которые при совместном развитии создают новые возможности для успешного и незабываемого спортивного туризма. Среди этих драйверов эксперты выделяют:

- Партнерство: Частный и государственный секторы должны сотрудничать в партнерстве
- Инновации: Креативный подход в организации мероприятий
- Дестинации: Создание новых площадок в местах проведения мероприятий расширяют их возможности
- Местная культура: Интеграция с местным сообществом и субкультурами
- Волонтеры: Привлечение местных энтузиастов для будущих мероприятий.
- Цифровизация: Виртуальное знакомство зрителей и участников с лучшими мировыми практиками

Инновации в спортивном туризме многогранные, охватывают технологические, экологические и экспериментальные достижения. Постоянная эволюция этих инноваций способствует устойчивости, конкурентоспособности и стабильности мировой индустрии туризма, в целом. Инновации являются важным фактором повышения конкурентоспособности предприятий в сфере туризма. Маркетинговым инновациям отводится важная роль, поскольку только те туристские предприятия становятся успешными и оказываются способными достичь конкурентного преимущества, для которых инновации являются основным фактором развития предприятия в условиях глобальной конкурентной среды.

Основы теории инноваций были заложены в экономической и технологических сферах в первой трети двадцатого столетия. Понятие инновации было разработано Й. Шумпетером в работе «The Theory of Economic Development» (1934 г.). Й. Шумпетер рассматривал инновацию как новую, научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом особого типа предпринимателя -«новатора» [2]. Современная экономическая наука трактует инновации как реализованные новшества независимо от сферы их применения.

Инновации могут различаться по многим параметрам, включая тип и степень новизны инноваций, тип и размер организации, осуществляющей инновации, и, наконец, среду, в которой они осуществляются. Некоторые исследователи классифицируют инновации на три типа, включая процесс, продукт /услугу и стратегию. Все эти типы связаны друг с другом, например, инновация стратегии может привести к инновациям процесса или продукта. Среди разнообразных критериев стоит выделить классификации инноваций по масштабу и по объекту изменений. По объекту изменений классификация инноваций представлена следующим образом: продуктовые, технологические, организационные и социальные [3].

По мнению авторов, в сфере туризма следует расширить классификацию и особо выделить маркетинговые инновации. Маркетинговые инновации в сфере туризма можно определить, как новые или усовершенствованные способы создания, продвижения и реализации туристского продукта на рынок туристских услуг, направленные на эффективное удовлетворение потребностей туристов. Маркетинговые инновации в сфере туризма также связаны с изменением формы вовлечения различных целевых групп потребителей в процесс потребления и/или производства продукта/услуги. Организациям индустрии туризма и гостеприимства необходимо внедрять маркетинговые инновации как внутри организации для развития внутреннего маркетинга, так и во внешней среде. Туристические предприятия должны активно реагировать на те изменения, которые происходят в динамичной бизнес-среде. Маркетинг инноваций охватывают также новые способы продвижения, с помощью которых предприятия могут продвигать свои продукты и услуги на рынок туристских услуг.

Инновации в сочетании с маркетингом способствуют росту компании, предоставляя продукты и услуги, которые являются ценными для потребителей. Основная идея, лежащая в основе концепции маркетинговых инноваций, заключается в разработке новой концепции и новой стратегии маркетинга предприятия сферы туризма.

Эффективный инновационный маркетинговый комплекс позволяет туристской компании достичь конкурентного преимущества на рынке туристских услуг и решить стратегические задачи развития. Каждая организация, чтобы быть успешной, должна быть, прежде всего, инновационной, поэтому маркетинговые инновации – это вектор на лидерство в туризме. Основополагающее восприятие будет разным для каждой туристской компании, но главное заключается в том, что, инновации должны быть встроены в каждую отдельную структуру системы, имеющейся в туристской фирме, с целью эффективного внедрения маркетинга инноваций. В этом случае классический маркетинг микс дополняется маркетингом инноваций, как указано в таблице.

Таблица – Инновационный комплекс маркетинга в сфере туризма

Элемент маркетинг-микса	Инновационные компоненты маркетинг-микса
Product Туристская услуга/продукт	Формирование уникального предложения в соответствии с ожиданиями и потребностями целевого сегмента туристского рынка,
Price Цена	Динамическая система ценообразования, система скидок, условия кредитования и платежа
Place Место	Цифровые платформы реализации туристских услуг. Онлайн -туристские агентства. Веб сайт
Promotion Продвижение	Цифровая реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, новые методы стимулирования сбыта и новые формы личных продаж

Маркетинговые инновации в индустрии спортивного туризма должны быть ориентированы как на улучшении функциональности и характеристик существующих туристских продуктов или туристских услуг, а также на улучшение внутренних возможностей туристского предприятия. В сфере туризма концепция маркетинговых инноваций достигается путем реализации креативных идей посредством технологических инноваций, которые связаны с цифровизацией.

Цифровизация, происходящая в индустрии туризма, затрагивает многие бизнес-процессы предприятия, в том числе и маркетинговую деятельность. Процесс внедрения цифровых технологий в маркетинговую деятельность туристских предприятий позволяет оптимизировать процесс выхода туристской компании на рынок туристских услуг; усилить конкурентные преимущества; повысить экономические и социальные результаты деятельности предприятия.

Цифровые технологии меняют поведение и мотивацию туристов в процессе принятия решения о путешествии. У туристов формируются потребности в отношении персонализации туристских продуктов; адаптивности традиционных процессов бронирования в онлайн пространство; возможности адаптации технологий к мобильным устройствам; минимизации времени между поиском и покупкой.[4]

Однако изменение потребительского поведения и запросов клиентов происходит намного быстрее, чем разработка и внедрение цифровых технологий в процессы туристского предприятия. Турист, заказывая гостиницу в одном сервисе, не может посмотреть рядом расположенные с ним достопримечательности, так как это находится в зоне ответственности уже туристско-информационных центров. Тем самым у туриста формируется впечатление о туристской дестинации, а туристская дестинация не смогла эффективно использовать свои туристские ресурсы для привлечения туриста на территорию. Поэтому необходима синхронизация и интеграция всех бизнес-процессов. Сегодня малый туристский бизнес активно включен в цифровизацию посредством внедрения разработанных технологий в свои бизнес-процессы, не учитывая того, что эффективность их применения будет обеспечена при комплексном взаимодействии и согласованности. В связи с этим, на рынке туристских услуг возникло множество интернет-сервисов по бронированию, онлайн-оплате, поиску турагентств и операторов, построению туристских маршрутов.

Инновации создаются как в туристских организациях, так и в социальных сетях, которые в настоящее время активно используются потребителями. В социальных сетях также создаются инновации, поскольку туристы вовлечены в процесс создания, продвижения и реализации туристского продукта. Платформы социальных сетей стали мощным социальным и маркетинговым инструментом для онлайн-коммуникаций, позволяющим туристам взаимодействовать и делиться своими взглядами, сотрудничать и вносить свой вклад в развитие, расширение, оценку впечатлений от туристского продукта. Благодаря использованию социальных сетей потребители становятся сопроизводителями туристских услуг. Среди различных маркетинговых моделей особо следует выделить социальные продажи, основанные на социальных связях, которые в основном определяется высоким уровнем участия, высокой интерактивностью, фиксированной темой и чувством принадлежности [6]. Разработка этой модели социальных сетей соответствует новой тенденции онлайн-маркетинга и отвечает реальным

потребностям пользователей Интернета. Модель социальных продаж способствует доведению информации о бренде туристской компании до пользователей.

Социальные сети, таким образом, выступают источником новых инновационных идей, которые позволяют производителям создавать и совершенствовать новые туристские продукты. Маркетологи могут использовать корпоративные социальные сети в качестве источника информации для клиентов, чтобы узнать об их опыте в отношении тех или иных туристских продуктов. Туристские предприятия, по сути, становятся виртуальными организациями, связанными с информационными технологиями, доступными для инноваций в маркетинге, а также для использования других платформ в среде социальных сетей.

Передача информации от туристов также может помочь маркетологам в туризме привлечь клиентов к совместному созданию новых туристских продуктов или для улучшения существующих туристских продуктов и услуг. Некоторые компании предлагают туристские услуги на особых условиях наиболее социально-активным клиентам с целью сбора необходимой информации и рекомендаций о качестве данного турпродукта. По сути, речь идет о бенчмаркинге взаимоотношений, когда клиенты компании выступают в качестве ее партнеров. Бенчмаркинг может рассматриваться как метод поиска и внедрения наиболее успешных инноваций на всех уровнях организации с целью увеличения ее конкурентоспособности. Целесообразно использовать бенчмаркинг взаимоотношений для одновременного решения задач обеспечения доступа информации и достаточной мотивации партнера к участию в бенчмаркинговом исследовании организации сферы туризма. Таким образом, стратегические партнеры в случае их высокой конкурентноспособности могут содействовать повышению инновационного потенциала компании в рамках бенчмаркинга взаимоотношений, поскольку заинтересованы в улучшениях, внедряемых компанией.

Информационные технологии оказывают наиболее широкое применение и глубокое влияние в индустрии туризма, включая большие данные, облачные вычисления, технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR), искусственный интеллект. Технологии виртуальной и дополненной реальности проникают в все сферы деятельности предприятия, в том числе и маркетинговую. Приложения VR/AR в туризме, такие как навигация в реальном времени на основе виртуальной реальности, интерактивный ландшафт, улучшают впечатления туристов. Различные туристские приложения могут быть использованы как туристами, так и туристскими организациями и органами власти в туризме благодаря интеграции и хранения большого объема туристской информации на платформе больших данных туризма с помощью облачных вычислений.[5]

Использование технологии больших данных в индустрии туризма заключается в сборе, очистке, хранении и анализе туристских данных. Влияние технологии больших данных на индустрию туризма проявляется в двух аспектах. Во первых, благодаря анализу потребительских предпочтений туристов, технология больших данных предоставляет органам власти в сфере туризма и туристским предприятиям управленческие решения, а также мониторинг общественного мнения, учет продолжительности пребывания туристов в дестинациях и анализ структуры туристских источников, что помогает улучшить качество туристских продуктов и эффективность туристского маркетинга. Во-вторых, применение больших данных в индустрии туризма может помочь туристам получить точную информацию о различных туристских программах и до-

стопримечательностях в различных регионах, что позволяет эффективно спланировать туристский маршрут получить яркие впечатления от путешествий.

В заключение следует сделать вывод о том, что применение интернета вещей, искусственного интеллекта, технологий дополненной и виртуальной реальности, блокчейна и других технологий позволяет создавать более привлекательные, эффективные и инклюзивными туристские программы, а также более устойчивые с точки зрения экономической, социальной и экологической устойчивости. Внедрение инноваций позволяет снизить негативное влияние такого свойства туристской услуги, как несохраняемость на допродажной подготовке, сезонные колебания посещаемости, создать положительные впечатления туристов от путешествий и способствовать созданию новых туристских продуктов.

1. Travel & Tourism Development Index 2024: Insight Report, May 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www3.weforum.org/docs/WEF_ Travel_and_ Tourism_Development_Index_2024.pdf. – Дата доступа: 17.09.2024.

2. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 127 с.

3. Инновации в сфере туризме / М. В. Волошинова [и др.]. – СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019.

4. World Tourism Innovation and Development Report (2021-2022) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tounsm-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf. – Дата доступа: 19.09.2024.

5. Thomas, G. Challenges and Trends of Digital Innovation in the Tourism Sector: Contemporary Literature Review / G. Thomas // Open Journal of Business and Management. – 2024 – № 12. – P.179–190.

Матасова А.К., Евсеева М.Э.
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА ДЛЯ ГЛУХИХ И СЛАБОСЛЫШАЩИХ ЛЮДЕЙ

Matasova A.K., Evseeva M.E.
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Volga Region State University of Physical Education, Sports and Tourism»

FEATURES OF FORMING AN EXCURSION ROUTE FOR DEAF AND HEARING-IMPAIRED PEOPLE

Аннотация. В статье приведены особенности формирования экскурсионного маршрута для глухих и слабослышащих людей. Современные формы экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, экскурсионный маршрут, адаптированный экскурсионный маршрут для глухих и слабослышащих людей.

Abstract. The article presents the features of the formation of an excursion route for deaf and hard of hearing people. Modern forms of sightseeing routes for deaf and hard of hearing people.

Keywords: inclusive tourism, excursion route, adapted excursion route for deaf and hard of hearing people.

В 21 веке в эпоху информационных технологий путешествовать по России стало достаточно удобно. Однако, если затрагивать тему туризма для глухих и слабослышащих людей, то можно заметить, что далеко не во всех городах присутствует инклюзивный туризм для данной категории потребителей услуг туризма.

Актуальность представленной темы заключается в том, что в современном обществе проблемы со слухом затрагивают множество людей. Именно поэтому возникает необходимость в создании адаптированного экскурсионного маршрута, чтобы данная категория потребителей могла почувствовать себя полноценными и с комфортом путешествовать, приобщаться к новым маршрутам.

Целью данного исследования является изучение особенностей формирования экскурсионного маршрута для глухих и слабослышащих людей.

Исходя из цели были поставлены следующие задачи:

Охарактеризовать теоретические аспекты исследования особенностей экскурсионных маршрутов;

Изучить особенности формирования экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей.

Объектом исследования является: экскурсионный маршрут.

Предметом исследования являются: формирование экскурсионного маршрута для глухих и слабослышащих людей.

Специфику формирования экскурсионного маршрута для лиц с нарушением слуха определяет в первую очередь то, что имеется потребность принятия во внимание в отношении данной категории туристов, не только физиологических проблем, но и психологических. Создать комфортную обстановку, чтобы потребитель услуги туризма смог почувствовать себя абсолютно полноценным – главная задача.

Всемирная туристическая организация ЮНВТО дает такое определение инклюзивного туризма: «Инклюзивный туризм – это форма туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сфера туризма, который позволяет людям с особыми потребностями в доступности, включая мобильную, визуальную, слуховую и когнитивную составляющие доступности, функционировать независимо, на равных условиях с чувством собственного достоинства через предоставление туристических продуктов, услуг и среды» [1].

Формирование адаптированного экскурсионного маршрута для глухих и слабослышащих посетителей – это важное и ответственное задание, требующее особого внимания к их потребностям и специфике восприятия мира. Вот несколько ключевых моментов обоснования идеи:

1. Инклюзивность. Экскурсионный маршрут для глухих и слабослышащих посетителей должен демонстрировать внимание к адаптированности и обеспечению равенства доступа к культурным объектам. Это требуется с позиций обеспечения равных возможностей для всех членов общества.

2. Потребности аудитории. Глухие и слабослышащие люди требуют особенных подходов в организации каналов получения информации. Экскурсионный маршрут должен быть разработан с учетом данных потребностей, он должен подавать информацию не только в текстовом формате, но и визуализировать ее часть.

3. Адаптация маршрута. Маршрут должен обладать качеством адаптированности, то есть быть представленным таким образом, чтобы экскурсант смог с максимальным комфортом и полноценно воспринимать достопримечательность. Карта, предоставляемая в помощи при показе объекта посетителю – должна наглядно отражать направление и последовательность передвижения экскурсанта.

Учет при экскурсии этих моментов отражает значимость и актуальность формирования экскурсионного маршрута для глухих и слабослышащих посетителей.

Для глухих людей важно создать экскурсию, которая будет максимально доступной и интересной для них. Основными компонентами структуры экскурсии для глухих выступают:

1. Визуальные материалы. Рекомендуется применять в экскурсии большие и яркие изображения, диаграммы, модели и другие визуальные материалы, чтобы наглядно и четко демонстрировать информацию. Это могут быть нарисованные или напечатанные карты, фотографии, рисунки и т.д.

2. Жестовая речь. В экскурсионной программе для слабослышащих очень важно также и наличие лиц, которые на русском жестовом языке в доступной форме смогут донести необходимую информацию.

3. Интерактивные показы. Следует задавать направление во время проведения экскурсии к активному участию в ней. К примеру, рекомендуется предоставить людям с нарушением слуха возможность потрогать и исследовать экспонаты, если это возможно и допустимо.

4. Видеоматериалы с субтитрами. В случае наличия доступных материалов, рекомендуется применять в период экскурсии видеоролики с субтитрами, особенно для демонстрации каких-либо процессов, мест или событий, связанных с экскурсией.

5. Интерактивные игры и задания. Введите в экскурсию интерактивные игры и задания, чтобы позволить быстрее запомнить и усвоить информацию. Так, можно было бы организовать и провести квест по музею либо задать вопросы в конце каждого раздела.

6. Продолжительность. Длительность экскурсии должна быть достаточной, чтобы люди смогли усвоить представленную информацию, и при этом, чтобы время не было слишком продолжительным. Это рекомендуется для избегания утомления и информационной перегрузки. Так рекомендуемая длительность экскурсий составляет от 1 до 2 часов, но это может определяться в зависимости от возраста и особенностей экскурсионной аудитории.

Для создания психологического комфорта для людей с нарушением слуха необходимо создать дружелюбную атмосферу. Группа должна быть небольшой, чтобы участники могли пообщаться друг с другом визуально.

Такой подход поможет создать комфортную и информативную обстановку для участников с нарушениями слуха, обеспечив их вовлеченность и интерес к информации.

Таким образом, можно сделать вывод, что адаптированный экскурсионный маршрут для глухих и слабослышащих посетителей не только обогатит их жизнь, но и будет содействовать общей культуре инклюзии и равенства.

1. Инклюзивный туризм: что, как и зачем? [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://tourlib.net/books_tourism/borisenko-klepach.htm

2. Чижова, В. П. Инклюзивный туризм: отечественный и зарубежный опыт / В. П. Чижова // Особо охраняемые природные территории: современное состояние и перспективы развития. – 2018. – С. 354–358.

3. Бобровская, В. В. Возможности вовлечения глухих в социально-ответственный туризм в Ярославской области / В. В. Бобровская // Актуальные проблемы истории, туризма, рекламы и связей с общественностью. – 2022. – С. 81–85.

Романова О.В., Андросова Е.В.
Белорусский государственный университет физической культуры

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА «ОРБИТА»

Romanova O.V., Androsova E.V.
Belarusian State University of Physical Culture

DEVELOPMENT OF THE CONSUMER LOYALTY PROGRAM OF THE ORBITA HOTEL COMPLEX

Аннотация. В данной статье раскрывается понятие: «потребительская лояльность». Представлена программа потребительской лояльности для гостиничного комплекса «Орбита» и ее экономическое обоснование.

Ключевые слова: гостиничная индустрия; гостиничные услуги; потребительская лояльность; программа потребительской лояльности.

Abstract. This article reveals the concept of “consumer loyalty”. The consumer loyalty program for the Orbita hotel complex and its economic justification are presented.

Keywords: hotel industry; hotel services; consumer loyalty; consumer loyalty program.

Современная гостиничная индустрия существует в условиях растущей конкуренции, за счет быстрого количественного роста средств размещения. В связи с этим гостиничные предприятия должны в своей деятельности уделять особое внимание удержанию гостей и формировать из них лояльных постоянных гостей с высоким уровнем приверженности и позитивным отношением к ним. Лояльные гости, которые остаются приверженцами отеля, приносят больше прибыли, чем новые. Это

связано с минимизацией затрат на рекламу, увеличением повторных посещений и среднего чека, меньшей чувствительностью к колебанию стоимости номерного фонда, а также с привлечением новых гостей за счет рекомендации услуг гостиницы.

Растущий интерес многих гостиничных предприятий к повышению лояльности клиентов также связан и с особенностями современного гостиничного рынка, такими как возрастание требований потребителей к ассортименту и качеству услуг, обслуживанию, расширение возможностей у потребителя выбора услуг, появление новых инновационных продуктов и услуг, новых способов обслуживания клиентов, рост информированности потребителей, использование персонализированного подхода в обслуживании, снижение эффективности традиционной рекламы.

Исследование лояльности потребителей – важная часть деятельности любого предприятия, которая позволяет достичь значимых экономических показателей. Современное состояние рынка гостиничных услуг свидетельствует о том, что для формирования лояльности недостаточно только экономических механизмов. Формирование лояльности потребителей гостиничных услуг является сложной задачей, руководителям гостиниц приходится анализировать не только потребности целевых сегментов, но и поведение на рынке других гостиничных предприятий, а также задействовать механизмы «индивидуализации» обслуживания.

Потребительская лояльность – степень приверженности потребителя бренду, лояльность демонстрирует производителю вероятность перехода его клиента к другому при ценовых, качественных или прочих изменениях товара/услуги [1].

На примере гостиницы «Орбита» были изучены особенности формирования потребительской лояльности. С целью определения степени приверженности и лояльности потребителей, их готовности рекомендовать услуги гостиницы «Орбита» на основе своего опыта пребывания был рассчитан индекс лояльности (NPS, Net Promoter Score) 14% – 63% = – 49. Отрицательный индекс показывает, что большая часть потребителей не настроена рекомендовать услуги гостиницы (малый уровень лояльных потребителей) [2].

На основании полученных данных была разработана программа потребительской лояльности «Очень важный гость» для постоянных потребителей услуг гостиничного комплекса «Орбита» – многоуровневая, открытого типа.

Вид программы был выбран исходя из ее преимуществ. Накопительная система бонусов копится довольно долго. Гости, которые посещают гостиницы раз в год, часто забывают о программе, так как интервал между оплатой и достижение желаемой цели слишком большой. В отличии от многоуровневой, в которой каждый статус получает свои выгоды. У потребителей появляется азарт в продвижении и достижении наивысшего уровня, что стимулирует его пользоваться услугами именно данной гостиницы. Именно многоуровневые системы используют лидеры гостиничной индустрии («Marriot», «Hilton», «Accor») [3].

В зависимости от количества проведенных ночей, гость продвигается по статусу: от потенциального до постоянного. Программа дает более значимые выгоды по мере продвижения по цепочке (4 уровня лояльности). Вознаграждения и привилегии (нематериальные и материальные), которые получают участники, были выбраны исходя из характеристики и предпочтений, выявленного при анализе, преобладающего целевого сегмента – гостей, посетивших с целью деловой поездки (таблица 1).

Таблица 1. – Характеристика уровней карт программы лояльности «Очень важный гость»

Уровень Карты	Условия получения	Привилегии	Размер скидки
Бронзовый	Карта первого уровня выдается после регистрации в программе.		Скидка на проживание 5 % со следующего заезда
Серебряный	Карта второго уровня выдается после 10 прожитых ночей.	– бесплатный ранний заезд с 10:00 или поздний выезд до 16:00 на выбор.	Скидка на проживание 10 %
Золотой	Карта третьего уровня выдается после 25 прожитых ночей.	– бесплатный ранний заезд с 10:00 или поздний выезд до 16:00 на выбор; – час бесплатного пользования конференц-зала или комнаты переговоров.	Скидка на проживание 15 %
Платиновый	Карта четвертого уровня выдается после 40 прожитых ночей.	– бесплатный ранний заезд с 10:00 и поздний выезд до 16:00: – час бесплатного пользования конференц-зала или комнаты переговоров – получение номера на 1 категорию выше; – предоставление комплимента от ресторана «Орбита» в день заселения; – бесплатная экспресс-глажка и стирка костюма.	Скидка на проживание 20 %

Примечания: Источник – собственная разработка

Цель программы – построение долгосрочных отношений с потребителями для формирования приверженности к услугам гостиничного комплекса «Орбита».

Для потенциальных участников разработаны правила и условия участия в программе лояльности «Очень важный гость»:

– Стать участником программы возможно только после регистрации в программе и у администратора ресепшна или в личном кабинете в модуле бронирования на официальном сайте гостиничного комплекса (https://www.orbita-hotel.com/booking/).

– Регистрация участника в программе является основанием согласия на использование его персональных данных на период срока ее действия.

– После регистрации гость получает карту участника программы лояльности соответствующего уровня. Карта активируется с момента ее получения.

– Скидка на проживание предоставляется гостю со следующего заезда в гостиничный комплекс после регистрации в программе лояльности.

– Переход на следующий уровень карты осуществляется после определенного количества прожитых ночей в гостинице. Начисление ночей не производится при аннуляции брони или не заезда гостя.

– Текущий уровень карты гость может узнать в личном кабинете официального сайта гостиничного комплекса или направив запрос на электронную почту отдела бронирования по адресуinfo@orbita-hotel.com.

– Скидка на проживание предоставляется только при прямом бронирования через официальный сайт гостиничного комплекса, через службу приема и размещения или службу бронирования по телефону, заявкой на электронную почту.

– Скидка на проживание не распространяется, если участник программы бронирует несколько номеров. Начисление ночей на карту производится только за прожитые им ночи.

– Возможность раннего и позднего заезда предоставляется при предварительном запросе в комментарии к бронированию со стороны держателя карты.

– В случае если гость в течение года после не перешел на новый уровень лояльности, то уровень его карты автоматически понижается до предыдущего. Для поддержания максимального уровня карты гостю необходимо совершать новые накопления ночей установленного срока.

– Карта участника является бессрочной, если не произошла ее аннуляция. Прекращение участия в программе может произойти по решению самого участника, после аннуляции своего личного кабинета в модуле бронирования на сайте. Гостиничный комплекс оставляет за собой право аннулировать карту в случае не пользования ею участником в течение года после даты активации или нарушения «Правил проживания» гостиницы.

– Гостиничный комплекс оставляет за собой право вносить изменения в программу или приостановить ее действие, предварительно уведомив участников посредством электронного письма или размещения информации на официальном сайте гостиницы за две недели.

– Участие в программе подразумевает безоговорочное принятие участником всех условий и правил, указанных выше.

– Гостиничный комплекс гарантирует конфиденциальность личных данных, предоставляемых участником программы при регистрации.

Данное содержание программы лояльности является доступным для понимания участников, благодаря описанию уровней карт, а также подробному объяснению условий и правил участия. Исходя из того, что рекомендуемые вознаграждения и привилегии закрывают потребности целевого сегмента, можно сделать вывод, что программа является востребованной.

Согласно исследованию американской компании Colloquy (исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на программах лояльности и управлении отношениями с потребителями), в гостиничной индустрии оптимистичный рост посещаемости, при грамотном внедрении программы лояльности, составляет 25% [4].

Расчет экономического эффекта от реализации программы лояльности будет рассчитываться исходя из прогнозируемого роста средней посещаемости потребителей услуг гостиничного комплекса «Орбита».

Стоимость одноместного номера категории «Standart» гостиничного комплекса «Орбита» составляет 120 белорусских рублей.

С учетом скидки в 5% «Бронзового» уровня карты лояльности, стоимость данного номера: 120*0,95 = 114 белорусских рублей. Из чего можно сделать вывод, что размер упущенной выгоды составляет: 120-114 = 6 белорусских рублей.

Анализ клиентской базы данных показал, что за последний год в среднем за месяц гостиничный комплекс принимает 5 152 клиента, бронирующих одноместные

номера категории «Standart». Соответственно выручка в среднем за месяц составляет: 5 152*120 = 618 240 белорусских рублей.

Прогнозирование прироста числа активных участников программы, а также прироста числа повторных посещений рассчитывалось исходя из исследования компании Colloquy: 5 152*0,25 = 1 288 человек. Таким образом, среднее количество с учетом прироста за месяц составит: 5 152+1 288 = 6 440 человек.

Предполагаемая выручка от реализации программы составляет: 6 440*114 = 734 160 белорусских рублей. Экономический эффект от реализации программы представлен в таблице 2.

Таблица 2. – Сравнительный анализ показателей «до» и «после» внедрения программы лояльности

	До внедрения	После внедрения	Отклонения
Стоимость номера	120	114	-6
Среднее количество посетителей за месяц	5 152	6 440	+1 288
Средняя выручка за месяц	618 240	734 160	+115 920

Примечание: Источник – собственная разработка

Исходя из проведенного расчета, реализация программы лояльность «Очень важный гость» гостиничного комплекса «Орбита» является прибыльной (процент прироста выручки составит 18,75 %).

Вышеприведенные расчеты были осуществлены для бронзового уровня карты лояльности, которая предоставляет скидку в 5% клиентам, а также по стоимости одноместного номера категории «Standart» в гостиничном комплексе. Соответственно при использовании карты серебряного, золотого и платинового уровня процент выручки будет уменьшаться пропорционально размеру скидки (таблица 3).

Таблица 3. – Анализ прибыльности уровней карт программы лояльности

Уровень карты	Размер скидки, %	Прирост выручки, %
Бронзовый	5	18,75
Серебряный	10	12,5
Золотой	15	6,25
Платиновый	20	0

Примечание: Источник – собственная разработка

Результат расчета процента прироста выручки от реализации программы лояльности показал, что предоставление одноместного номера категории «Standart» является прибыльным для «Бронзового» (18,75 %), «Серебряного» (12,5 %) и «Золотого» (6,25 %) уровней карт. Уровень карты «Платиновый» не увеличивает прирост выручки для данной категории номерного фонда. Однако ожидается, что на последних уровнях программы клиенты будут выбирать категории номерного фонда с более высокой стоимостью (ощущение ценности и психологический эффект скидки). Исходя из этого, процент выручки «Платинового» уровня карты будет увеличен.

Когда клиентам предлагают номер с высокой базовой ценой, но со скидкой, они субъективно воспринимают его как более ценный и престижный, даже если финальная цена выше стандартных номеров. Ощущение, что они получают «особое» предложение, а чувство «экономии», повышает их удовлетворенность от покупки.

Для поддержания механизма работы программы необходимо подходящее компьютерное обеспечение. Гостиничный комплекс «Орбита» в своей работе использует АСУ Fidelio от компании по разработке программного обеспечения TravelLine.

Автоматизация учета участников программы возможна благодаря подключению модуля лояльности для гостиниц Bonus Point, который используется в связке с АСУ Fidelio. В рамках данного модуля лояльности гости копят ночи. В зависимости от количества ночей виртуальная карта лояльности дает скидку на бронирование номера [5].

Продвижение программы лояльности может происходить путем рассылки электронных писем целевому сегменту. Базу гостей можно выгрузить из АСУ гостиницы или личного кабинета TravelLine из отчета по броням. Взять email-адреса гостей, которые когда-либо бронировали через официальный сайт, согласны на рассылки и обработку персональных данных. Обработка специальных персональных данных и рассылка рекламной информации без согласия субъекта персональных данных запрещается.

Следует отметить, что реализация предложенной программы потребительской лояльности «Очень важный гость» экономически обоснована и является целесообразной для внедрения в деятельность гостиничного комплекса «Орбита». Внедрив данную программу лояльности, будет улучшена эффективность деятельности гостиничного комплекса «Орбита». Ожидается рост экономических показателей, а также повышение уровня приверженности гостей к предоставляемым услугам.

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – 2-е изд.; пер. с англ. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.

2. Андросова, Е. В. Потребительская лояльность в сфере гостиничных услуг (на примере гостиницы «Орбита») / Е. В. Андросова // Теоретические и организационно-практические аспекты спортивной и туристической индустрии: материалы XV Междунар. студ. науч.-практ. конф., Минск, 14 мар. 2024 г. / Белорус. гос. ун-т физ. культуры; редкол.: Т. А. Морозевич-Шилюк (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУФК, 2024. – С. 204–206.

3. Фомичев, К. Программа лояльности в гостинице: рекомендации и примеры известных отелей [Электронный ресурс] / К. Фомичев // Блог MaxiBooking. – 2023. – Режим доступа: https://maxi-booking.ru/blog/programma-loyalnosti-v-gostinice/. – Дата доступа: 07.10.2024.

4. Berry, J. Global Consumer Loyalty Survey Loyalty Census [Electronic resource] / J. Berry // Colloquy Company. – 2021. – Mode of access: https://www.colloquy.com/wp-content/uploads/globalconsumerloyaltysurvey.pdf. – Date of access: 10.10.2024.

5. Костин, Ю. Программа лояльности в отеле: ответы на частые вопросы [Электронный ресурс] / Ю. Костин // Блог TravelLine. – 2021. – Режим доступа: https://www.travelline.ru/blog/programma-loyalnosti-v-otele-otvety-na-chastye-voprosy/#kak-rabotayet-pl-v-tl. – Дата доступа: 09.09.2024.

Савицкая Ю.В., Сазонова А.В., Врублевская В.И.
Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Savitskaya Y.V., Sazonova A.V., Vrublevskaya V.I.
Belarussian State Pedagogical University named Maxim Tank

MODERN FEATURES OF TRANSFORMATION OF THE TOURISM INDUSTRY USING DIGITAL TECHNOLOGIE

Аннотация. Внедрение цифровых технологий в различные сферы жизни и бизнеса является важнейшим фактором развития современного мира. В представленной статье рассматриваются особенности применения цифровизации в туристической отрасли, ее влияние на экономическое развитие стран и изменения в потребительском поведении.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, туризм, мобильные приложения, чат-боты.

Abstract. The introduction of digital technologies in various spheres of life and business is the most important factor in the development of the modern world. The presented article discusses the features of the application of digitalization in the tourism industry, its impact on the economic development of countries and changes in consumer behavior.

Keywords: digitalization, digital technologies, tourism, mobile applications, chatbots.

Цифровизация, или использование цифровых технологий, кардинально изменила многие отрасли экономики, и туризм не стал исключением. Являясь частью мировой экономики, туристическая индустрия, также подвергается значительным изменениям под воздействием цифровых инноваций.

Современные технологии оказывают значительное воздействие на процессы планирования, бронирования и организации поездок, а также на взаимодействие с клиентами. Основное внимание уделяется внедрению искусственного интеллекта, блокчейн-технологий, виртуальной и дополненной реальности, а также значению анализа больших данных для персонализации туристического опыта.

С развитием информационных технологий туристический бизнес трансформируется, предоставляя новые возможности как для туристических компаний, так и для путешественников. Технологические инновации не только оптимизируют процессы, но и открывают перспективы для создания уникальных продуктов и услуг, улучшая качество сервиса. В условиях глобализации и растущей конкуренции цифровизация становится необходимым условием для успешного развития отрасли.

Пандемия COVID-19 еще больше подчеркнула значимость и выявила потенциал применения разнообразных цифровых технологий в туристической отрасли, что привело к проявлению цифровизации в различных формах.

А. Сапов, специалист компании GetTransfer.com, выделяет внешнюю и внутреннюю цифровизацию [1].

Внешняя цифровизация проявляется в том, что взаимодействие туристов с туристическими компаниями все чаще происходит в онлайн-среде, а личные встречи с представителями турагентств становятся менее актуальными, уступая место цифровым платформам. Потенциальные путешественники предварительно исследуют информацию в интернете, принимая решение о стране и отеле еще до обращения в агентство. В результате возможностей глобальной сети, содержащей информацию об отеле, погодных условиях в выбранный для поездки период, транспортном обеспечении, остаются невыясненными только организационные детали, которые легко можно решить удаленно через веб-сайт. Благодаря современным технологиям, взаимодействие через сайт или мессенджеры может происходить даже без участия сотрудников, с использованием чат-ботов.

Внутренняя цифровизация предполагает внедрение цифровых технологий в операционную деятельность туристической компании. Время, освободившееся за счет автоматизации процессов, используется для освоения современных технологий управления туристическим бизнесом. В условиях активного развития внешней цифровизации это способствует появлению новых возможностей и направлений на туристическом рынке.

Современные технологии значительно изменили подход к организации путешествий. Использование онлайн-платформ упростило процесс бронирования билетов и отелей, что позволяет экономить время и ресурсы как для бизнеса, так и для потребителей. Искусственный интеллект стал важным инструментом для анализа данных, предсказания предпочтений клиентов и разработки персонализированных предложений. Взаимодействие с клиентами также совершенствуется с помощью чат -ботов и других инструментов, которые помогают путешественникам получать оперативные ответы на свои вопросы. Блокчейн-технологии обеспечивают более высокий уровень безопасности транзакций, что особенно важно для международных поездок, а также создают новые возможности для децентрализованных систем бронирования. Виртуальная и дополненная реальность позволяют туристам исследовать места до поездки, что помогает в принятии решений, а во время путешествия открывают новые способы взаимодействия с окружающей средой.

Одна из наиболее распространенных форм цифровизации в туристической отрасли – использование различных мобильных приложений. Сегодня широко используются такие приложения, как Booking.com (глобальный гостиничный агрегатор), AirBNB (платформа для аренды частного жилья), Get Your Guide (агрегатор для заказа экскурсии различной направленности и продолжительности в любом городе мира, с возможностью покупки билетов на концерт, в музей, на футбольный матч), Viagogo (сервис по продаже билетов на различные мероприятия), Skyscanner, Omio (агрегаторы для покупки авиа, железнодорожных, автобусных билетов), а также такси-агрегаторы Uber и Gett [6, с. 40],

Мобильные приложения востребованы среди пользователей туристических услуг. Они выполняют информационную функцию, предоставляя данные о местоположении туристических достопримечательностей, объектах инфраструктуры и других важных элементах. Кроме того, клиентов привлекает возможность делиться фото-

графиями, описывать свои впечатления о поездках, оставлять отзывы, а также виртуально знакомиться с туристическими объектами в выбранной ими локации.

Например, сервис «Google Maps» от компании Google предоставляет пользователям множество полезных функций, включая возможность сохранять фрагменты карт для использования офлайн, просматривать актуальные данные о трафике и изучать улицы и рельеф карты в режиме панорамного обзора. Одна из ключевых функций – навигации: приложение дает возможность задать маршрут от одной точки к другой и предлагает наиболее быстрый и экономичный способ добраться, указывает подходящий транспорт или предлагает пеший маршрут. Карты также эффективно отслеживают движение общественного транспорта, предоставляя актуальную информацию о расписании движения транспорта и стоимости проезда.

Среди ключевых особенностей картографического приложения «MapsMe», разработанного белорусскими программистами, возможность использования карт без подключения к интернету, построение маршрутов в любой точке мира, поддержка пеших маршрутов. В настоящее время на базе «MapsMe» создано приложение с открытым кодом (open-sourse-приложение), где каждый может добавить информацию о месте, достопримечательностях, отелях, кафе, ресторанах, транспорте, делая карту более актуальной и востребованной для миллионов пользователей.

Мобильные приложения для организации поездок туристов обладают большими перспективами. С помощью онлайн-сервисов можно находить попутчиков для совместного использования автомобиля (карпулинг, райдшеринг). Наиболее известный пример такого цифрового решения – платформа BlaBlaCar. Она помогает водителям найти попутчиков, уменьшив свои транспортные расходы, а пассажирам – добраться до нужного места быстро и экономично.

Одно из основных преимуществ использования мобильных приложений в туризме – их интеграция с социальными сетями и мессенджерами, что способствует привлечению молодой аудитории, которая часто принимает решения под влиянием социальных платформ, значительно расширяя охват пользователей. В ближайшей перспективе этот фактор может стать ключевым в распределении лидеров на туристическом рынке. Массовое увлечение людей социальными сетями способствовало переходу из потребителей цифрового туристического контента в его создателей. Пользователи мобильных приложений делятся своим опытом путешествий в интернете не только с друзьями и семьей.

Анализ больших данных (Big Data) играет ключевую роль в цифровом развитии туризма. С помощью Big Data, компании получают возможность собирать данные о предпочтениях потребителей, изучать их поведение и предлагать индивидуализированные решения, что способствует увеличению количества повторных продаж.

Сбор и обработка данных позволяют туристическим компаниям оптимизировать маркетинговые кампании и повышать операционную эффективность. Также аналитика больших данных помогает адаптировать предложения под конкретную аудиторию, улучшая таргетинг рекламных кампаний и снижая затраты на привлечение клиентов.

Цифровизация также способствовала появлению новых бизнес-моделей, что изменило стандартные подходы к предоставлению туристических услуг. Такие платформы, как Airbnb и Booking.com, не только упростили процесс бронирования, но и

сделали туристические продукты более доступными для большого количества пользователей по всему миру. Эти онлайн-платформы стали глобальными маркетплейсами, на которых пользователи могут легко находить необходимые предложения [3].

Тем не менее, цифровизация туристической отрасли, как и любой другой в настоящее время, имеет и негативные последствия. С увеличением объема собираемой информации возрастает и риск ее умышленной или случайной передачи в открытый доступ, в то время как безопасность данных остается одним из первостепенных по значимости вопросов.

Современные технологии открывают новые возможности для создания персонализированных продуктов и улучшения качества обслуживания, а также способствуют развитию новых бизнес-моделей, делая ее более доступной и привлекательной для широкого круга путешественников.

1. Сапов, А. Цифровая трансформация в туризме: тренды 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020. – Дата доступа: 25.09.2024.

2. Богомазова, И. В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы / И. В. Богомазова, Е. В. Аноприева, Т. Б. Климова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13, № 3 (85). – С. 34–47.

3. Мартинкевич, К. В. Проблемы и перспективы использования виртуальных технологий в сфере туризма в условиях современности / К. В. Мартинкевич // Сб. тез. 78-й науч. конф. студентов и аспирантов ФМО БГУ, Минск, 22 апр. 2021 г. / редкол.: Е. А. Достанко [и др.]. – Минск, 2021. – С. 202–204.

Chen Lu
School of Physical Education, Henan Normal University

SPORTS AND TOURISM: A STUDY ON THE KUNG FU TRAINING JOURNEY IN CHINA UNDER THE HISTORICAL AND CULTURAL CONTEXT – A CASE STUDY OF HENAN PROVINCE

Abstract. This study utilizes research methods such as literature review, field investigation, and logical analysis to explore the sports tourism industry in Henan Province through an analysis of the historical and cultural characteristics of Chinese Kung Fu scenic spots. The focus includes Shaolin Kung Fu at Shaolin Temple, Tai Chi at Chenjiagou, and Bajiquan at Yueshan Temple. The findings reveal that the effective integration of sports and tourism can rapidly promote the positive development of the sports industry. The study proposes several suggestions: endowing sports tourism with cultural connotations, encouraging an understanding of both the internal and external aspects; integrating surrounding scenic spots to create complementary effects; adhering to the principle of "restoration without altering the original," to build unique attractions; and optimizing the market structure, selecting high-quality commercial products. The development of the Kung Fu training journey in China should vigorously promote the exchange and dissemination of historical culture, folk culture, Zen martial culture, and Tai Chi culture. By enhancing the international influence of Chinese Kung Fu, drawing inspiration and wisdom from history, and using culture as a trigger and guide, the aim is to create a thriving Kung Fu training journey underpinned by a historical and cultural background. Leveraging sports cultural resources, China can make strides toward becoming a sports power.

Keywords: Chinese Kung Fu; sports tourism; historical culture; Shaolin Kung Fu; Tai Chi; Bajiquan.

Introduction. Chinese Kung Fu is a globally renowned symbol of China and the essence of its long-standing historical and cultural heritage. Martial artists like Bruce Lee have brought Chinese Kung Fu to the world stage, astonishing audiences worldwide and attracting many foreign visitors to explore this ancient and mysterious land to uncover the secrets of Chinese Kung Fu. This has not only fostered closer cultural exchanges and cooperation but also spurred the rapid development of the sports tourism industry. In the context of China's vigorous promotion of the "Belt and Road" initiative, the sports tourism industry, driven by Chinese Kung Fu, faces a tremendous development opportunity. Therefore, further strengthening the development of the sports tourism industry is not only essential for realizing the national strategy of becoming a leading sports power but also for accelerating the international dissemination of Chinese Kung Fu.

Henan Province, located in central China, is home to two major martial arts traditions: Shaolin and Tai Chi. The province integrates and absorbs a wealth of cultural nutrients from

various sectors of society, providing a strong foundation for the development of its sports tourism industry. However, its rich historical ambiance is often overlooked due to the lack of widespread knowledge. Most visitors only have a superficial understanding, focusing on impressive performances of martial arts routines or the unique architecture of the temples, without leaving a lasting impression. The traditional sightseeing model prevails, offering little depth. To break this bottleneck, there must be a comprehensive understanding of martial arts culture. Martial arts, as a cultural carrier, is a complete and independent cultural system with philosophical, historical, and scientific content. It encompasses and integrates the full spectrum of ancient Chinese traditional cultural elements, concepts, and values [1].

1. Domestic Research on Sports Tourism

The World Tourism Organization defines sports tourism as: "A geographical, economic, and social community jointly managed by enterprises, governments, and organizations to meet the needs of sports enthusiasts for sports activities" [2]. Bao Mingxiao and others (2011) conducted surveys on the current status, challenges, and future development plans of sports tourism in 23 provinces (municipalities, autonomous regions), summarizing that the professionalization and agglomeration of sports tourism products, as well as the integration of sports tourism operation models, will become inevitable. The socialization of sports tourism investment entities is also becoming more significant [3]. Hu Donglin (2013) pointed out that related sectors such as catering, transportation, information, security, insurance, and medical services are key components of the product chain in the sports tourism industry. The material and service products provided are designed to meet the basic needs of tourists, forming the supporting products for the sports tourism industry [4]. Lu Changbao and others (2015), based on value co-creation theory, emphasized the importance of value co-creation between consumers and enterprises, systematically analyzing sports tourism product innovation and management model innovation from the perspectives of "consumer experience logic" and "service-dominant logic" [5]. Yang Qiang (2016), from an economic perspective on industrial integration, defined sports tourism as a new form of service industry characterized by the fusion of the sports and tourism industries through mutual penetration of their value chains. It is centered on sports fitness and leisure projects, sports events, and large-scale sports venues, using tourism service elements as a carrier and developing through technological, business, and market integration [6].

The "2024 Sports Leisure Consumption Report" shows that from January to July this year, the search interest in sports tourism surged by 87% year-on-year. In the first half of this year, the number of outdoor sports participants increased by 19% year-on-year. From fitness to social sports, sports tourism is taking on a more "trendy" and "youthful" image, offering a new immersive cultural and tourism experience. The report also indicates that residents of first-tier Chinese cities prefer ice and snow sports, water sports, and outdoor cycling, seeking to relieve stress through extreme sports experiences. In contrast, residents of second-tier cities are more inclined towards mountain climbing, hiking, sports spectating, and marathons, fulfilling both health and social needs. Residents of third-tier and lower cities favor activities such as cycling and fishing [6].

2. Experiencing Chinese Kung Fu Through Historical and Cultural Contexts

2.1 Shaolin Temple: Shaolin Kung Fu

The saying "All Kung Fu under heaven originates from Shaolin" has been widely circulated for centuries, and when one mentions Shaolin Kung Fu, Shaolin Boxing is the first

to come to mind, known internationally for its fame. Shaolin Boxing originates from the Shaolin Temple, and the phrase "Boxing is named after the temple, and the temple is famed for its boxing" reflects the intertwined relationship between Shaolin Boxing and the Shaolin Temple, where martial arts and Zen merge to form a unique style of martial arts. Shaolin Boxing does not refer to a specific type of boxing; rather, the Encyclopedia of Chinese Martial Arts defines Shaolin Boxing as "the general term for Shaolin martial arts" [7]. The records and stories about Shaolin Boxing have been passed down through generations. One famous legend dates back to the early Tang dynasty, when Prince Li Shimin (later Emperor Taizong) fought against the rebel Wang Shichong at Baigu Valley (modern-day Luoyang, Yanshi region). Thirteen warrior monks from Shaolin Temple seized the opportunity to assist Li Shimin in defeating Wang Shichong, earning rewards from the Tang rulers. As a result, the number of monks at Shaolin Temple grew significantly, and the temple became a renowned Buddhist monastery, earning the title "the first famous temple under heaven." This event also brought Shaolin Boxing widespread fame, as embodied in the legendary tale of "The Thirteen Staff Monks Rescuing the Tang Prince."

In addition to this legend, numerous historical stories underscore the extraordinary martial skills of Shaolin monks and the temple's rich historical record. From the "Nine Years of Wall-Gazing" and "Severing the Arm to Stand in the Snow," to Yuan dynasty monk Xue Ting Fuyu's efforts to save the world, and the Ming dynasty's warrior monks who fought against Japanese pirates, Shaolin Temple and Shaolin Boxing have continuously contributed to stories of national loyalty, self-improvement, and promoting goodness through martial arts.

Shaolin Boxing is characterized not only by its short, powerful, and straightforward fighting techniques, but also by its deep connection with Shaolin culture. The temple's unique integration of Zen and martial arts, known as "the unity of Zen and martial arts," has fascinated martial arts enthusiasts both at home and abroad for years. Its unique charm continues to attract domestic and international visitors, boosting local tourism in Dengfeng and its surrounding areas, such as the Songyang Academy and the Longmen Grottoes in Luoyang.

Pi Rui (2017) analyzed the online image of Shaolin Temple and summarized it into four main themes: the birthplace of martial arts (martial skills, performances, martial training, warrior monks, martial arts schools, Tagou Martial Arts School, etc.); mysterious figures and legends (Bodhidharma, Emperor Qianlong, Huike, Li Shimin, etc.); a thousand-year-old famous temple (high renown, ancient temple, millennium history); and unique architectural landscapes and tourist attractions (Pagoda Forest, Shanmen Gate, Mahavira Hall, Bodhidharma Cave, etc.) [8]. Based on the author's four-year residence at the temple (three months each year), it was observed that Shaolin Temple's martial arts performances, Buddhist culture, architectural heritage, tourist sites, film and television culture, and numerous famous legends all exert a powerful attraction on visitors. According to the author's latest research, the annual average ticket sales for the Songshan Shaolin scenic area over the past two years have been around three million. Today, with Shaolin Temple's reasonable commercialization, well-maintained cleanliness, picturesque scenery, and ancient charm, it undoubtedly serves as a model for many other similar scenic sites.

2.2 Chenjiagou: Tai Chi

Tai Chi is an outstanding form of traditional Chinese culture. Its practice, characterized by flowing, continuous movements, gives the martial art a soft, graceful, and natural quality. Tai Chi's balanced health philosophy represents the perfect fusion of Chinese dialectical thinking with martial arts, arts, and guiding techniques. Tai Chi emphasizes both physical and mental cultivation, following the principle of "using the mind to guide the flow of qi, allowing qi to sink and penetrate into the bones; using qi to move the body, allowing the body to follow naturally and smoothly, with ease from the heart" [9]. Tracing its origins, Tai Chi was founded in Chenjiagou, Wen County, Henan Province. Over the centuries, Tai Chi has been passed down through generations, producing numerous masters and various schools (including Chen, Yang, Wu, Wu-Hao, and Sun), each with its unique characteristics.

Chenjiagou is famous for four major tourist attractions: the Tai Chi Ancestral Shrine, the Forest of Steles, Yang Luchan's Training Site, and Donggou. Each location has historical significance, and each Tai Chi posture represents a harmonious combination of philosophy and physical intention. For instance, those interested in Tai Chi are likely familiar with the story of Yang Luchan learning his skills while lying on a beam. Yang Luchan's Training Site is a rectangular courtyard facing east, with two groups of sculptures in the hall: one depicting Yang Luchan bowing to Chen Changxing as his teacher, and the other showing the two practicing Tai Chi push hands. The walls of the hall are adorned with paintings and inscriptions detailing Yang Luchan's life. These historical narratives and unique architectural features infuse Chenjiagou's sports tourism with a rich cultural atmosphere, making every canal and plot of land brimming with the essence of martial arts.

2.3 Yueshan Temple: Bajiquan

Bajiquan is a traditional martial art that combines fitness and combat techniques. Its practice involves explosive movements with rising and falling actions, inhaling and exhaling in coordination, seamlessly integrating breath control with physical action. It represents the perfect unity of essence, qi, spirit, mind, and strength. Bajiquan originated at Mingyue Mountain and is thus known as "Yueshan Bajiquan." Legend has it that Yueshan Bajiquan was created by the second abbot of Yueshan Temple, Master Cang, in the 25th year of Jin Dynasty's Dading era [10]. According to the records in the Qinhuai Zhi, compiled in the eighth year of Emperor Yongzheng's reign, Master Kongxiang (the first abbot of Yueshan Temple) spent more than 20 years as a monk at Shaolin Temple. Besides deeply understanding Buddhist teachings and Zen philosophy, he was also familiar with Shaolin martial arts. He encountered Cang Gong, a disciple both talented in literature and martial arts, and the two complemented each other in their mutual pursuit of excellence. Later, while Kongxiang managed temple affairs and raised funds for its development, Cang Gong chiseled a cave (known as Cang Gong Cave, located to the northwest of the Grand Buddha Hall; today, it is closed to tourists and was visited by the author during research under the guidance of Yueshan Temple's abbot, Master Hengzhan). He practiced martial arts daily in the cave, enduring harsh conditions for over thirty years, ultimately creating a legendary martial art form—Bojiquan, later known as Bajiquan. The term "Bajiquan" refers to the farthest reaches of the eight directions, symbolizing its wide range of applications. Through interviews with Bajiquan inheritor Ma Dexing, it was revealed that Bajiquan's strength lies in its close-quarters combat techniques, developed through training in the cave. Its original purpose was to strengthen the monks' bodies and to protect the temple from evil forces.

The renowned Yueshan Temple scenic area is located in the southern foothills of the Taihang Mountains, within the jurisdiction of Boai County, Henan Province, covering an area of 16.5 square kilometers, with over 90% forest coverage. In 2011, it was awarded the 5A rating by the National Tourism Scenic Area Quality Evaluation Committee. The scenic area is divided into seven sections: West Mountain, Zhuanshan Canal, Yudao, Zhongchan Temple, Pagoda Forest, Xiaoyao Forest, and East Lake. Historical records indicate that Zhu Yuanzhang and Emperor Qianlong once visited Yueshan Temple, and today it remains a bustling pilgrimage site throughout the year, though few monks practice Bajiquan today.

3. Historical and Cultural Insights for the Sports Tourism Industry

3.1 Endowing the Sports Tourism Industry with Cultural Connotations: Understanding the Inner Essence and Appreciating the Outer Beauty

The world is not a "billiard table" where different cultures merely collide without connection. On the contrary, history is a dynamic and interconnected process [11]. What modern sports tourism often lacks is precisely historical and cultural depth. When we neglect this aspect and overly emphasize the uniqueness of architectural landscapes and natural scenery, or place excessive focus on the spectacle of sports events, the inevitable result is a waste of cultural and local heritage. In the development of sports tourism, it is crucial to avoid superficial cultural exchanges and instead imbue scenic spots and sports projects with a sense of historical and cultural atmosphere. This includes exploring their historical origins, legendary stories, and notable figures—elements that can captivate tourists and leave a lasting impression. By engaging in historical dialogue and cultural adaptation, the contact, connection, and interaction between different groups can become more harmonious and cohesive, offering another lens through which visitors can experience historical realities in the context of sports tourism. A noteworthy example is the famous Qingming Riverside Landscape Garden in Kaifeng, Henan Province. Over the years, the park has drawn visitors by recreating historical stories and reviving the rare folk sport of cuju (ancient Chinese football), providing an immersive experience that transports visitors back in time and deeply moves them with the historical and cultural ambiance. This demonstrates that sports tourism needs to evolve from a one-dimensional, linear development model to a multidimensional, interactive, and relative development concept, continuously improving, enriching, and advancing through the integration of historical and cultural content.

3.2 Harmonizing with Surrounding Scenic Spots: Complementing and Reflecting Each Other

The development of regional sports tourism has never been an isolated effort; it is instead characterized by its capacity to drive and radiate growth. While competition among scenic spots is inevitable, the overarching trend is one of mutual benefit or even win-win outcomes, as these spots offer distinct sports activities and environmental features. From a macro perspective, sports tourism should not focus solely on building up and expanding individual attractions, but rather on optimizing and improving the entire area to form a cohesive sports tourism landscape. Achieving this requires scenic spots to harmonize and reflect each other, working together to actively provide visitors with golden tourist routes connecting neighboring attractions.

For example, the Tai Chi culture of Chenjiagou in Wen County and the Bajiquan culture of Yueshan Temple in Boai County can be integrated with the ecological tourism of Jiaozuo City to form a Tai Chi cultural and ecological tourism route. Visitors can start at Yuntai

Mountain, followed by Qingtian River, Qingtian Gorge, Shennong Mountain, and finally Chenjiagou's Tai Chi Ecological Village. Along this route, Tai Chi culture should be prominently featured at every site, allowing visitors to appreciate the profound cultural essence of Tai Chi while enjoying the beautiful natural landscapes. Similarly, the Shaolin Temple scenic area, neighboring the Longmen Grottoes and White Horse Temple in Luoyang, offers visitors the chance to savor temple culture alongside Buddhist traditions.

The key issue here, however, is transportation. While the popularity of self-driving tours has somewhat mitigated this challenge, transportation difficulties have caused significant losses for these scenic areas. For example, the Shaolin Temple in Dengfeng is not easily accessible; regardless of which city visitors start from, they must transfer by bus from nearby cities to reach the temple. Dengfeng lacks an airport, a railway station, or a high-speed rail station, making it inconvenient to reach and hindering the development of the scenic area. While resolving these transportation issues is urgent, cooperation among scenic spots becomes all the more important, highlighting the necessity of developing golden tourist routes.

3.3 Adhering to the Principle of "Restoration to the Original": Creating Unique Attractions

One of the issues many scenic areas currently face is the deterioration of buildings due to years of neglect. To prevent accidents, protective barriers (or lines) are often set up to separate these sites from visitor areas. However, this is only a temporary solution. In the long run, if we wish to preserve the original characteristics while removing these "separation zones," it is essential to adhere to the principle of "restoration to the original." Additionally, attention must be paid to building a low-carbon economic system, scientifically developing resources, and maintaining the natural, cultural, and social environments in their original ecological state to promote the tourism economy [12]. While focusing on the social and economic benefits of the scenic areas, it is also important to prioritize ecological benefits. Development and reconstruction should be carried out based on existing resources without losing the "original flavor." This approach is crucial for creating distinctive attractions.

3.4 Optimizing Market Structure: Ensuring Quality in Commercial Products

Optimizing the market structure begins with improving the market for martial arts-related products, which include five major categories: equipment, clothing, books, audiovisual materials, and souvenirs. The continuous development of the martial arts industry chain has stimulated growth in the market for martial arts products, with shops of various sizes scattered around scenic areas. However, these businesses often face challenges such as poor product quality, small production scale, limited marketing channels, low technological content, and fierce competition in a poor brand environment. These issues can cause discomfort for tourists. By leveraging advanced technology, management experience, and integrating various resources, products can be developed on a larger scale and under established brands, thereby optimizing the market environment and structure. This will ensure the quality of commercial products and gradually drive out unregulated, substandard manufacturers from the market, providing consumers with a safe and trustworthy shopping environment.

5. Conclusion

More than two centuries ago, French missionaries introduced the term "Kung Fu" from Guangdong to Europe. Chinese Kung Fu, with its deep roots and widespread branches, possesses immense vitality and serves as a blossoming new aspect of the ancient tree that is

sports tourism. Scenic areas in Henan Province, such as Shaolin Temple, Yueshan Temple, and Chenjiagou, have developed sports tourism based on the foundation of Chinese Kung Fu, offering not only unique martial arts resources but also rich historical and cultural significance. As the saying goes, "To understand the source is to understand the essence." The development of distinctive sports tourism not only requires the improvement of its external environment but also relies on historical and cultural foundations to enrich its inner substance. In the process of developing the Chinese Kung Fu training journey, it is essential to promote the exchange and dissemination of historical culture, folk culture, Zen martial culture, and Tai Chi culture, enhancing the international influence of Chinese Kung Fu. This approach draws inspiration and wisdom from history and guidance from culture, aiming to create a thriving Kung Fu training journey rooted in a historical and cultural context.

1. Liu Xirong. Research on the Historical Value of Chinese Martial Arts Culture / Liu Xirong, Zhou Hongzhen, Song Tao // Journal of Guangzhou Sport University. – 2002. – No. 2. – pp. 118 –120.

2. McIntyre, G. Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners. Sustainable Tourism Development [Electronic resource] / G. McIntyre, A. Hetherington, E. Inskeep. – 1993. – Access mode: https://portals.iucn.org/library/node/21872. – Date accessed: 29.09.2024.

3. Current Situation, Trends, and Countermeasures of Sports Tourism Development in China / Bao Mingxiao [et al.] // Sports Science Research. – 2011. – Vol. 32. – No. 6. – P. 4–9.

4. Zhang Ruilin. The Current Situation and Trends of Value Creation in the Sports Tourism Industry—Summary of the 2013 International Academic Conference on Leisure Sports Management / Zhang Ruilin // Journal of Beijing Sport University. – 2013. – Vol. 36. – No. 12. – P. 11–15.

5. Lu Changbao. Research on Sports Tourism Innovation from the Perspective of Value Co-creation / Lu Changbao, Guo Xiaofang, Wang Chuansheng // Journal of Sports Science. – 2015. – Vol. 35. – No. 6. – P. 25–32.

6. Yang Qiang. The Driving Forces and Mechanism of Integration in the Sports Tourism Industry / Yang Qiang // Journal of Physical Education. – 2016. – Vol. 23. – No. 4. – P. 55–62.

7. Zhang Shan. Encyclopedia of Chinese Martial Arts / Zhang Shan. – Beijing: Encyclopedia of China Publishing House, 1998.

8. Pi Rui. Online Reviews of Shaolin: A Study of Tourist Cognition, Emotion, and Overall Image of Shaolin Temple / Pi Rui, Zheng Peng // Resources and Environment in Arid Regions. – 2017. – Vol. 31. – No. 4. – P. 201–207.

9. Qiu Pixiang. The Entry of Chinese Tai Chi Culture into Mainstream Society / Qiu Pixiang, Wang Gang // Journal of Beijing Sport University. – 2006. – No. 12. – P. 1603–1605.

10. Ma Dexing. The Inheritance and Development of Yueshan Bajiquan / Ma Dexing, Hu Yuxi // Shaolin and Tai Chi (Zhongzhou Sports). – 2011. – No. 7. – P. 1–5.

11. Eric Wolf. Europe and the People Without History / Eric Wolf. – Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2006.

12. Liao Chunhai. The Development Trends of Low-Carbon Sports Tourism in China / Liao Chunhai // Journal of Physical Education. – 2011. – Vol. 18. – No. 4. – P. 53–56.

Kuang Manling, Zhang Qingyun
Belarusian State University of Physical Culture
Huang Shiyu
Shuren Primary School, Shapingba District, Chongqing, China

REFLECTING ON THE EVOLUTION OF VALUE OF CHINESE WUSHU ROUTINES FROM THE EVOLUTION OF BAYU WUSHU CULTURE

Abstract. In this article, the authors examine the problem of wushu under the influence of various political, economic, religious beliefs and other factors. As an important part of Chinese martial arts culture, analysing the evolution of baiyu wushu culture can be a good way to understand the evolution of martial arts value. The baiyu wushu culture from life to warfare and finally to art is the general trend of the value evolution of the whole wushu culture.

Keywords: Bayu martial arts, martial arts culture, martial arts set.

Introduction. Wushu culture, as a culture arising from China's agrarian civilized society, is an excellent traditional culture. From the point of view of culture occurrence, the specific natural environment, living and production conditions often determine the most basic nature and characteristics of an independent cultural system, even in the same cultural system, the internal geographic differences often lead to the formation of a distinctive local culture. China's territory has given birth to a variety of martial arts routines, and the number of Chinese martial arts routines is very large, and it is difficult to accurately count the specific types. Wushu culture, as a part of Chinese culture, has been enriched by different environments since its inception. By the late Zhou Dynasty (1046 BC-256 BC), the distinctive regional cultures took shape, and Wushu developed and fused with these different geographical cultures to form a unique culture with its own characteristics. For example, the martial arts culture of Qilu, which is east of Canghai and has both mountains and the sea, is very different from that of Qin, which is in the land of the four blockades; the martial arts culture of Sanjin, which is located in the central plain, is obviously different from that of Jingchu, which is in the south; the martial arts culture of Bayu, which is located in the upper reaches of the Yangtze River, and that of Wuyue, which is located in the lower reaches of the Yangtze River, have their own distinctive features. The boldness of the martial arts of Yan (now Beijing, Tianjin, eastern Inner Mongolia, Liaoning and southern Jilin, etc.) and Zhao (southern Hebei Province, central Shanxi Province and northeastern Shaanxi Province), the bleakness of the Longyu martial arts, and the delicacy of the Jiangnan martial arts all form a sharp comparison [1, c. 45-68]. The different regional cultures make the martial arts show different development and changes in this vast land of China, and under the intermingling of culture and culture, they together form a glorious Chinese martial arts culture as a whole.

Main part. The evolution of martial arts culture in the Bayu region. Bayu (Cuba and Chongqing as the center of the Yu region) is located in the hinterland of Southwest China, is located in the hills of Sichuan in the east of the Sichuan parallel ridge and valley area of the intersection of annual precipitation averaged 1099 mm, the average annual temperature of 17.8 °C. Surrounded by many mountains and steep, urban and rural rivers, there are 151 large and small streams and rivers, mostly belonging to the Tuojiang River system, the Setsui River is the largest river in the area, from northeast to southwest diagonally across the

southeast of the district into the Tuojiang River, and then converge into the Yangtze River, the district flow length of 51.5 kilometers. [2, c. 1]. In primitive times, people lived on water, and in times of war, they defended themselves with mountains. The Bayu region has a high-quality geography, and such a high-quality geography will allow the population to move in and bring a rich history and culture. Has a deep historical and cultural heritage. Bayu martial arts as part of the Bayu culture throughout its social and historical development. Bayu people are fierce by nature, advocate strong, robust sportsmanship, has a very good martial arts style. Affected by the martial spirit of the people of Bayu, Chongqing has always been a prosperous martial arts scene. During the Ba period (1046 BC), people mainly lived in a decentralized form in groups, with more development led by the chiefs (nobles), and the real power of national politics didn't have much involvement in the lower class. The main cultural beliefs of the people at that time belonged to the culture of gods and witches, and the culture of wu dance incorporated a great deal of the culture of gods and witches, which was used for sacrifices and. The state of Ba rose and fell because of salt. Salt springs were first discovered in Ba, and the treasure trove of salt was a double-edged sword. Due to the plundering of resources, Ba was caught in the whirlpool of war for a long time. The Ba people's spirit of wisdom and courage is based on loyalty to their own people, the country, in defense of this gushing natural salt springs and its natural resources, the State of Ba for a long time with the Chu, Shu to fight and kill each other, in the war-frequent centuries, the Ba people's skills are mostly for the survival of the war, and the Ba Dance was used in the military war of the legacy [3, c. 12]. Since the Warring States period, Ba has been developing wars with its neighbors for land. Economic changes, demographic changes, changes in social systems, changes in social values, cultural changes, and changes in lifestyles have led to changes in the space for survival, forms of inheritance, paths of development, and values of the martial arts, and the martial arts are slowly maturing. With the expansion of the power of the emperor, the society has seen the emergence of "protection of power" and "competition for power". The desire for power and class conflict increased, and the purpose of martial arts practice was no longer only to resolve external conflicts. During the Han Dynasty, the two Jin dynasties, and the Northern and Southern dynasties, when the whole economy and culture gradually prospered, the rulers proposed the practice of martial arts to teach the people the art of fighting and killing the enemy. In order to meet the needs of frequent wars, more and more people practiced martial arts. A number of schools with different technical characteristics and styles appeared, and martial arts were called "martial arts". "Wushu" is a general term for the techniques of fighting with unarmed or hand-held weapons and the formation of sets of techniques. Including: hand-to-hand combat, corner against and sword, knife, halberd and other weapons to combat technology, as well as related sword dance, knife dance, halberd dance and other integration of offensive and defensive awareness of the martial arts dance, are its martial arts routines prototype of the movement. During this period, the drills of martial arts instruments were well inherited and developed in the army. During the period of Qin's unification of the six states (221 B.C.), in order to stabilize the idea of social domination, the establishment of a more complete patriarchal law and beliefs, "going to the martial arts line of literature," "the abolition of the power of morality" is the idea of many dynasties to maintain the power of the implementation of the idea. Folk practicing martial arts can not use equipment, so that the "Angle against" technology can be developed, at that time the "Angle against" only wrestling, and there is no fists and feet.

Thereafter, on this basis, there appeared "hand combat" and combat techniques that could be punched and kicked. During this period, the art of guiding qi was also well developed, and in the Jin Dynasty, it was called qigong. [3, c. 30]. Song Dynasty (960-1279), Bayu area relative to the northern region, not many wars, the economy is also relatively developed, many people "to avoid more than one place to live in", the influx of population is more, the whole feudal society culture towards prosperity, literature and art are very accomplished, martial arts and alchemy and qigong each other Wushu skills and alchemy qigong mutual reference, resulting in cultural fusion, martial arts produced internal repair and external training, God and form and emphasize the characteristics. The religious and philosophical thinking of the Tang and Song dynasties had a great influence on the formation of Rongchang Wushu. Under the encouragement of the priests and emperors and generals, a wave of searching for immortality medicine from the immortals was set off. Under the wave of seeking eternal power and life, the unique idea of immortality in China was inherited. At the end of the Eastern Han Dynasty, Taoism emerged on Mount Emei, and the idea of immortality was absorbed by Taoists as a kind of cultural cohesion. Under the idea of "taking life as precious" in Taoism's divine culture, Taoist priests used the art of health preservation inherited from Pengzu as a means of immortality and advocated the cultivation of one's own sex in "purity and inaction", They advocate the cultivation of both sex and life in "purity and inaction," emphasize the cultivation of essence, qi, and spirit, and regard the attainment of immortality as the highest state to be pursued in this life. The Taoist health-improvement techniques were integrated with the Cuban Yu qi guiding techniques to form the internal arts of "Tumna, Guiding, Sitting in oblivion, Xinzhai, and Shouyi. [3, c. 17]. Bayu Buddhist activities began in 742 to 755 (Tang Tianbao years), in the Song, Ming and Qing dynasties, Rongchang territory Buddhist activities are extremely prosperous, the Republic of China gradually declined. Buddhism absorbed a great deal of traditional Chinese culture in the idea of God culture, however, the relationship between martial arts and Buddhism is only external dependence, martial arts is not penetrated by the beliefs, teachings, precepts, etc. of Buddhism, the God culture has become the cohesion of the martial arts at that time to integrate Taoist and Buddhist culture. Confucian culture to inherit and develop the ancient ritual culture as its own responsibility, is the ancient state of life culture, involving all aspects of human life, put forward many codes of conduct in the value of the concept, will inevitably have a great impact on the traditional martial arts culture. Confucian culture for the ruler to bring a strong value of the unifying force, has long been used as a national ideology. During the period of Emperor Wu of the Han Dynasty, there was a social pattern of "dismissing all schools of thought and respecting only Confucianism", which was taken as the central idea of the society at that time. Traditional Wushu has a strict teacher succession, "virtue first", reflecting the core idea of "benevolence"; martial arts practitioners must have the character of "seeing justice and acting courageously", which is the embodiment of "righteousness"; among them, the character of "righteousness" is the embodiment of "justice"; the character of "righteousness" is the embodiment of "justice". Righteousness" is the embodiment of 'righteousness'; 'wisdom and trust' are also reflected in the personality and life of martial arts practitioners. "Ritual" as a social norm, is a measure of people's life behavior, with a typical representative of the ritual culture embodied in the teaching and training system – master and apprentice system. The Qing dynasty inherited the system of martial arts from the Ming dynasty, but attached more importance to martial arts talents. Under the

strong encouragement of the court, the admission was relatively fair. As a result, civilian warriors were actively involved in the examinations. With the prosperity of production, life, Rongchang area appeared a lot of specialized martial arts field, there are landlords and gentry to maintain power, set up the "martial arts shed", "arrows road", "horse road", employing Teachers teaching martial arts, practicing "bow, knife, stone, horseback archery, fist and stick", in order to seek official positions, or martial arts skills to maintain power and oppression of the people. Folk martial arts practitioners practiced fists, sticks, swords and spears during the agricultural season, or to strengthen their bodies and keep fit in order to fight against reactionary rule or imperial oppression. 1927, the Central National Martial Arts Hall was established in Nanjing, which took the principle of "general study and broad understanding" as its teaching principle, and set up a wide range of technical courses in martial arts, training and creating a group of comprehensive martial arts talents, which became the backbone of the development and dissemination of martial arts later on. In 1941, the Central Martial Arts Center moved to Chongqing, due to the long period of relocation, the government stopped funding, most of the staff and students left during the relocation, only 20 people left in the Center in Chongqing. Since then, the National Art Museum in Sichuan territory to organize training, touring, holding competitions and a series of activities. 1937, making the development of sports in Chongqing, the form of martial arts competitions have been changed. Coupled with the continuous economic development of Chongqing after the reform and opening up, the rural population declined dramatically, wushu had to abandon the original natural environment change. With the development of the Olympic Games, modern Wushu routines are in line with the aesthetic concepts of modern people, and through the performers of Wushu routines, they convey to the audience a stimulating experience of "high, difficult, beautiful and new". Under the trend of aging population in contemporary China, modern Wushu culture is developing towards health, pleasure and relaxation for the purpose of health. With the spread of modern Chinese culture, Wushu as a kind of ceremonial culture has also been emphasized and spread in the thinking stage of Chinese middle school students.

Conclusion. Wushu routines as a traditional Chinese culture, in the long history of Wushu routines closely follow the changes of the times and society. Wushu originated in life, was used in war, and fused with culture eventually with the development of modern sports, Wushu was spread and developed with artistic value in the reform.

1.申国卿. 地域术文化研究初探[J]. 武汉体育学院学报, 2008(04):65-68. .= Предварительное исследование культуры геомантии / Шэнь Гоцин // Журнал Уханьского института физической культуры. – 2008. – № 04. – С. 65–68.

2.查字典地理网. 荣昌区[EB/OL]. (2019-01-09)[2024-10-10] https://dili.chazidian.com/baike-52102/. = Пригородный район Жунчан муниципалитета Чунцин, ранее находившийся в провинции Сычуань / Искать в словаре Географическая сеть // https://dili.chazidian.com/baike-52102/ . – 2019.

3. 赵幼生. 巴渝武术[M]. 西南师范大学出版社. 2012,7:12, 17, 30. = ушу в Байю / Чжао Юшэн // Издательство Юго-Западного нормального университета. – 2012. – № 07(12). – . 12, 17, 30.

Li Ke
Henan Normal University

THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN NEW CHINA FROM A HISTORICAL PERSPECTIVE

Abstract. On the occasion of the 75th anniversary of the founding of New China, from a historical perspective and using historical analysis methods, this paper studies the formation and development of sports tourism in China after the founding of New China. The formation and development of Chinese sports tourism are discussed within four periods: the period of socialist revolution and construction, the period of reform and opening up and socialist modernization construction, the entry into the new century, and the new era of socialism with Chinese characteristics. Correspondingly, the development of Chinese sports tourism is divided into four stages: brewing, exploration, rapid development, and comprehensive development.

Keywords: historical perspective; Chinese sports tourism; formation and development

This year marks the 75th anniversary of the founding of New China. Since the founding of the People's Republic of China, under the leadership of the Communist Party of China, the Chinese people have created great achievements in socialist revolution and construction, great achievements in reform, opening up and socialist modernization drive, and great achievements in socialism with Chinese characteristics in the new era [1]. China has risen from being extremely poor to becoming the world's second largest economy, established a complete industrial system, achieved a comprehensive victory in poverty alleviation, and is playing an increasingly important role in various international organizations. From a historical perspective, examining the formation and development of Chinese sports tourism since the founding of New China reveals that it carries multiple imprints of social change, economic development, and cultural inheritance. It is not only an organic combination of people's pursuit of a healthy lifestyle and their yearning for natural and cultural landscapes, but also a vivid manifestation of the continuous improvement of the country's comprehensive strength, the continuous optimization of industrial structure, and the gradual improvement of people's quality of life. Reviewing the development trajectory of New China's sports tourism has important academic value and practical significance for deeply understanding its internal logic and grasping the future development direction.

I. Basis for stage division

Chinese scholar Qu Qingshan, when studying the centennial struggle history of the Communist Party of China, divided the historical period after the founding of New China into the period of socialist revolution and construction (1949-1978), the period of reform and opening up and socialist modernization construction (1978-2012), and the new era of socialism with Chinese characteristics (2012-present).

Searching with "sports tourism" as the keyword on China National Knowledge Infrastructure, a total of 11,124 articles were retrieved. The trend of publication years is shown in Figure 1. As can be seen from the figure, scholars' attention to sports tourism has risen since entering the new century and reached its peak in 2012. After that, the popularity

has decreased but still maintained a relatively stable trend. Therefore, the period from 2000 to 2012 is taken as the rapid development stage of sports tourism for research.

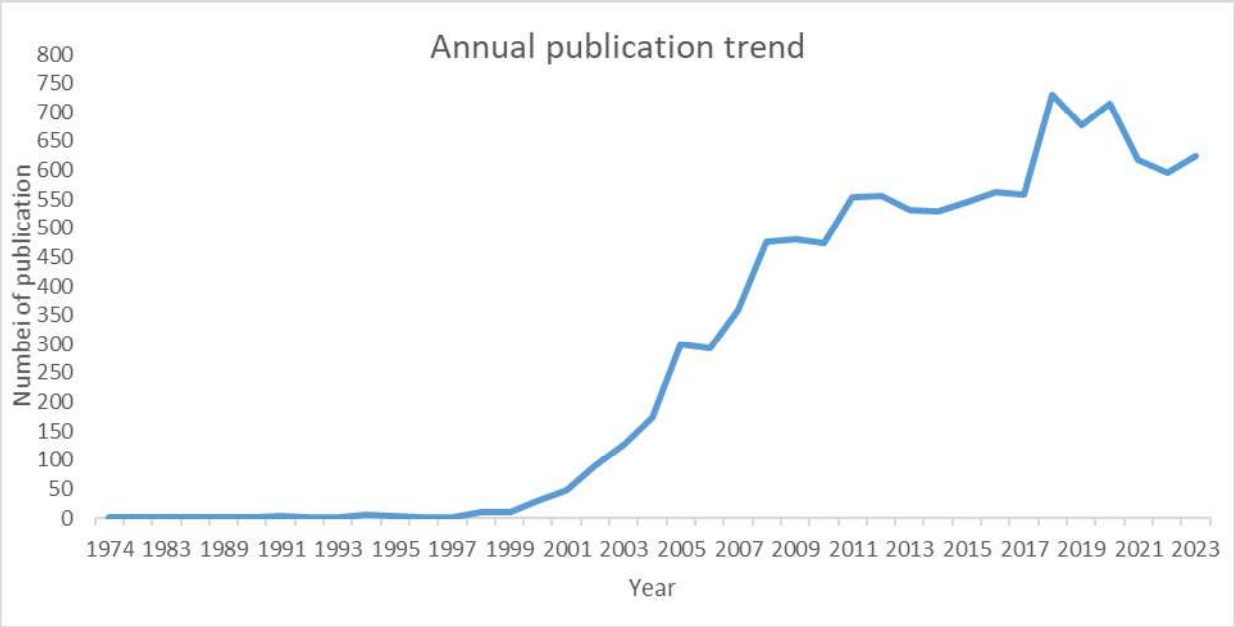


Figure 1

Combining scholar Qu Qingshan's division of historical periods after the founding of New China and Figure 1, this paper divides the development of Chinese sports tourism after the founding of New China into four stages. The first is the period of socialist revolution and construction (1949-1978): the brewing stage. The second is the new period of reform, opening up and socialist modernization drive (1978-2000): the exploration stage. The third is entering the new century (2000-2012): the rapid development stage. The fourth is the new era of socialism with Chinese characteristics (2012-present): the comprehensive development stage.

II. Period of socialist revolution and construction (1949-1978): brewing stage.

After the founding of New China, the country attached great importance to the role of sports in enhancing people's physical fitness. In 1952, the All-China Sports Federation and the Sports Commission of the Central People's Government were successively established to guide the development of China's sports undertakings. At this stage, China focused on improving the level of competitive sports and used sports to conduct diplomacy, and achieved a series of achievements. However, due to the limitations of economic conditions and social environment, the development of tourism activities in China was slow, and sports tourism had not yet formed an independent concept and industry.

III. Period of reform and opening up and socialist modernization construction(1978-2000): exploration stage

The Third Plenary Session of the Eleventh Central Committee of the Communist Party of China realized the historical turning point of shifting the focus of the Party's work to economic construction and opened up a new period of reform, opening up and socialist modernization drive. The development of sports tourism is inseparable from sports activities. Reform and opening up has enabled the national economy to develop by leaps and bounds. More and more people in some developed regions are keen on outdoor activities

such as mountaineering and rock climbing, showing the demand of Chinese people for sports tourism.

Due to the demand of Chinese people for sports tourism, some sports tourism companies (agencies) were also successively established in China, such as Guangdong International Sports Tourism Company (1979), Tibet International Sports Tourism Company (1985), China International Sports Tourism Co., Ltd. (1985), Gansu International Sports Travel Service (1989), etc. These enterprises began to try to develop some sports tourism products such as mountaineering, skiing, and rock climbing.

In 1990, New China successfully held the Beijing Asian Games.

In 1994, the professional football league started. The holding of events attracted a large number of domestic and foreign tourists and participants, stimulated the enthusiasm of Chinese people to participate in sports activities, and promoted the development of sports tourism.

In 1995, the "Outline of the National Fitness Program" was promulgated and implemented. Governments at all levels and sports departments responded actively and focused on building a sports service system that is close to the people, convenient for the people, and beneficial to the people, laying a certain material foundation for the development of sports tourism. In the same year, Deputy Director Zhang Faqiang of the former State Sports Commission made a report on "Several Issues on Sports Tourism". This was the first time that sports tourism was proposed as an industry in China.

In 1998, Beijing bid for the Olympics, showing the determination of the Chinese people to develop sports undertakings and also bringing huge market demand for sports tourism.

With the progress of reform and opening up, the concept of sports tourism from abroad has gradually been introduced into China, and domestic scholars have begun to have a preliminary understanding and exploration of sports tourism.

In 1984, Wang Zhanchun published an article "Travel, Tourism and Sports" in the monthly magazine "School Physical Education in China", discussing the phenomenon of mountaineering trips and for the first time proposing the relationship between sports and tourism. In 1991, scholar Liu Jie published "On Sports Tourism". Since then, scholars have begun to study sports tourism as an independent research field and began to discuss the concept and classification of sports tourism, the development of sports tourism resources, sports tourism industry research and offer suggestions on how China should develop sports tourism. In 1998, Chinese scholars Han Luan and Yang Chunqing proposed to create the "science of sports tourism" . In 1999, scholars such as Han Luan also proposed to set up a sports tourism major, which laid the foundation for the future development of the discipline of sports tourism in China. But in general, at this stage, most Chinese scholars studied sports tourism as an extension of the sports industry and paid more attention to the development of the sports tourism industry.

IV. Entering the new century (2000-2012): rapid development stage

After 50 years of brewing and exploration, especially since reform and opening up, China has gradually realized the huge role of sports in driving economic growth and has gradually realized the transformation of sports from a welfare-oriented undertaking to an industry-oriented undertaking.

In 1996, China Sports Industry went public, and the development of China's sports industry embarked on the road of marketization and legalization. At the same time, tourism

has also changed from the initial "diplomatic" positioning to "a new growth point of the national economy" and started the process of industrialization. The development of the sports and tourism industries has brought sports tourism, a product of the combination of the sports industry and the tourism industry, into the public's vision.

In 2001, the National Tourism Administration designated the tourism theme as "China Sports Fitness Tourism", effectively developing China's rich and colorful sports tourism resources. In the same year, China joined the WTO. China's connection with the world economy became closer, international exchanges and cooperation increased, and the scale of the sports tourism market was further expanded.

In 2001, Beijing won the right to host the 29th Olympic Games in 2008, making China the focus of the world's attention and attracting a large number of international tourists to travel to China. The enthusiasm and participation of the domestic masses in sports reached an unprecedented height, and the consumption demand for sports tourism was greatly stimulated. Taking advantage of the opportunity of the Olympics, Beijing and other cities have built a series of modern stadiums, and the sports goods and equipment manufacturing industry, transportation industry, tourism and related industries have also developed rapidly. This made Chinese leaders and scholars realize that sports tourism is not only a consumption fashion, but also a new emerging industry of sports tourism.

Developing the sports tourism market requires a complete set of practical policies and management systems. On December 1, 2009, the State Council issued the "Opinions of the State Council on Accelerating the Development of Tourism", which pointed out measures for the integrated development of tourism and the sports industry in many places. In 2010, the State Council issued the "Guiding Opinions on Accelerating the Development of the Sports Industry", proposing to promote the development of related business forms such as sports tourism.

Since the new century, China's economy has continued to develop rapidly, people's living standards have continuously improved, and the demand for sports tourism has also increased day by day. The sports tourism market is constantly expanding, and the number of people participating in sports tourism is constantly increasing. At the same time, with the popularization of the Internet, people's channels for obtaining sports tourism information are more convenient, further promoting the development of the sports tourism market. Chinese sports tourism has developed rapidly.

At this stage, scholars mainly discuss around the resource development of sports tourism, the market characteristics of sports tourism, and the marketing of sports tourism, etc. They believe that sports tourism is a healthy lifestyle that can stimulate consumption and boost domestic demand, which is conducive to the growth of the national economy and social development. The integration of the sports industry and the tourism industry is the future development trend. However, there are still many problems in the development of sports tourism resources and the market, and it is necessary to strengthen top-level design, innovate marketing concepts, and cultivate compound talents.

V. New era of socialism with Chinese characteristics (2012-present): comprehensive development stage

Since the 18th National Party Congress, the Party Central Committee with Comrade Xi Jinping as the core has focused on the grand goal of realizing socialist modernization. The sports industry and the tourism industry have gradually been incorporated into the

overall layout of socialism with Chinese characteristics and become an important part of the national economic system. The Chinese government has promulgated a series of policies to promote the development of sports tourism.

In 2014, it was proposed to promote the development of related business forms such as sports tourism as the main task of promoting sports consumption. In 2015, it was pointed out that efforts should be made to actively promote the integrated development of sports activities, competition performances, fitness and leisure, and tourism activities. In 2016, the National Tourism Administration and the General Administration of Sport signed the "Cooperation Agreement on Promoting the Integrated Development of Sports Tourism"[2], which clearly states that tourism and sports interact and integrate to help economic transformation and upgrading. In 2019, requirements for expanding new consumption spaces were put forward for the development of the sports tourism industry to achieve innovative development. In 2022, General Secretary Xi Jinping's speech in the report of the 20th National Party Congress provides theoretical support and establishes fundamental guidelines for us to promote the integrated development of culture, sports, and tourism. In 2023, it was pointed out to deeply promote the integrated development of sports with culture, tourism, health care and other industries. Under the guidance and support of these policies, the Chinese sports tourism market has formed a relatively clear and complete basic framework system, embarked on the road of standardization and comprehensive development, formed a variety of new forms of sports tourism, and strived to gradually achieve branded and high-quality development of sports tourism.

In 2016, the concept of "characteristic towns" was proposed at the national level, and sports tourism towns emerged as a new form of sports tourism business. A sports tourism town is a sports tourism industry base that takes the sports and leisure industry as the leading industry, gathers elements of industrial development, innovates industrial development models, and integrates with the tourism industry. At present, the development models of sports tourism towns in China include the vacation type of "sports + tourism and health preservation", the tourism type of "sports events + IP" and "sports + culture". The establishment of sports tourism towns is of great significance for promoting local economic growth, spreading Chinese sports tourism culture, and helping China's rural revitalization strategy. However, at present, the development of sports towns has the problem that theory lags behind practice, and in practice, there are problems such as insufficient construction of sports tourism brands, the need to strengthen infrastructure, and the lack of relevant professionals.

In 2017, Chinese national leader Xi Jinping proposed the implementation of the "rural revitalization strategy", and rural sports tourism rose. This is of great significance for excavating China's rural sports culture, carrying forward folk sports activities, and promoting the development of other rural industries. In the past two years, China's "Village Super League" and "Village BA" have become popular overseas due to their strong rural flavor and national characteristics, showing the new look of China's rural areas in the new era and being a vivid practice of China's rural sports tourism. Driven by the 2022 Winter Olympics and stimulated by relevant policies, China's ice and snow sports industry has ushered in major opportunities, and the ice and snow sports tourism market has been rapidly expanded. Scholars have discussed how to develop and market ice and snow sports tourism with high quality.

Since China entered the new era, the infrastructure and services of large-scale event sports tourism have been increasingly improved, rural sports tourism with extremely Chinese rural characteristics has flourished, new forms of business such as sports tourism towns have emerged, and traditional sports tourism industries such as the ice and snow sports tourism industry have embarked on the road of high-quality and digital development. Chinese sports tourism has entered a comprehensive development stage.

VI. Conclusion

In the 75 years since the founding of New China, Chinese sports tourism has gone through an extraordinary development path from the brewing stage in the period of socialist revolution and construction, to the exploration stage in the new period of reform, opening up and socialist modernization drive, then to the rapid development stage in the new century, and finally to the comprehensive development stage in the new era of socialism with Chinese characteristics. In this process, sports tourism has witnessed China's social changes, economic development, and cultural inheritance. From the initial stage where sports tourism had not yet formed an independent concept and industry to the present stage where a relatively clear and complete basic framework system and multiple new forms of business have been formed, sports tourism has become a vivid manifestation of the improvement of the country's comprehensive strength, the optimization of industrial structure, and the improvement of people's quality of life. Looking to the future, under the continuous guidance and support of national policies, Chinese sports tourism will continue to reach new heights in innovative development. Sports tourism towns will continuously improve theory and practice and play a greater role in local economic growth, cultural dissemination, and rural revitalization. Rural sports tourism will continue to excavate rural sports culture, carry forward folk sports activities, and promote the development of other rural industries. Traditional sports tourism industries such as ice and snow sports tourism will also steadily move forward on the road of high-quality and digital development. Looking back at history, we deeply understand the internal logic of Chinese sports tourism; looking to the future, we are confident in grasping its development direction. We believe that Chinese sports tourism will surely make greater contributions to the development of socialism with Chinese characteristics and the beautiful life of the people.

1. Kui Yue. (2018). Party Diplomacy during the Eighth National Congress of the CPC. Social Sciences in China, NO.

2. Jiahui Xie. Research on the Problems and Countermeasures in the Development of Industrialization of Chinese National Folk Sports Tourism. International Conference on Economy, Judicature, Administration and Humanitarian Projects(JAHP 2019), Kaifeng, China

Liu Yixi
Henan Normal University

EXPLORING THE FORMATION AND DEVELOPMENT HISTORY OF SPORTS TOURISM IN CHINA

Abstract. The formation and development of sports tourism in China is a process intimately tied to socioeconomic transformations and cultural evolutions. From the introduction of modern sports in the early 20th century, through the rapid growth post-reform and opening-up, to the diversification and internationalization in recent years, sports tourism has gradually emerged as a vital component of the tourism industry. Initially, sporting events were largely confined to traditional festivals and local competitions. However, with the acceleration of urbanization and the growth of the national economy, modern sports activities such as marathons, skiing, and mountaineering have gradually gained prominence. The proactive government policies, sustained socioeconomic development, strengthened cultural identity, and innovative technological applications have collectively fueled the prosperity of this sector. Looking ahead, China's sports tourism is poised to advance towards diversification, intellectualization, and sustainable development, expected to play an even more significant role in driving economic growth and enhancing cultural soft power.

Keywords: sports tourism; historical formation; policy support; integrated development; industrial structure.

1 Introduction

Sports tourism, a blend of sporting activities and tourism experiences, according to the Pacific Asia Travel Association (PATA), encompasses travel for participation in, observation of, or simply following sporting events. As an emerging tourism form, it fosters economic growth, cultural exchanges, and social harmony. Research indicates that sports tourism not only boosts local economies but also enhances city images and cultural identities. Amidst globalization and economic integration, sports tourism, as an emerging cultural phenomenon, is increasingly becoming a preferred means for people to pursue physical and mental wellbeing alongside leisure pursuits. Beyond mere travel for sport.

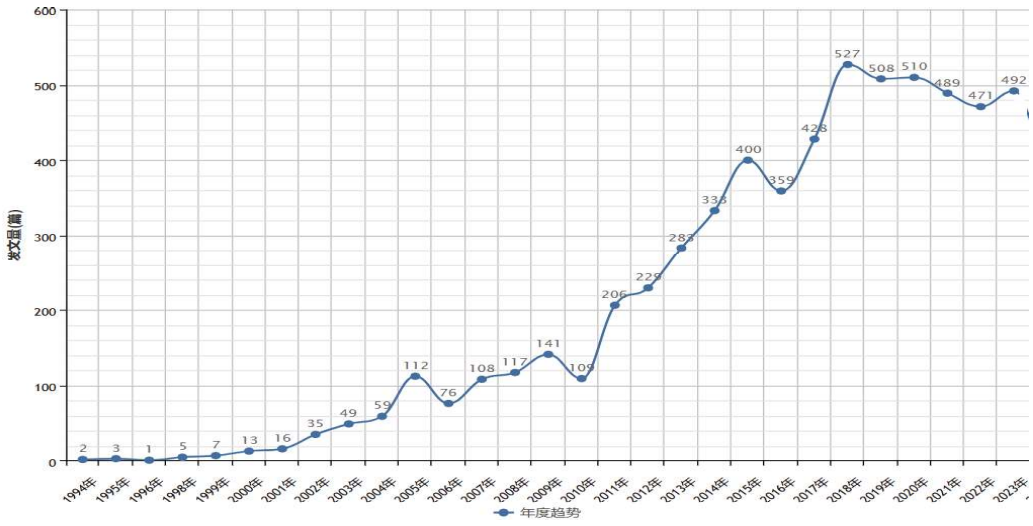


Figure – The Volume of Publications on Sports Tourism

2 Historical Context

The formation and evolution of sports tourism in China is an intricate process deeply rooted in the soil of historical culture, imbued with rich traditions and transformations. In ancient times, sporting activities were not merely means of physical exercise but vital components of social life. For instance, as early as the Zhou Dynasty, competitive events such as archery and horse racing were intricately linked to festivals and religious ceremonies, drawing in hordes of tourists and spectators. These activities not only showcased human skill and courage but also served as crucial platforms for cultural exchange, fostering interactions between diverse regions and ethnicities. As we progress into modern times, particularly at the dawn of the 20th century, with the resurgence of the modern Olympic Movement, sports emerged as a global cultural phenomenon. China, against this historical backdrop, gradually integrated into the international sports arena, hosting numerous international events that laid the groundwork for the nascent formation of sports tourism. Post-1949, with the founding of New China, the state began to prioritize the development of sports, fostering enthusiasm for participation through various mass sports activities and events. The historic turning point of 1978's reform and opening-up injected new vitality into China's sports tourism. The government actively promoted market-oriented reforms and enacted a series of policies aimed at fostering the integration of tourism and sports, paving the way for the subsequent development of the sports tourism market. Amidst rapid socio-economic growth and improving living standards, sports tourism, as an emerging travel mode, has gained increasing popularity, becoming a vital avenue for modern individuals to pursue health, leisure, and cultural experiences. The historical backdrop of China's sports tourism intertwines profound cultural accumulations with modern transformations, embracing ancient traditions and fusing innovative modern thinking, thereby providing fertile ground and vast prospects for its comprehensive development.

3 Research on Sports Tourism

3.1 The Formation of Sports Tourism

The formation of sports tourism in China is a complex process marked by eral changes and gradual development, deeply influenced by socio-economic transformations and cultural evolutions. Since the resurgence of the modern Olympic Movement in the early 20th century, sports activities have come to occupy an increasingly significant position in Chinese society, evolving into a unique cultural phenomenon. With the state's emphasis on sports development and its accelerated internationalization, the concept of sports tourism gradually took shape, offering new avenues to satisfy people's growing needs for leisure and experiential pursuits. Following the historic turning point of reform and opening-up in 1978, China's rapid socio-economic development and improved living standards created favorable conditions for the vigorous rise of sports tourism. Active policy promotion enabled the hosting of various sports events, with marathons, international table tennis tournaments, and other large-scale events attracting numerous domestic and foreign tourists. During this period, the National Tourism Administration advocated a new "sports + tourism" model, further promoting the formation of the sports tourism market. Moreover, with the development of information technology and the proliferation of the internet, the promotion of sports tourism became more convenient. The rise of digital platforms made it easy for tourists to access relevant information, participate in events, and book travel products, undoubtedly accelerating the growth of the sports tourism market. Nowadays, sports tourism extends beyond mere

spectating and participating in events, encompassing diverse forms such as leisure, wellness, and more, exhibiting a trend of diversification and integration. Therefore, the formation of sports tourism in China is a historical product intertwined with economics, culture, and technology, showcasing China's continuous progress and development on the global sports stage, and providing vast space for future industry expansion and innovation.

3.2 Stages of Sports Tourism Development

The development of sports tourism in China can be divided into several crucial stages, each reflecting socio-economic changes and deepening cultural perceptions. Firstly, the initial development stage (early 1990s) saw a marked increase in public enthusiasm for sports activities amidst China's economic reform and opening-up. The successful hosting of the 1990 Asian Games in Beijing became a significant milestone for China's sports industry, offering opportunities for domestic and international tourists to participate in international sporting events, thereby laying the foundation for sports tourism. Transitioning into the rapid growth stage (2000s), particularly with the 2008 Beijing Olympic Games, marked a new era for China's sports tourism. The country invested heavily in infrastructure, event organization, and marketing, attracting over 10 million international tourists. During this phase, sports tourism began to form a relatively mature market system, with rapid rises in event tourism, leisure sports, and health tourism. Characterized by active policy support and rapid market demand growth, this stage significantly promoted the deep integration of tourism and sports industries. Subsequently, the mature development stage (since the 2010s) has seen sports tourism gradually evolve into an essential lifestyle as socio-economic development continues and people's lifestyles shift. According to statistics from the China Tourism Academy, the number of sports tourists reached 400 million in 2019, with a market size approaching RMB 600 billion. This stage is marked by diversification and integration, with sports tourism encompassing not just event participation but also wellness, adventure, and leisure experiences. Additionally, rapid digital technology development provides new impetus for sports tourism innovation and expansion, enabling tourists to enjoy more convenient and personalized travel experiences. In summary, China's sports tourism development has traversed initial formation, rapid growth, and gradual maturity, with each stage evolving under the impetus of socio-economics, cultural perceptions, and technological advancements, revealing its rich connotations and broad prospects.

3.3 Main Types and Characteristics

The booming development of sports tourism in China has spawned diverse travel forms, each with unique characteristics catering to various tourist needs and preferences. Firstly, event tourism stands out as one of the most notable types, particularly exemplified by marathons and international table tennis tournaments. This type of tourism not only attracts numerous participants but also gathers spectators, offering a unique blend of spectating and participating experiences. The success of event tourism not only boosts local economies but also enhances cities' international profiles. For instance, over 1,000 marathons were held nationwide in 2019, attracting 3 million participants, showcasing the strong appeal of event tourism. Secondly, leisure sports tourism is gradually rising, particularly in regions with superior natural environments, such as skiing, mountaineering, and hiking. This form emphasizes the harmonious interaction between humans and nature, fulfilling people's aspirations for health and adventure. According to the "China Ski Industry Development Report," ski tourists in China surpassed 3 million in 2019, with a market size approaching

RMB 30 billion. This type of tourism not only contributes to local economies but also raises public awareness and participation in outdoor activities. Thirdly, health and wellness tourism are gaining increasing attention, particularly as modern people place greater emphasis on physical and mental health. Combining traditional Chinese medicine, qigong, yoga, and other elements, this type of tourism aims for comprehensive physical and mental well-being. The "Health Tourism Research" indicates that the demand for health tourism continues to rise, projected to reach RMB 100 billion by 2025. It not only satisfies people's pursuit of healthy lifestyles but also provides new platforms for the dissemination of traditional culture. Lastly, adventure sports tourism is increasingly favored by young people, encompassing extreme sports, rock climbing, diving, and more. This type emphasizes challenge and thrill, offering participants an experience that transcends their limits, enhancing self-confidence and teamwork spirit. The "Sports Tourism Market Analysis" shows that the number of adventure sports tourists is rising annually, becoming an integral part of the new generation's travel trends. In conclusion, China's sports tourism encompasses various types such as event tourism, leisure sports tourism, health and wellness tourism, and adventure sports tourism, exhibiting a colorful array of characteristics. These types not only offer tourists diverse options but also promote the deep integration of tourism and sports industries, showcasing immense market potential and development prospects.

3.4 Influencing Factors

The vibrant development of sports tourism in China is a testament to the combined effects of various factors, embodying the intricate interplay between economic, social, cultural, and technological dimensions. Firstly, policy support stands as a pivotal factor driving the growth of sports tourism. In recent years, both national and local governments have successively rolled out policies fostering the integration of sports and tourism, such as the "13th Five-Year Plan for National Sports Development" and the "National Medium- and Long-Term Plan for Tourism Development (2016-2025)." These policies have provided robust policy guarantees and financial support for the innovative development of sports tourism, significantly invigorating the market.

Secondly, socio-economic development serves as a crucial foundation for propelling sports tourism. As China's economy continues to soar and residents' income levels rise, the public's pursuit of a high-quality life has gradually transformed sports tourism into a fashionable trend. According to the "China Tourism Statistical Yearbook," notable changes have occurred in domestic tourism consumption patterns in recent years, with sports tourism emerging as a new consumption hotspot attracting increasing attention.

Furthermore, cultural factors exert a profound influence on sports tourism. China's rich traditional culture and diverse ethnic sports activities offer a unique cultural backdrop and allure to sports tourism. The integration of traditional festivals and local events has transformed sports tourism into more than just physical exertion, but also a cultural experience, enhancing visitors' sense of participation and satisfaction.

Additionally, technological advancements have opened up new avenues for the innovation and development of sports tourism. The rapid proliferation of digital technologies, internet platforms, and intelligent services has made it easier for tourists to access information, make online bookings, and enjoy personalized travel experiences. According to "Digital Tourism Research," the application of digital technologies has significantly enhanced the efficiency and convenience of sports tourism, catering to modern tourists' demands for high-quality travel experiences.

Lastly, shifts in market demand are also vital drivers of sports tourism development. With heightened health awareness and diversified leisure needs, an increasing number of consumers prefer travel integrated with sports activities, spurring continuous innovation and upgrades in various sports tourism products. In summary, the development of sports tourism in China is shaped by a complex and dynamic ecosystem comprising policy support, socio-economic development, cultural factors, technological advancements, and shifts in market demand, collectively propelling its continuous evolution and expansion.

3.5 Case Studies

The development of sports tourism in China showcases unique cases across multiple regions, reflecting its diversity and offering valuable insights for other areas. Firstly, the Beijing Marathon, one of China's most influential urban marathons, attracts tens of thousands of runners and spectators from around the globe. Since its inception in 1981, the Beijing Marathon has not only become a significant gathering place for participants but also contributed to the growth of the city's tourism economy. In 2019, the event drew over 30,000 participants, generating RMB 1.5 billion in related tourism revenue. This success story illustrates how event tourism can bolster local economic development and enhance city branding.

Secondly, water sports tourism on Hainan Island has flourished in recent years, becoming a popular choice for domestic and international tourists. Leveraging its exceptional natural conditions, Hainan attracts a myriad of diving, sailing, and surfing enthusiasts. Annual international water sports events like the "Hainan International Sailing Week" have not only bolstered Hainan's international image but also facilitated a comprehensive upgrade of the local tourism industry. In 2021, the number of participants in Hainan's water sports tourism exceeded 1 million, with related industry revenue reaching RMB 5 billion. This case demonstrates how resource advantages and branded events can drive the comprehensive development of sports tourism.

Furthermore, outdoor adventure tourism in Yunnan has gradually gained popularity, particularly in hiking and mountaineering. The "Meili Snow Mountain" hiking trail, for instance, attracts numerous domestic and international hiking enthusiasts. The "Hiking Festival" jointly developed by local governments and tourism enterprises attracts tens of thousands of visitors annually, fostering regional economic prosperity. Statistics show that in 2020, the economic contribution rate of Meili Snow Mountain hiking tourism exceeded 30%, significantly elevating local residents' living standards and cultural confidence.

Lastly, the Qinghai Lake Cycling Race serves as a model for promoting local tourism development. Since its inception in 2002, the event has attracted professional cyclists and tourists from various countries. It not only showcases the natural beauty of Qinghai Lake but also promotes the sustainable development of the local economy through event organization and subsequent tourism services. In 2019, tourism revenue related to the event reached RMB 800 million, becoming a vital pillar of Qinghai's tourism industry. In conclusion, successful cases such as the Beijing Marathon, Hainan water sports, Yunnan outdoor adventure, and Qinghai Lake Cycling Race demonstrate how different regions leverage their unique strengths and resources to create locally flavored sports tourism products, driving economic growth and cultural exchanges, and offering valuable lessons for the development of sports tourism in other areas.

4 Future Outlook

As globalization deepens and people place increasing emphasis on healthy lifestyles, China's sports tourism is poised for new development opportunities. Looking ahead, sports tourism will become more diversified, intelligent, and sustainable, serving as a vital engine for economic growth and cultural exchange. Firstly, diversification will be a prominent trend in future sports tourism. With the diversification of consumer demands, sports tourism products will further segment, encompassing various forms such as event tourism, leisure sports, health and wellness, and extreme sports. According to the "2023 China Sports Tourism Market Development Report," the market size of sports tourism is projected to reach RMB 1 trillion by 2025, fostering the emergence of numerous emerging tourism products. This trend will not only enrich tourism content but also enhance visitors' sense of participation and satisfaction.

Secondly, the application of intelligent technologies will inject new vitality into sports tourism. Rapid advancements in big data, artificial intelligence, and blockchain technologies will provide more efficient management and service models for the tourism industry. Tourists will be able to access real-time information, receive personalized recommendations, and experience sports activities through virtual reality technology. This intelligent transformation will significantly enhance tourists' travel experiences and cater to their individual needs.

Moreover, the thorough implementation of sustainable development concepts will be a core element in the future development of sports tourism. Amidst global climate change and heightened environmental protection awareness, sports tourism must prioritize ecological protection and rational resource utilization. Governments and enterprises should jointly promote green events, low-carbon tourism, and eco-friendly travel modes to ensure the sustainable development of the tourism industry. For instance, more and more cities are incorporating ecological and environmental considerations into event planning to achieve a win-win situation for both the economy and the environment.

Lastly, international cooperation will further propel the globalization of China's sports tourism. With the implementation of the "Belt and Road" Initiative, China's sports tourism will integrate with international markets, attracting more foreign tourists. Simultaneously, hosting international events will enhance China's international influence and cultural soft power. According to the "Global Tourism Development Report," by 2030, China will become the world's largest tourism market, with sports tourism, as a vital component, continually strengthening its international competitiveness. In summary, the future outlook for China's sports tourism presents trends towards diversification, intelligence, sustainability, and international cooperation. These development directions will not only drive sustained economic growth but also elevate national living standards and cultural identity, providing robust momentum for all-round development.

1. Crompton, J. L. Unraveling the Motivations Behind Seeking Pleasure on Vacation / J. L. Crompton // Annals of Tourism Research. – 1995. – Vol. 22(3). – P. 411–424.

2. Grix, J. Sports Tourism: A Comprehensive View from Across the Globe / J. Grix // In Sport Tourism: Principles and Practice. – 2002. – P. 1–20.

3. Hall, C. M. Tourism and Politics: Intersecting Paths of Policy, Power, and Place / C. M. Hall // John Wiley & Sons. – 1992.

4. Xu Songjin. Exploring the Evolution and Content Characteristics of China's Tourism Policies Over the Past Two Decades [Electronic resource] / Xu Songjin, Mo Chenxia // Journal of Resource Development and Market. – Mode of access: http://kns.cnki.net/kcms/detail/51.1448.N.20240904.0842.002.html. – Date of access: 25.09.2024.

5. Zhang Ruilin. Hierarchical Characteristics and Future Prospects of China's Ice and Snow Industry Policies: A Textual Analysis Based on 107 Policies at Different Levels / Zhang Ruilin, Cheng Meichao, Li Ling // Journal of Shandong Sport University. – 2024. – Vol. 40 (03). – P. 10–19.

6. Wang Heng. Integration Mechanism, Modes, and Paths for the Development of Ice and Snow Cultural Sports Tourism / Wang Heng, Su Weiling // Journal of Social Scientist. – 2024. – Vol. 01. – P. 87–95.

7. The Reality, Challenges, and Implementation Paths for Low-Carbon Development of China's Sports Tourism Industry Under the 'Dual Carbon' Background / Li Zhenpeng [et al.] // Journal of Shandong Sport University. – 2023. – Vol. 39 (05). – P. 61–69.

8. Zheng Hua. The Current Status and Strategic Research on the Development of China-ASEAN Cross-border Sports Events Under the Background of 'Belt and Road' Cultural Exchange / Zheng Hua, Yang Tao // Journal of Beijing Sport University. – 2021. – Vol. 44 (03). – P. 82–95.

9. Yang Hua. Chinese Sports and Olympic Movement: From Differences to Integration / Yang Hua, Jing Min // Journal of Chengdu Sport University. – 2020. – Vol. 46 (01). – P. 1–7.

10. The Evolution and Inspiration of French Ski Resorts / Ye Maosheng [et al.] // Journal of Shenyang Sport University. – 2018. – Vol. 37(05). – P. 35–41.

11. Dong Xueyang. A Sociological Analysis of the Running Craze / Dong Xueyang, Xiang Yong // Stationery and Sports Goods and Technology. – 2017. – Vol. 14. – P. 10–11.

12. Liang Qiang. Sports Tourism: Industrial Integration and Business Innovation – A Summary of the 2016 Sports and Tourism Integration Development Summit Forum / Liang Qiang // Journal of Physical Education for Adults. – 2016. – Vol. 32 (05). – P. 67–71.

13. Qian Jie'an. On the Relationship Between Chinese Traditional Culture and National Traditional Sports / Qian Jie'an // Boxing and Wrestling (Martial Arts Science). – 2013. – Vol. 10 (04). – P. 98–100.

14. Dong Yaping. The Historical Evolution and Scientific Connotation of the Development Path of Socialism with Chinese Characteristics in Sports / Dong Yaping // Study Monthly. – 2012. – Vol. 20. – P. 23–24.

15. Li Hejiao. An Analysis of the Development of People's Livelihood Sports in New China / Li Hejiao, Zhou Xuerong, Shen Keyin // Journal of Tianjin University of Sport. – 2010. – Vol. 25 (04). – P. 308–309.

16. Sun Baoli. The Conflict and Integration of Olympic Movement and Chinese Sports and Their Sociocultural Backgrounds / Sun Baoli // China Sport Science. – 1995. – Vol. 15 (04). – P. 4–9.

Александрова О.В., Соломахин О.Б.
Поволжский государственный университет физической культуры спорта и туризма
Уразгильдеева В.Ф.
Спортивная школа «Лидер»

ЭВОЛЮЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ТРЕНИРОВОК И ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ ПО АРМРЕСТЛИНГУ

Alexandrova O., Solomakhin O.
Volga Region State University of Physical Culture, Sports and Tourism
Urazgildeeva V.
Sports school “Leader”

THE EVOLUTION OF EQUIPMENT FOR TRAINING AND ARM WRESTLING COMPETITIONS

Аннотация. В статье рассмотрен процесс эволюции оборудования и инвентаря необходимого для тренировок и проведения соревнований по армрестлингу за период с 1990 года до наших дней. В ходе исследования были проанализированы все редакции правил соревнований по армрестлингу, федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта «армрестлинг». Определены тенденции развития инвентаря для развития физической и технической подготовленности занимающихся армрестлингом.

Ключевые слова: армрестлинг, стол для армрестлинга, инвентарь для армрестлинга, техника армрестлинга

Abstract. The article examines the process of evolution of equipment and inventory necessary for training and arm wrestling competitions for the period from 1990 to the present day. In the course of the study, all editions of the rules of arm wrestling competitions, the federal standard of sports training in the sport of arm wrestling were analyzed. The trends in the development of equipment for the development of physical and technical fitness of armwrestlers are determined.

Keywords: arm wrestling, arm wrestling table, arm wrestling equipment, arm wrestling technique

Введение. В процессе становления и развития армрестлинга в качестве самостоятельного вида спорта в России с конца 90-хх гг. XX в. произошли достаточно серьезные изменения как в правилах соревнований, так и в процессе подготовки спортсменов.

Преобразовалось и оборудование необходимое для тренировок и проведения соревнований по армрестлингу. Первые поединки могли проводится на любой поверхности, но с развитием теории и практики спортивной подготовки в этом виде спорта появились дополнительные требования, которые нашли свое отражение в регламентах, правилах соревнований [4, 5, 6].

Цель исследования – провести ретроспективный анализ эволюции спортивного оборудования и инвентаря для занятий армрестлингом и определить тенденции их дальнейшего развития.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы и документов. В ходе исследования были проанализированы все редакции правил соревнований по армрестлингу, федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта «армрестлинг».

Результаты исследования. Оборудование и инвентарь в армрестлинге, как и в любом другом виде спорта, можно поделить на 2 группы. К первой группе относится все то, что необходимо спортсмену и тренеру в тренировочном процессе. Ко второй группе – то оборудование, которое необходимо для проведения официальных соревнований.

Основным оборудованием в армрестлинге является стол для армрестлинга, за которым проводятся тренировки и соревнования. Столы, используемые для организованных соревнований по армрестлингу, включают подлокотники, которые указывают область, в пределах которой локоть участника должен оставаться на протяжении всего поединка, валики, на которые ложится рука противника, и штыри, которые должны быть захвачены рукой, не участвующей в борьбе. С момента официального закрепления международными правилами соревнований параметров стола и по настоящее время – основные элементы стола для армрестлинга остались прежними, произошли изменения в их взаимном расположении и размерах.

Первые отечественные правила соревнований были опубликованы в 1990 году и назывались «Правила соревнований по борьбе руками» [4]. Они содержали раздел «оборудование мест соревнований», в котором говорилось, что «столы для проведения борьбы руками оборудованы в соответствии с международными правилами».

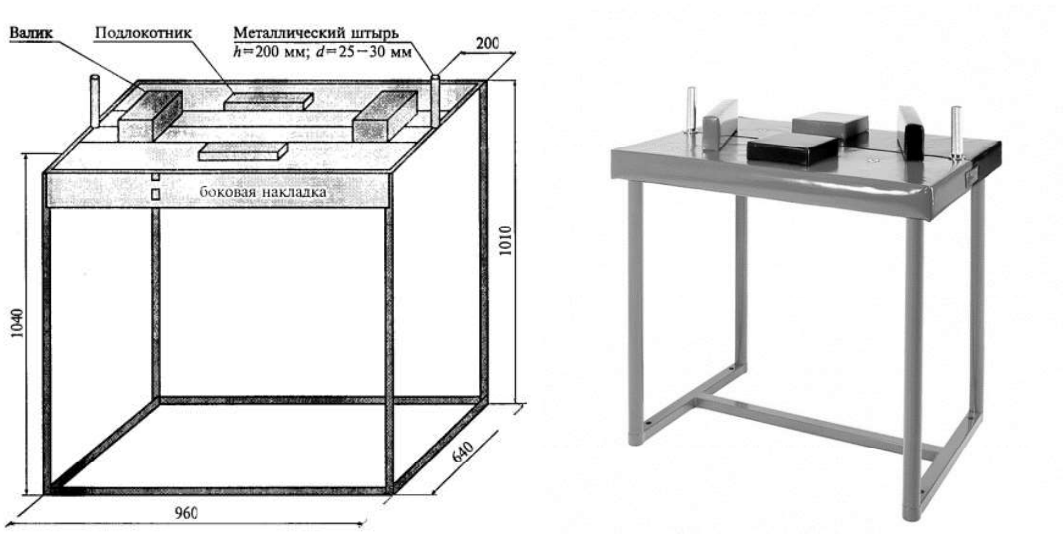


Рисунок 1. – Изменение конструкции стола для армрестлинга

На рисунке 1 слева показана конструкция и размеры стола для армрестлинга до изменения правил соревнований в 2002 году [3]. Столы для армрестлинга представляли собой неразборную конструкцию. Справа на рисунке – современный стол, который является разборным, что расширяет сферу применения и облегчает транспортировку к местам проведения соревнований. Изменились и параметры стола по высоте, длине и ширине.

На 2 рисунке представлено схематическое изображение столешницы, на которых четко видны, произошедшие за последние годы изменения (сверху вниз). Если

ранее валики и подлокотники располагались параллельно краю стола и друг другу (рисунок 2 сверху), то в настоящее время по правилам соревнований WAF на смену параллельным подлокотникам пришли ассиметричные. На столешнице они должны быть установлены в 3,5 см от их соответствующего края и должны перекрывать друг друга на ½ направо от центра стола для правой руки и на ½ налево от центра для, соответственно, левой руки.

Валики переместились по отношению к подлокотникам и краям столешницы, их длина уменьшилась с 30 до 25 см. Также современная конструкция стола предусматривает специальные отверстия для быстрой переустановки валиков и подлокотников под правую и левую руки.

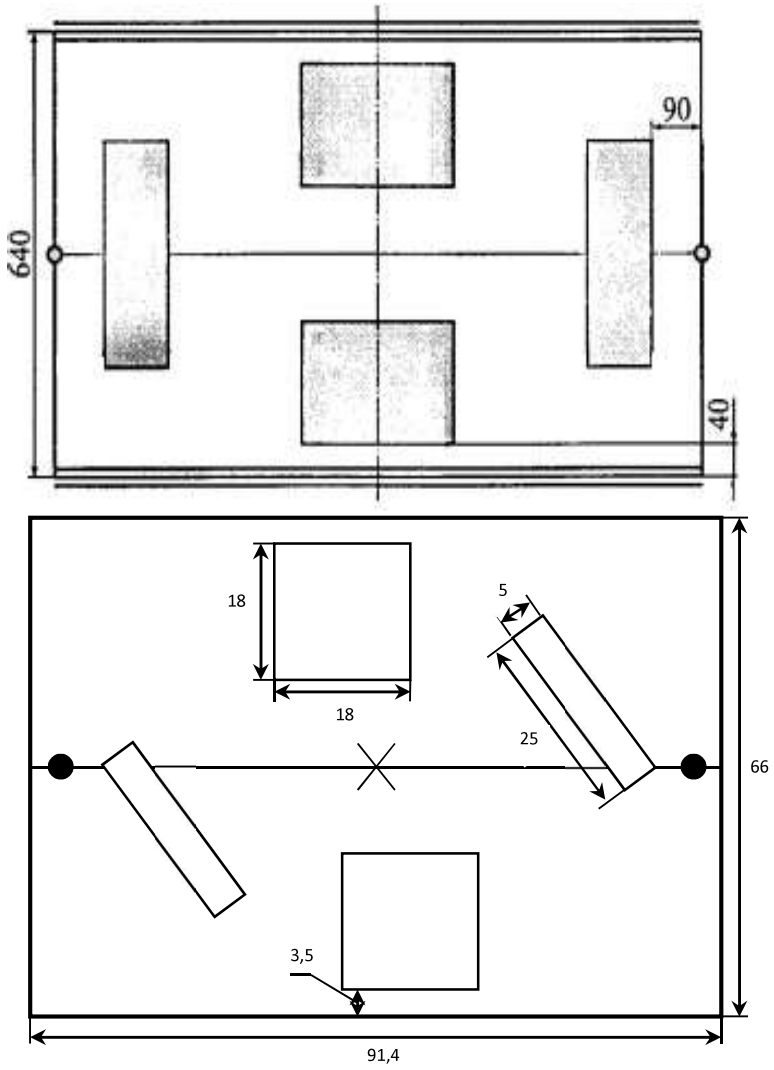


Рисунок 2. – Расположение валиков и подлокотников на столе для армрестлинга

В 2009 году в правилах изменилось расположение ножек стола и расстояние между ними сократилось до 45,7 см. Длина внутренней опоры – 71см.

С 2002 года при использовании ремня для связывания захвата, ремень должен быть стандартной ширины – 1 дюйм, с пластмассовой или металлической пряжкой, а не на липучке [3].

С развитием армрестлинга на официальных соревнованиях стало обязательным использование автоматических платформ для крепления столов. Кроме функции на-

дежной фиксации, платформы еще позволяют приподнять спортсмена по высоте до 8,5 см для более удобного положения [7].

Таким образом, оборудование для проведения соревнований стало разборным, более прочным и удобным для транспортировки. Изменение параметров стола для армрестлинга происходило по объективным причинам и обусловлено требованиями техники безопасности для снижения травматизма спортсменов.

Что касается тренировочного процесса, то Федеральный стандарт спортивной подготовки [8] по армрестлингу содержит стандартный перечень необходимого для тренировок по общей физической подготовки инвентаря, в нем отсутствуют какие-либо специальные приспособления и снаряды для организации специальной физической подготовки в армрестлинге кроме стола для армрестлинга.

Однако в последние годы армрестлинг как вид спорта активно развивается. Это касается как научно-методического обоснования процесса спортивной подготовки в армрестлинге, так и апробации новых методик на практике [1]. Разрабатываются тренажеры и другие устройства для тренировок в армрестлинге. К ним можно отнести различные устройства, имитирующие сопротивление соперника в поединке и специальные тренажеры для повышения эффективности тренировки суставов и мышц тела за счет их динамического или статического напряжения. В то же время для формирования техники и повышения эффективности технической подготовки приспособления и устройства практически отсутствуют.

Выводы. Эволюция в правилах соревнований, размерах и взаимном расположении основных элементов стола для армрестлинга неизбежно влечет за собой изменения в методике технической подготовки, поэтому дальнейшие исследования необходимо направить на разработку и обоснование устройств для формирования техники и повышения эффективности технической подготовки.

1. Александрова, О. В. Проблемы терминологии и классификации технических действий в армрестлинге / О. В. Александрова, О. Б. Соломахин // Наука и спорт: современные тенденции. – 2024. – Т. 12, № S1. – С. 15–22.

2. Живора, П. В. Армспорт: техника, тактика, методика обучения: учеб.пособие для студ. высш. пед. заведений / П. В. Живора, А. И. Рахматов. – М.: Академия, 2001. – 112 с.

3. Никулин, И. Н. Основные тенденции совершенствования всероссийских правил соревнований по армрестлингу / И. Н. Никулин, М. А. Дарбинян // Ежеквартальный научно-методический журнал «Культура физическая и здоровье» / под ред. Лотоненко А. В. – Воронеж, ВГПУ, 2017 – С.46–47.

4. Правила соревнований по борьбе руками под ред. И. Г. Ахмедшина, П. В. Живоры, Б. А. Подливаева. – М.: Московская федерация борьбы руками, 1990. – 24 с.

5. Правила армспорта под ред. П. В. Живоры. – М.: Российская ассоциация армспорта, 1996. – 28 с.

6. Правила вида спорта «Армрестлинг» под ред. А. А. Филимонова, И. Н. Никулина, Г. В. Лобанова. – Белгород: ООО Эпицентр, 2016. – 42 с.

7. Правила вида спорта «армрестлинг» (утв. приказом Минспорта России от 06.04.2018 № 305) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https:// www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_298639/ – Дата доступа: 18.01.2024.

8. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта «армрестлинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_435071/0251f1ae2a72461e0745862b63649abaf08a58da/#dst100012/ – Дата доступа: 18.01.2024.

Белюков Д.А.
Великолукская государственная академия физической культуры и спорта

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ В ГОРОДЕ ВЕЛИКИЕ ЛУКИ ПСКОВСКОЙ ГУБЕРНИИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА (ПО ВОСПОМИНАНИЯМ Д.А. КРАДМАНА)

Beliukov D.
Velikiye Luki State Academy of Physical Education and Sports

PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS IN THE CITY OF VELIKIE LUKI, PSKOV PROVINCE AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY (BASED ON THE MEMOIRS OF D.A. KRADMAN)

Аннотация. Воспоминания Д.А. Крадмана дают представление о состоянии образования в провинциальном русском городе, существенно дополняюи общую картину городской жизни. Они представляют особый интерес с точки зрения подробностей постановки физического воспитания в учебных заведениях и физкультурно-спортивной жизни города с учетом имевшихся ранее в нашем распоряжении сведений.

Ключевые слова. Физическая культура, спорт, история, Великие Луки, Великолукское реальное училище, Д.А. Крадман, воспоминания.

Abstract. The memoirs of D.A. Kradman give an idea of the state of education in a provincial Russian city, significantly complementing the overall picture of city life. They are of particular interest from the point of view of the details of the organization of physical education in educational institutions and the physical culture and sports life of the city, taking into account the information previously available to us.

Keywords. Physical education, sports, history, Velikiye Luki, Velikiye Luki realnoye school, D.A. Kradman, memories.

Дмитрий Александрович Крадман – один из основоположников советской школы историков физической культуры и спорта. А.Б. Суник в своем фундаментальном труде «Очерки отечественной историографии истории физической культуры и спорта» отмечает, что «в плеяде историков физической культуры и спорта советской эпохи первым по праву должен быть назван Дмитрий Александрович Крадман. Личность яркая, самобытная, талантливая, он прожил долгую (1891–1989), удивительную, необычайно насыщенную творческую жизнь. Внес большой вклад в зарождение, становление и развитие советской истории физической культуры и спорта как науки и учебной дисциплины. Во всех научных направлениях истории физической культуры и спорта Д.А. Крадман сказал свое весомое слово: в отечественной истории физической культуры дооктябрьского периода и советской эпохи; всеобщей истории физической культуры; истории международного спортивного и олимпийского движения» [1].

Знаменательный факт приводит А.Б. Суник в очерке, посвященном Д.А. Крадману. В марте 1971 г. В Минске проходила не имевшая ранее аналогов Всесоюзная научная конференция по истории, организации и социологии физической культуры.

Ректор Белорусского института физической культуры К.А. Кулинкович, открывая конференцию им инициированную, поздравил Д.А. Крадмана с 80-летием, после чего несколько сот участников конференции устроили бурную овацию юбиляру, что свидетельствовало о его несомненном авторитете в научном сообществе [1].

Крадман Дмитрий Александрович (1891–1989), доктор педагогических наук, профессор, долгие годы работал на кафедре истории физической культуры ГЦОЛИФК, участник Первой мировой и Великой Отечественной войны, участник российской делегации на Играх V Олимпиады 1912 г. В Стокгольме, один из основателей спортивного общества «Спартак».

Интерес к личности известного ученого во взаимосвязи с Великими Луками возник, когда сотрудникам Музея спорта и олимпийского движения Псковского края пришло сообщение в социальной сети Вконтакте с фотографией Д.А. Крадмана, сделанной в великолукском фотоателье М. Мельника предположительно в 1908–1910 гг. и в форме учащегося Великолукского реального училища. Зародился вопрос, что связывало будущего известного историка с городом на Ловати.

Благодаря помощи коллег и родственников известного ученого нам удалось познакомиться с воспоминаниями Дмитрия Александровича Крадмана «Как долго прожито и много пережито!» Они находятся в Музее ГЦОЛИФК в Москве и у его родственников. Из 250 страниц мемуаров около 40 посвящены жизни в Великих Луках в период с 1898 по 1908 гг.

Дмитрий Крадман учился и закончил сначала 3-класное городское училище, где заведующим был его дядя Г.С. Кужелев, а потом лучшее учебное заведение дореволюционных Великих Лук – Великолукское реальное училище. Воспоминания бывшего ученика учебных учреждений города на Ловати полны ярких и уникальных подробностей, дающих представление о состоянии образования в провинциальном русском городе, существенно дополняя общую картину городской жизни. Д.А. Крадман вспоминает педагогов, описывает состояние материально-технической базы училища, свои первые опыты педагогической деятельности, описывает досуг великолучан [2].

Конечно, в воспоминаниях историка физической культуры и спорта не могли не отразиться вопросы состояния этой сферы в городе Великие Луки в начале XX в. Они представляют особый интерес с точки зрения подробностей постановки физического воспитания в учебных заведениях и физкультурно-спортивной жизни города с учетом имевшихся ранее в нашем распоряжении сведений.

«Первые дни моей жизни в Великих Луках были жизнью в «стране чудес». После жизни в «колодце» питерского дома, где среди булыжников не пробивалась травинка, а небо было серое и высоко-высоко, здесь все было зеленое и просторное, а небо было от края до края», – так начинает воспоминания о городе на Ловати Д.А. Крадман. И почти сразу о занятиях спортом.

«В первую же зиму я научился кататься на коньках. Тогда, даже в провинции появились коньки «Снегурочка» с завернутыми носами и «Нурмис» типа хоккейных. На железных санках я лихо катался с горы. Летом в саду ловко лазал по деревьям, а во дворе на чердаки. В общем, здесь были возможности естественного физического развития, какие в Петербурге и представить себе трудно» [3].

После окончания трехклассного училища Д. А. Крадман поступил в Великолукское реальное училище. Надо сказать, что об учебном заведении будущий известный историк отзывается с большой благодарностью и воодушевление. В то время как об учителе гимнастики воспоминания остались не самые лестные.

«Занятия начинались в пору обилия фруктов, и еще было тепло. В большую перемену все «высыпали» на большую площадь перед училищем и могли побегать, накоротке поиграть в лапту, а после уроков поупражняться на примитивных брусьях, перекладине, полазать по вертикальным и наклонным лестницам.

Здание реального училища было построено по проекту сына тети Саши Владимира Ивановича Михайлова. Оно уцелело даже во время Великой Отечественной войны, и в нем помещается филиал Малаховского института физической культуры. Двухэтажное каменное здание было просторным и благоустроенным, даже с водопроводом и канализацией. На первом и втором этажах было 7 классов, два рекреационных зала, вестибюль, физический и химический кабинеты, в пристройке буфет, большой чертежно-рисовальный зал, а над ним квартира директора. На берегу Ловати стоял большой и высокий корпус гимнастического зал с эстрадой и «закулисными» комнатами. С другого конца зала была прихожая и вход на балкон.

Зимой занимались в гимнастическом зале. По инструкции МНП занятия гимнастикой должны были проводиться ежедневно в большую перемену, но инструкция не считалась с тем, что ученикам нужно было и отдохнуть и поесть, да и один преподаватель в условиях помещения не мог одновременно обеспечить всех учеников разного возраста. Поэтому занятия проводились раз в неделю 20 минут. В зале были снаряды: лестницы, конь, козел, перекладина, маты. Сначала шагистика, кое какие движения, а потом, обычно, прыжки через коня и козла, так как это проходило побыстрее…

Михаил Васильевич Поморский (Поморцев – Д.Б.) – классный надзиратель и преподаватель гимнастики, прозванный за толщину и манеры Бульбой… «Бульба» стоял на страховке, и ученики норовили боднуть его в толстый живот. Уроки гимнастики не любили ни ученики, ни сам преподаватель» [3].

Отметим, что М.В. Поморцев, 1850 года рождения, дворянин, был первым преподавателем гимнастики в реальном училище. Он получил образование в Московской учительской семинарии военного ведомства, после окончания которой в 1869 г. начал службу учителем в Московской военной прогимназии. С 1870 г. перешел на службу в подобное же учебное заведение города Пскова, где кроме обязанностей преподавателя выполнял и функции воспитателя. В 1873 г. М.В. Поморцев за выслугу лет был произведен в чин коллежского секретаря, а в 1875 г. – в чин титулярного советника по старшинству. С 5 августа 1877 г. М.В. Поморцев назначается на должность помощника классных наставников только что открывшегося Великолукского реального училища. Сверх того он был допущен до преподавания чистописания в 1-ом и 2-ом классах, гимнастики, а позднее и арифметики в 1-ом классе, причем последнюю одновременно преподавал и в Великолукской женской прогимназии.

В первый же год работы реального училища М.В. Поморцевым была подготовлена программа по гимнастике для первого и второго классов на 1877-1878 гг. За годы работы в Великолукском реальном училище М.В. Поморцев зарекомендовал себя с наилучшей стороны, о чем свидетельствуют его заслуги и награды [4].

Тоже по инструкции МНП весной и ранней осенью проводились прогулки на природу. Часто ходили на Кулево болото, где нас ждало интересное развлечение – бить гадюк. Их там было много. Они лежали на кочках, свернувшись и поводя поднятой головой. Мы били их хлыстиками, засовывали некоторых в бутылки и потом заспиртовывали, но больше оставляли на кочках и, приходя в другой раз, чисто объеденные муравьями кости. Никто не думал об опасности этой охоты, хотя, если бы гадюка укусила, то спасения не было – никакой вакцины не было...

Когда я перешел в 5-й класс, а было мне тогда 15 лет, мне предложили в училище работу метеоролога, которая освобождала от платы за ученье...

Зимой у меня еще прибавилось работы – общественной, бесплатной – заведывание катком, который устраивали на реке Ловать.

Это было непросто, так как каток должен быть на плаву, иначе лед раскалывался. Приходилось весь прямоугольник катка ежедневно обрубать пешнями, а лед наливать до большой толщины, чтобы он мог выдерживать нагрузку. На берегу строилась деревянная постройка – раздевалка (грелка-сторожка). Каток по краям украшали елочками. Катающихся было всегда много, иногда играла музыка, и тогда танцевали на льду бальные танцы…

Все пятачки от входной платы в конце дня сдавали мне. Я оплачивал все расходы (не помню, была ил дотация), и это на всю жизнь приучило меня к аккуратности обращения с общественными деньгами. Доверие я полностью оправдывал.

Был еще один каток на пруду. Мы туда иногда ходили, чтобы покататься на коньках с ледяной горки» [3].

Сведения о постановке физического воспитания (преподавании гимнастики) в Великолукском реальном училище, организации рекреационных и спортивно-оздоровительных мероприятий заметно дополняют имевшиеся в нашем распоряжении сведения [5].

Воспоминания Д.А. Крадмана – важный источник по истории физической культуры и спорта в городе Великие Луки Псковской губернии и, в целом, уездных городах России начала XX в.

1. Суник, А. Б. Очерки отечественной историографии истории физической культуры и спорта / А. Б. Суник. – М. : Советский спорт, 2010. – 616 с.

2. Белюков, Д. А. Великолукский период жизни известного ученого, историка физической культуры и спорта Д. А. Крадмана // Физическая культура, спорт, олимпизм: проблемы и перспективы: сб. статей II открытой науч.-практ. конф., посвященной 10-летию XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, 100-летию Великолукского уездного комитета по физической культуре / редколлегия: В. Н. Шляхтов, Р. М. Городничев, Д. А. Белюков [и др.]. – Великие Луки, 2024. – С. 129–134.

3. Крадман, Д. А. Как долго прожито и много пережито! (воспоминания) / Д. А. Крадман // Рукопись. – С. 5–16.

4. Белюков, Д. А. М. В. Поморцев – первый преподаватель гимнастики в Великих Луках / Д. А. Белюков // Псковские архивы. – 2015. – № 3. – С. 71–75.

5. Белюков, Д. А. Физическая культура и спорт в уездных городах России в конце XIX – начале XX века (на примере Великих Лук) / Д.А. Белюков // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 7 (13): в 3-х ч. – Ч. III. – С. 26–28.

Буйко Т.Н.
Белорусский государственный университет физической культуры
У Сяоянь
Институт философии НАН Беларуси

ФИЛОСОФИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ТЕЛЕСНОСТИ: КИТАЙСКАЯ ТРАДИЦИЯ И ЕВРОПЕЙСКАЯ ПОСТКЛАССИКА

Bouiko T.N.
Belarus State University of Physical Culture
Xiaoyan Wu
Institute of Philosophy, National Academy of Sciences of Belarus

THE PHILOSOPHY OF HUMAN PHYSICALITY: CHINESE TRADITION AND EUROPEAN POSTCLASSICS

Аннотация. Исследовано понятие тела в китайской и европейской традициях философствования. Представлены отличия взглядов на данный концепт. Определено, что в китайской философии, как в традиционной, так и в современной, тело осмысливается не только с биологической, но и с социокультурной точки зрения, поскольку изначально одухотворенное тело содержит в себе историю конкретного общества. Выявлено, что в европейской философии тело понимается как физический объект. Отмечено, что развиваемый на основе постклассической европейской философии телесно ориентированный подход приобретает все большее распространение в социально-гуманитарной науке. Установлено, что актуализация проблематики человеческой телесности в китайской философии связана с влиянием европейской науки и культуры.

Ключевые слова: тело, телесность, телесно-ориентированный подход, ационализм, феноменология, постмодернизм.

Abstract. The concept of the body in the Chinese and European traditions of philosophizing is investigated. The differences of views on this concept are presented. It is determined that in Chinese philosophy, both traditional and modern, the body is understood not only from a biological, but also from a socio-cultural point of view, since the originally spiritualized body contains the history of a particular society. It is revealed that in European philosophy the body is understood as a physical object. It is noted that the body-oriented approach developed on the basis of postclassical European philosophy is becoming increasingly widespread in social and humanitarian science. It is established that the actualization of the problems of human physicality in Chinese philosophy is associated with the influence of European science and culture.

Keywords: body, corporeality, body-oriented approach, rationalism, phenomenology, postmodernism.

Введение. Исследование понятия тела в китайской философии выявляет его фундаментальное отличие от европейского понятия. По мнению китайских, традиционных и современных, философов, тело – это не просто плоть, которая подлежит медико-биологическом изучению. Изначально одухотворенное тело содержит в

себе еще и историю конкретного общества и культуры в целом. Именно различное отношение к влиянию этих факторов в китайской и европейской традициях философствования и определяет различие взглядов на тело. Вместе с тем, развиваемый на основе постклассической философии, телесно-ориентированный подход приобретает все большее распространение в европейской социально-гуманитарной науке. Поэтому актуализация в настоящее время проблематики человеческой телесности в китайской философии связывается китайскими исследователями с влиянием западной культуры и постклассической европейской философии.

По мнению китайских исследователей, классическая европейская философия принципиально разделила дух и тело, основав тем самым фундаментальный дуализм тела и разума (шире – духа), который в радикальных вариантах полагает тело источником всего зла в рамках человеческого бытия. Так, начиная с теории души Платона в Древней Греции и заканчивая «дуализмом материи и мышления» Декарта, разум и тело всегда рассматривались как «две субстанции, существующие независимо» [1, с. 154]: «тело является препятствием на пути к познанию истины, знаний и справедливости», а, следовательно, и препятствием «для понимания мира людьми, а разделение души и тела является основой для понимания мира философами. Поэтому истинные философы должны постоянно практиковать смерть» [2, с. 15].

С развитием европейской техногенной цивилизации понимание тела трансформируется от первоначальной спекулятивной рациональности к инструментальной, научно-технической. Однако в этих изменениях можно выделить и ряд важных направлений, связанных, прежде всего, с развитием в XIX-XX веках иррационалистической философии. Так, в работах Артура Шопенгауэра и Фридриха Ницше тело наделяется силой, которая фундирует все другие сферы человеческого бытия, и поэтому именно «тело должно быть главным критерием» подлинности этого бытия [3, с. 38]. Эта, открытая первыми иррационалистами, субъектность тела подчеркивается и обосновывается в ходе дальнейшего развития неклассической философии у разных философов с помощью совершенно разных понятий: инстинкты, желания и бессознательная сфера в целом (Зигмунд Фрейд «желал тело»), предметно-практическая деятельность («Карл Маркс практиковал тело»), дисциплина («Мишель Фуко дисциплинировал тело») и т.д. Таким образом, в европейской культуре только постклассическая философия зафиксировала принципиальную внеприродную нагруженность тела, введя понятие телесности как совокупности природных и внеприродных свойств человеческого тела. Это понятие человеческой телесности на протяжении XX века было исследовано в европейском профессиональном философствовании.

Вместе с тем, по мнению китайских исследователей, европейское философское мышление, даже в своей постклассической ипостаси, никогда не избавлялось от дуализма, двойственности, тела и разума. Эта «искусственная двойственность тела и разума» в европейской культуре во многом способствовала развитию «рационального мышления о теле и духе», т.е. научного, дисциплинарного, их исследования, разделенного на «науки о природе и науки о духе» [4, с. 73]. Поэтому, тело и дух, став предметами различных научных дисциплин, окончательно разделились. Основанный на анатомии взгляд на тело, сделал тело объектом исследования естественных наук, таких как медицина, биология и физиология. Не относящаяся к природе сфера человеческого бытия (начиная с проблем психики и заканчивая духовной жизнью

общества) – стала объектом социально-гуманитарной науки. Необходимо отметить, что именно детальное предметное исследование различных аспектов человеческого бытия в качестве отдельных предметов различных научных дисциплин стало залогом значительных успехов и достижений европейской науки в его познании и развитии соответствующих технологий, повышающих качество человеческой жизни.

Современные исследования понятия тела в китайской философии выявляют его фундаментальное отличие от европейской понятия. Различия культур в интерпретации тела фундированы принципиальной субъектностью тела в китайском мировоззрении – уже на уровне постановки проблем: проблема тела – это личная проблема каждого индивида, каждой нации и каждой культуры. Тело – это не просто плоть, которая несомненно подлежит изучению на медико-биологическом уровне, также как и ткани, органы и физиологические процессы других животных [5, с. 237]. Такое необходимое изучение никогда не будет достаточным, поскольку тело содержит в себе еще и историю конкретного общества и культуры в целом. По мнению китайских современных философов, именно различное отношение к влиянию этих, социокультурных, факторов в китайской и европейской традициях философствования и определяет различие взглядов на тело.

Дело в том, что для философии с древнейших времен, тело – это изначально символический феномен, обладающий двойственными атрибутами природного и культурного свойства, своеобразный маркер, обозначающий всю совокупность этих свойств в их нерасчлененном единстве. Различные взгляды на тело, таким образом, в Китае и на Западе (в Европе) проистекают из культурных символов, придаваемых телу, и различных социальных сфер, в которых оно находится [6, с. 84]. Первичность и фундаментальность символов тела в культуре (и Западной, и Восточной) свидетельствует о том, что тело – это не только отправная точка самопознания человека, но и точка опоры и ценности его существования и общения с обществом и природой. Поэтому в познании и конкретном исследовании человека, независимо от предмета (природа человека или его социокультурные свойства), именно тело является отправной точкой и условием достижения истинного знания. Именно эта фундаментальность тела как точки опоры и связи человека с миром нашла отражение уже в древнекитайском языке и письменности.

В древнекитайском языке иероглиф 身 (shen – целостный человеческий организм, обладающий душой и телом) также имеет значение местоимения «я». Именно так утверждается в древнейшем из дошедших до наших дней толковом словаре китайских иероглифов – коллективном труде ученых Древнего Китая «Эръя», III—II веках до н. э.: «身 – я тоже» [7, с. 7]. Да и сам иероглиф похож на форму человеческого тела. В современном китайском языке используется слово身体 (shenti – тело), при этом 体 (ti) подчеркивает биологическую составляющую тела, а 身 (shen) – его субъектность, включающую духовную компоненту. Слова 身 (shen) и 体（ti）редко использовались вместе как одно слово в древнекитайском языке, но они широко используются в современном китайском. Можно сказать, что этот бином выражает объединение двух понятий тела – широкого и узкого: тело в узком смысле – это форма, структурно-функциональные свойства тела; тело в широком смысле – это целостное живое тело в единстве формы, энергии «ци» и сердца (духа, души).

В современной философии КНР исследованию специфики китайского понимания человеческой телесности посвящен целый ряд работ, среди которых публикации Янь Ляньфу, Хуан Цзюньцзе, Чжоу Юшэнь, Ли Цинлян, Чжан Цзайлинь, Чэнь Лишэн и др. Эти работы во многом поколебали относительно ясную картину традиционной китайской философии тела, проблематизировав множество, казалось бы, решенных вопросов.

Как отмечает, китайский ученый Ли Цинлян, китайская философия тела стала актуальной темой современной китайской философии довольно сложным путем. Ли Цинлян выделил в процессе развития современного китайского взгляда на тело на четыре этапа: 1. внимание западного академического сообщества к телесным проблемам; 2. деятельность японского академического сообщества, которое впервые включило китайский взгляд на тело в сферу своих исследовательских интересов; 3. углубленная дискуссия, организованная тайваньским академическим сообществом и западной синологической общественностью; 4. и, наконец, академическое сообщество материкового Китая признало влияние западных, японских и тайваньских ученых и приступило к работе по формированию современного китайского взгляда на тело на основе традиционной китайской философии тела [8, с. 21]. На протяжении последних десятилетий, как уже было отмечено, данная проблематика является актуальной в философии и социально-гуманитарных исследованиях в КНР.

Как полагают китайские исследователи, история европейской философии представляет четыре основных типологических подхода к проблеме человеческой телесности. Первый подход связан с идеей о первичности тела перед душой, где тело является основой человеческой психики. Этот подход наиболее ярко представлен в работах З. Фрейда и его последователей. Другие исследователи отстаивают примат души перед телом, рассматривая тело как просто оболочку для духа, который придает человеку особую значимость по отношению к животным. Подобные идеи можно найти в философии М. Шелера. Третий подход к проблеме телесности связан с дуализмом души и тела, который наиболее ярко выражен еще в работах Б. Спинозы, который считал, что душа и тело являются отдельными сущностями, но взаимодействуя друг с другом. И наконец, четвертый подход основан на убеждении, что ни тело, ни душа не обладают полной самостоятельностью: тело одухотворено, а душа телесна. Тело и душа взаимосвязаны и составляют единое целое. Именно этот подход и характерен для постклассического европейского философствования.

По нашему мнению, в ряде направлений постклассической европейской философии китайская традиция философствования относительно телесности человеческого культурного бытия и познания обретает в настоящее время поддержку и развитие. Телесность культуры, т.е. ее детерминированность телесными свойствами человека, обоснованная в феноменологии, постмодернизме и конструктивизме постклассической европейской философии, значительно усовершенствовала методологическую оптику, необходимую для рассмотрения субъектности тела как единства плоти и мышления. А это, как полагают китайские исследователи, является важнейшей характеристикой традиционной китайской философии, которая «переоткрывается» сегодня, благодаря западной, европейской постклассической философии.

К концу XX века, после энергичной пропаганды М. Мерло-Понти, М. Фуко и других европейских философов, рациональному субъекту классической философии

был противопоставлен цельный человек, и тело превратилось из объекта умаления и контроля в основу и критерий человеческого существования. В этом процессе переосмысления дуализма европейской философии было разработано и введено в широкий социально-гуманитарный лексикон понятие человеческой телесности (corporality, corporeality, bodiness, embodiment), которое, в отличие от понятия тела не имеет исключительно природной, физико-биологической коннотации. Телесность – социокультурный феномен, т.е. преобразованное под влиянием социальных и культурных факторов тело человека, обладающее социокультурными значениями и смыслами и выполняющее определенные социокультурные функции. Это значит, что в отличие от тела (в европейском философствовании оно во многом по-прежнему остается физическим, природным, объектом), телесность не следует понимать как объект или набор физических органов, она представляет собой особое образование – неосознанный горизонт человеческого опыта, предшествующий рациональному мышлению.

Заключение. Такие исследования в европейской философии и науке, в том числе, социально-гуманитарной, не могли не привлечь внимания китайских философов и ученых. В результате этого внимания произошла актуализация китайской философии тела, что, несомненно, связано с разработкой понятия телесности в европейской постклассической философии.

1. 季晓峰. 论梅洛庞蒂的身体现象学对身心二元论的突破. 东南学术研究. 2010;2:154–162 = Сяофэн Цзи. О прорыве феноменологии тела Мело Понти к дуализму тела и разума. Юго-Восточные академические исследования. 2010;2:154–162.

2. 柏拉图. 斐多篇. 杨绛, 翻译者. 沈阳: 辽宁人民出版社; 2000. 98 页 = Платон. Федон. Цзян Ян, переводчик. Шэньян: Ляонинское народное издательство; 2000. с. 98

3. 尼采弗里德里希. 权力意志: 重估一切价值的尝. 张念东, 凌素心, 翻译人员. 北京: 中央编译出版社; 2000. 433页 = Ницше Ф. Воля к власти: опыт переоценки всех ценностей. Няньдун Чжан, Сусинь Лин, переводчики. Пекин: Центральное издательство компиляции и перевода; 2000. с. 433.

4. 军文. 身体意识的觉醒: 西方身体社会学理论的发展及其反思. 华东师范大学学报. 2008;6:73–81 = Цзюнь Вэнь. Пробуждение телесного сознания: развитие западной теории социологии тела и ее отражение. Журнал Восточно-китайского педагогического университета. 2008;6:73–81.

5. 锐吴. 行为艺术中的身体意识浅谈以何云昌为例. 大众文艺. 2018;17:237–238 = Жуй У. Краткая дискуссия о телесном сознании в исполнительском искусстве на примере Хэ Юньчана. Популярная литература и искусство. 2018;17:237–238.

6. 俊莉吕. 身体哲学视域下的中西体育思想比较研究. 体育与科学. 2015;5:84–89 = Цзюньли Лу. Сравнительное исследование спортивного мышления в Китае и западных странах с точки зрения философии тела. Спорт и наука. 2015;5:84–89.

7. 翔刘. 商周古文字读本. 北京:语文出版社; 1989. 420页 = Сян Лю. Древние тексты династий Шан и Чжоу. Пекин: Издательство Языки и культуры. 1989. с. 420.

8. 良李清. 中国身体观与中国问题 (兼评周与沉 «身体: 思想与修行»). 哲学动态. 2006;5:21–27 = Цинлян Ли. Китайский взгляд на тело и китайские проблемы (комментарий к книге Чжоу Шэня «Тело: мысль и практика»). Философские течения. 2006;5:21–27.

Бутрехин Ю.А., Коновалов В.Н.
Сибирский государственный университет физической культуры и спорта

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ВЕЛОСПОРТА-ШОССЕ В МИРЕ И РОССИИ

Butrekhin Y.A., Konovalov V.N.
Siberian State University of Physical Culture and Sports

HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF ROAD CYCLING IN THE WORLD AND RUSSIA

Аннотация. В статье научно-обоснованы периоды развития велоспорта-шоссе в мире – «становления», «разделения» и «объединения»; представлена медальная статистика всех разыгранных наград на чемпионатах мира и Олимпийских играх с момента проведения первых соревнований до настоящего времени; составлен рейтинг результативности стран по итогам участия в международных соревнованиях.
Ключевые слова: история велоспорта, велоспорт-шоссе, статистика результативности.

Abstract. The article scientifically substantiates the periods of development of road cycling in the world – “formation”, “division” and “modern”; presented medal statistics of all awarded awards at the World Championships and Olympic Games from the moment of the first competitions to the present; A rating of countries’ performance was compiled based on the results of participation in international competitions.
Keywords: history of cycling, road cycling, performance statistics

Актуальность исследования определяется тем, что в настоящее время российский спорт и в частности велосипедный спорт существует в условиях политических ограничений и развивается в некоторой степени изолированно от зарубежного. Однако в истории мирового и отечественного спорта это явление не представляет собой единственный пример обособленного существования российского спорта. Таким образом, **проблемой исследования** является систематизация исторических фактов, идей, закономерностей, принципов становления и развития мировой и отечественной школы шоссейного велоспорта.

Цель исследования – изучить особенности становления и развития велоспорта-шоссе в мире и факторы, обеспечившие прогресс спортивных результатов зарубежных и отечественных велогонщиков на главных международных стартах.

Объект исследования – процесс становления и развития шоссейного велоспорта в мире.

Задачи исследования:

1. Исследовать проблему развития велоспорта-шоссе в мире и России.
2. Изучить итоговые протоколы чемпионатов мира и Олимпийских игр и составить рейтинг результативности стран.
3. Изучить достижения ведущих стран мира в различных видах соревновательной программы велосипедистов.

Методы исследования:

1. Общенаучные (литературный анализ, дедукция, моделирование)
2. Исторические (ретроспективный анализ, периодизация)
3. Математические (описательная статистика)

Организация исследования:

1) На первом этапе на основе литературного анализа были изучены организационно-правовые факторы, определившие направления в развитии велоспорта-шоссе в мире и России.

2) На втором этапе были изучены 384 итоговых протокола чемпионатов мира (ЧМ) и Олимпийских игр (ОИ), составлен рейтинг результативности стран на основе медальной статистика мужчин и женщин на международных соревнованиях по велосипедному спорту на шоссе, выявлены достижения ведущих стран мира в различных видах соревновательной программы [4,6,7].

Результаты исследования.

Анализ научно-методической литературы и интернет-источников позволил выявить периоды в истории развития велосипедного спорта на шоссе у мужчин:

1. **Первый период, «период становления» (1894-1920 г.г.)** – датируется моментом основания Международного Олимпийского комитета (МОК) и Международного союза велосипедистов (UCI, 1900 г.) Характеризуется проведением первых профессиональных (Тур де Франс и др.) и любительских гонок (Олимпийские игры) на шоссе.

2. **Второй период, «период разделения» (1921-1995 г.г.)** – период проведения чемпионатов мира среди любителей и профессионалов.

3. **Третий период, «период объединения» (1996- по настоящее время)** – объединение любителей и профессионалов в системе международных соревнований (Олимпийские игры, чемпионаты мира и других).

На втором этапе исследования были подвергнуты анализу итоговые протоколы ЧМ и ОИ. В результате все страны, ставшие обладателями наград главных международных соревнований, были расставлены по рейтингу, рассчитанному по количеству побед – 3 балла – и завоеванных медалей – 1,5 балла (таблица 1). Количество баллов по отношению к наградам ОИ и ЧМ определены как равные, так как в современной рейтинговой системе UCI победа на обоих стартах имеет равную стоимость очков. Таким образом, к наиболее успешным странами по итогам выступлений отнесены: Италия, Нидерланды, Бельгия, Франция, Германия, СССР (Россия), Швейцария, США, Великобритания, Испания.

Таблица 1. – Медальная статистика мужчин и женщин на международных соревнованиях по велосипедному спорту на шоссе

Страна	Международные соревнования							
	Олимпийские игры				Чемпионат мира			
	Мужчины		Женщины		Мужчины		Женщины	
	Кол-во побед	Кол-во медалей	Кол-во побед	Кол-во медалей	Кол-во побед	Кол-во медалей	Кол-во побед	Кол-во медалей
Италия	9	16	0	4	47	115	6	28
Нидерланды	3	7	7	11	19	51	24	59
Бельгия	6	16	0	1	35	87	8	17
Франция	8	17	1	4	19	68	14	27
Германия	4	14	0	5	20	60	11	27
СССР/Россия	7	10	1	5	6	20	7	33
Швейцария	3	7	0	3	15	52	5	14
США	1	4	6	9	3	8	11	33
Великобритания	1	13	1	4	5	22	6	14
Испания	2	3	0	0	8	36	1	3
Швеция	3	14	0	2	5	12	3	9
Австралия	0	3	3	3	8	16	3	20
Польша	0	4	0	1	7	17	0	0
Дания	1	5	0	0	1	6	1	3
Литва	0	0	0	2	0	0	3	10
Норвегия	0	2	0	0	2	6	1	2
Словакия	0	0	0	0	3	4	0	0
Люксембург	0	0	1	2	0	6	0	0
Канада	0	1	0	2	0	3	0	4
Беларусь	0	0	1	1	1	3	0	0
Словения	1	2	0	0	1	4	0	0
Ирландия	0	0	0	0	1	5	0	0
Австрия	0	0	1	1	0	1	0	3
Казахстан	1	2	0	0	0	2	0	0
Латвия	0	1	1	1	0	2	0	0
Колумбия	0	1	0	0	1	3	0	0
Украина	0	0	0	1	1	3	0	0
Чехословакия	0	1	0	0	0	4	0	0
Португалия	0	1	0	0	1	1	0	0
ЮАР	1	2	0	0	0	0	0	0
Эквадор	1	1	0	0	0	0	0	0
Греция	1	1	0	0	0	0	0	0
Венгрия	0	0	0	0	0	2	0	0
Финляндия	0	0	0	1	0	0	0	0
Бразилия	0	0	0	0	0	1	0	0
Чехия	0	0	0	0	0	1	0	0
Уругвай	0	0	0	0	0	1	0	0

Далее результаты выступлений мужчин десяти лучших стран были распределены по историческим периодам (таблица 2). Результаты женщин в рамках данной периодизации не рассматривались в связи с тем, что история мирового женского шоссейного велоспорта короче мужского более чем на 60 лет. В регламенте сорев-

нований у женщин отсутствовало четкое разделение на любителей и профессионалов, а число конкурирующих участников достигло своего апогея только к этапу современности. Полученные данные позволили выявить страны, чьи спортсмены наиболее успешно выступали на международных соревнованиях в разных видах программы.

Для первого исторического периода характерным явлением было включение в программу первых Олимпийских игр шоссейной дисциплины. Количество участников в соревнованиях варьировалось от 7 до 24 человек, только в 1912 году было рекордное количество спортсменов (122 человека) из 18-ти стран.

В это время шоссейный велоспорт в Европе и Российской Империи развивался в двух направлениях – профессиональном и любительском. В Европе были учреждены шоссейные гонки, которые на сегодняшний день считаются самыми престижными в мире: гранд-туры Тур де Франс и Джиро де Италия; классики «монументы» Льеж-Бастон-Льеж, Париж-Рубэ, Тур Фландрии, Классика Ломбардия и Милан-Сан Ремо; и др. Возрастало в течении данного периода число коммерческих профессиональных команд и спортивных спонсоров. В отечественном велоспорте отмечены факты строительства частных велотреков, проведения соревнований предпринимателями, производившими велосипеды и спортивные товары (как правило – зарубежными). Соревнования привлекали большое количество зрителей, число которых достигало 25 тысяч в период проведения одного состязания [1]. Однако, для развития российского шоссейного велоспорта значительную роль сыграла Великая Октябрьская социалистическая революция в 1917 г. С установлением Советской власти в первые годы изменилась идеология спорта в стране.

Как утверждает Курамшин Ю.Ф., на ранних этапах развития советской системы физического воспитания педагогами и руководящими органами культивировались идеи культурного и духовного вреда «достиженческого», «состязательного» спорта в системе физического воспитания. Эти идеи были высказаны в решениях ЦК ВКП в 1929 г., в которых говорилось о том, что рекордсменство чуждо советскому спорту, а основной задачей физкультурного движения является подготовка трудящихся к труду и обороне Родины. Тем не менее, через 10 лет формируется новая идеология, в которой советская система должна всему миру демонстрировать силу и мощь советского народа. В СССР юношеский велосипедный спорт стал культивироваться только с 1935 г., а юношеские рекорды и достижения фиксируются с 1949 г. [1, 3].

Таблица 2. – Достижения ведущих стран мира в велосипедном спорте на шоссе в главных международных старта

Период	Страна-участник	Класс участия	Олимпийские игры												Чемпионат мира													
			Групповая гонка				Раздельный старт				Командная гонка				Групповая гонка				Раздельный старт				Командная гонка				Смешанная эстафета			
			1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений	1	2-3	4-10	Принято участий/кол-во проведений
1984-1920	СССР/ Россия	Любители	0	0	0	0/2	0	0	0	1/2	0	0	0	0/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Италия		0	0	0	0/2	0	0	0	1/2	0	0	1	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Нидерланды		0	0	0	0/2	0	0	1	1/2	0	0	1	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Бельгия		0	0	1	1/2	0	0	2	2/2	0	1	0	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Франция		1	2	0	1/2	0	1	2	2/2	1	0	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Германия		0	1	1	2/2	0	0	0	1/2	0	0	1	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Швейцария		0	0	0	0/2	0	0	0	0/2	0	0	0	0/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	США		0	0	0	0/2	0	1	0	2/2	0	1	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Великобритания		0	1	0	1/2	0	1	2	2/2	0	1	0	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	Испания		0	0	0	0/2	0	0	0	0/2	0	0	0	0/2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
1921-1995	СССР/ Россия	Профессионалы	2	1	3	10/13	0	0	0	0/3	3	1	5	9/16	0	2	2	7/62	0	0	0	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													1	1	9	30/62	–	–	–	–	5	9	9	25/27	–	–	–	–
	Италия	Профессионалы	4	2	12	13/13	1	1	3	3/3	3	4	8	16/16	15	31	75	62/62	0	1	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													19	19	61	58/62	–	–	–	–	7	7	10	27/27	–	–	–	–
	Нидерланды	Профессионалы	1	2	3	12/13	0	0	0	2/3	2	0	6	12/16	7	9	53	61/62	0	0	2	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													6	13	31	58/62	–	–	–	–	3	3	13	25/27	–	–	–	–
	Бельгия	Профессионалы	1	4	7	13/13	0	1	2	2/3	2	2	3	12/16	23	20	73	62/62	0	0	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													5	21	44	59/62	–	–	–	–	1	1	4	23/27	–	–	–	–
	Франция	Профессионалы	2	2	8	13/13	1	1	4	3/3	3	3	6	15/16	7	24	72	62/62	0	0	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													7	17	53	61/62	–	–	–	–	1	2	12	25/27	–	–	–	–
	Германия	Профессионалы	1	3	10	12/13	0	0	0	2/3	2	3	6	12/16	2	8	27	55/62	0	2	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													7	7	45	52/62	–	–	–	–	3	7	19	26/27	–	–	–	–
	Швейцария	Профессионалы	0	1	1	12/13	0	0	3	2/3	0	2	7	11/16	2	8	22	62/62	0	0	0	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													5	13	38	58/62	–	–	–	–	0	6	12	25/27	–	–	–	–
	США	Профессионалы	1	0	5	12/13	0	0	0	3/3	0	1	2	11/16	3	2	7	26/62	0	0	1	1/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													0	0	1	21/62	–	–	–	–	0	0	5	14/27	–	–	–	–
	Великобритания	Профессионалы	0	1	3	11/13	0	1	2	2/3	0	3	5	15/16	1	0	7	46/62	1	0	0	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													2	4	11	54/62	–	–	–	–	0	0	4	18/27	–	–	–	–
	Испания	Профессионалы	0	0	2	8/13	0	0	0	0/3	0	0	3	6/16	1	10	24	52/62	1	1	1	2/2	–	–	–	–	–	–	–	–
		Любители													0	2	4	29/62	–	–	–	–	0	2	3	21/27	–	–	–	–
1996-2024	СССР/ Россия	Профессионалы	0	1	2	8/8	2	0	0	8/8	–	–	–	–	0	2	6	27/29	0	0	6	26/29	–	–	–	–	0	0	0	0/5
	Италия		1	0	6	8/8	0	1	3	7/8	–	–	–	–	4	6	26	29/29	2	5	16	28/29	–	–	–	–	0	3	2	4/5
	Нидерланды		0	0	2	8/8	0	2	2	8/8	–	–	–	–	1	3	9	29/29	1	3	10	28/29	–	–	–	–	1	1	2	4/5
	Бельгия		2	2	3	8/8	1	1	2	6/8	–	–	–	–	4	4	23	29/29	2	6	11	29/29	–	–	–	–	0	0	3	3/5
	Франция		0	2	4	8/8	0	0	1	8/8	–	–	–	–	3	4	14	29/29	1	1	4	29/29	–	–	–	–	0	1	4	5/5
	Германия		1	1	2	8/8	0	2	5	8/8	–	–	–	–	0	5	12	29/29	7	8	19	29/29	–	–	–	–	1	3	1	5/5
	Швейцария		1	1	2	8/8	2	0	7	8/8	–	–	–	–	1	4	14	29/29	5	6	11	28/29	–	–	–	–	2	0	3	5/5
	США		0	0	6	8/8	0	0	6	8/8	–	–	–	–	0	0	6	29/29	0	3	10	29/29	–	–	–	–	0	0	3	3/5
	Великобритания		0	1	2	8/8	1	3	2	8/8	–	–	–	–	1	1	3	29/29	1	9	14	28/29	–	–	–	–	0	1	2	2/5
	Испания		1	0	2	8/8	1	1	8	8/8	–	–	–	–	5	9	15	29/29	1	4	18	29/29	–	–	–	–	0	0	3	5/5

Для второго исторического периода характерно активное профессионального и любительского велоспорта на шоссе на всех континентах и, в особенности, в Европе. Проводятся первые чемпионаты мира среди любителей (1921 г.) и профессионалов (1927 г.); расширяется число проводимых для обеих категорий гонок и их география; в 1965 г. создаются отдельные международные федерации любительского (FIAC) и профессионального велоспорта (FICP), координирующим органом становится UCI [8].

Наиболее успешно выступали на чемпионатах мира и Олимпийских играх спортсмены, представлявшие Бельгию, Италию, Германию и Францию как среди любителей, так и среди профессионалов. В данный период спортсмены этих стран выступали практически во всех соревнованиях. Следует подчеркнуть, что для спортсменов из Бельгии выступления в командных гонках на ЧМ и ОИ оказались наименее успешными, чем в остальных видах программы, и особенно в профессиональном спорте. Спортсмены из Франции также менее успешно выступали на чемпионате мира в командной гонке по отношению к другим видам соревнований. Представители сборных команд США и Советского Союза (Россия) в 1,5-2 раза реже выступали в данных соревнованиях по сравнению с вышеназванными странами. Следует подчеркнуть, что отечественные сборные команды выступали преимущественно среди любителей и наиболее успешно в командной гонке. По количеству побед на ЧМ велосипедисты сборной СССР уступали лишь Италии, а на ОИ по количеству медалей Франции и Италии.

Соревноваться с профессионалами отечественные велогонщики не имели возможности до 1989 г. В связи с существовавшим запретом на профессиональный спорт. Снятие этого запрета позволило итальянской профессиональной команде «Alfa-Lum» подписать контракты с перспективными советскими спортсменами, зарекомендовавшими себя в любительских гонках европейского календаря. После подписания контрактов с отечественными велогонщиками, появились и первые успехи. Наиболее примечательными из которых являются: серебро Дмитрия Конышева на чемпионате мира в групповой гонке среди профессионалов и этапе Джиро де Италия, и призовые места Петра Угрюмова на этапах престижных итальянских многодневок.

Третий исторический период характеризуется завершением процесса объединения любительского и профессионального спорта. В 1981 году на заседании МОК из Олимпийской хартии было исключено понятие «любительство» [5]. В 1992 году FIAC и FICP вошли в состав одной международной федерации – UCI, который стал единственным управляющим органом. Профессиональная лига стала открытой для всех стран, чьи спортсмены не обладают профессиональными контрактами. Позже была переименована в категорию «Элита».

В настоящее время мировыми лидерами являются сборные Германии, Италии и Бельгии, представители Франции являются менее результативными. Следует обратить особое внимание на возросшие результаты выступлений сборных команд Испании и Швейцарии на чемпионатах мира и Олимпийских играх. В настоящее время конкуренцию в гонках с раздельным стартом на ЧМ и ОИ составляют сборные команды Великобритании. Выступления отечественных велогонщиков и представителей Соединенных Штатов Америки на всех международных соревнованиях по сравнению с другими странами являются менее успешными.

Заключение. Таким образом, мировой шоссейный велоспорт на протяжении практически всего XX века развивался в двух парадигмах, с учетом политических

идеологий капиталистических стран и СССР. Продуктом этого развития стала существующая соревновательная система, основанная на участии профессиональных команд в коммерческих стартах. В рамках этой системы отечественные велогонщики оказываются менее результативными на главных международных стартах, чем спортсмены европейских стран. В связи с этим, для дальнейшего совершенствования системы подготовки отечественной школы велосипедного спорта на шоссе необходимо провести определенные коррективы системы соревнований, внетренировочных и внесоревновательных факторов.

1. Ковылин, М. М. История развития велосипеда и велосипедного спорта / М. М. Ковылин, П. А. Ухов. – 2010
2. Курамшин, Ю. Ф. Спортивная рекордология: теория, методология, практика : монография / Ю. Ф. Курамшин. – М.: Советский спорт, 2005. – 408 с. : ил.
3. Минаков, С. М. Велосипедный спорт / С. М. Минаков, Н. Н. Власова. – М.: Физкультура и спорт, 1964. – 200 с.
4. Firstcycling. World Champ (Amateur) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://firstcycling.com/race.php?r=354. – Дата доступа: 04.10.2024.
5. History of the IOC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://olympics.com/ioc/history. – Дата доступа: 14.09.2024.
6. Procyclingstats [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.procyclingstats.com. – Дата доступа: 04.10.2024.
7. TheSports.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.the-sports.org/cycling-s2.html. – Дата доступа: 04.10.2024.
8. UCI's history [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.uci.org/uci-history/4E4a552SyXOUBCtsZkEN8v. – Дата доступа: 14.09.2024.

Ефременков К.Н., Терехова А.А.
Смоленский государственный университет спорта

ИСТОРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КОНКУРСОВ ИСКУССТВ, ПРОХОДИВШИХ ВО ВРЕМЯ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР

Efremenkov K., Terekhova A.
Smolensk State University of Sports

HISTORICAL EVALUATION OF THE ART COMPETITIONS HELD DURING THE OLYMPIC GAMES

Аннотация. В статье представлена историческая оценка конкурсов искусств, проходивших совместно с проведением спортивных состязаний. Основными направлениями художественных фестивалей были категории по произведениям архитектуры, литературы, музыки, скульптуры, живописи и графики. Подчеркивается значимость их возрождения, имеющая значительную практическую ценность с точки зрения культурного наследия для формирования современного олимпийского движения.

Ключевые слова: олимпизм, конкурс искусств, архитектура, литература, музыка, скульптура, живопись.

Abstract. The article presents a historical assessment of art competitions held in conjunction with sports competitions. The main areas of art festivals were categories for works of architecture, literature, music, sculpture, painting and graphics. The importance of their revival, which has significant practical value from the point of view of cultural heritage for the formation of the modern Olympic movement, is emphasized.

Keywords: olympism, art competition, architecture, literature, music, sculpture, painting.

Введение. Происхождение олимпизма, относится к временам Древней Греции, его историческое наследие основано на признании социальной ценности спорта [1, 2]. Прикладную значимость соревнований атлетов следует рассматривать, в том числе с позиции гуманитарного профиля, т.е. с помощью системы критериев, которые главным идеалом считают самого индивида – его общественную свободу, личное счастье, культурное достоинство, гармоничное развитие. К числу фундаментальных ценностей спорта относится дружба, мир, толерантность к культуре и традициям друг друга, взаимопонимание [3, 4], что неразрывно связано с эстетическим, умственным и нравственным развитием человека.

Актуальность. Отдельным звеном интеграционной идеи олимпизма в концепции Пьера де Кубертена занимает взаимодополняющая связь искусства и культуры. В единстве данных понятий лежат истоки преодоления все усиливающегося разрыва между физическим и духовным развитием современного человека. Исходя из этого, с целью повышения гуманистической ценности союза спорта и искусства в программу соревнований должны включаться также и художественные конкурсы, их ретроспективный анализ подчеркивает актуальность данной работы.

Цель исследования: оценить историческую организацию конкурсов искусств, проходивших во время олимпийских игр.

Объект: конкурсы искусств, проходившие во время проведения Олимпийских игр с 1912 г. по 1948 г.

Предмет: соревнования в различных (музыка, живопись, литература, и др.) сферах изобразительного искусства.

Организация исследования. Произведен ретроспективный анализ современных литературных источников по проблеме исторического становления и общественного значения конкурсов искусств, проходивших во время олимпийских игр.

Результаты исследования и их обсуждение. Идея возродить Олимпийские игры пришла французу Пьеру де Кубертену (1863–1937) в конце XIX в., когда археологи во время раскопок в Олимпии обнаружили останки спортивных сооружений, где в античности проводили соревнования. Кубертен считал, что Олимпиады повысят популярность спорта, но, будучи сыном художника, мечтал «воссоединить узами законного брака давно разведенную пару – мускул и разум», и предложил включить в олимпийскую программу не только спортивные, но и творческие дисциплины.

Поначалу идея совместить объективное и субъективное не нашла понимания у других членов Международного олимпийского комитета. Однако в 1906 г. на очеред-

ной сессии организации Кубертен (тогдашний президент МОК), все же убедил коллег добавить в календарь Игр конкурс искусств, ссылаясь на античную традицию не только Олимпийских, но и Пифийских игр в честь бога Аполлона. В течение недели в древнегреческих Дельфах на площади устраивались театрально-музыкальные состязания, а на стадионе – спортивные. Изначально Кубертен планировал включить конкурс искусств в 1908 г. В программу Игр, которые должны были пройти в Италии, но из-за внутренних политических проблем и извержения Везувия страна отказалась принять Олимпиаду.

МОК экстренно пришлось искать новых хозяев для соревнований. В 1906 г. согласился Лондон – за полтора года организаторам нужно было подготовить спортивную инфраструктуру, до искусств дело не дошло. Зато были составлены регламенты, которые использовали четыре года спустя в Швеции.

По ходу подготовки к Играм 1912 г. Шведский олимпийский комитет обратился за советом и помощью к местным художественным организациям и получил большое количество отрицательных отзывов об идее проведения творческого конкурса. По мнению Шведской королевской академии, визуальные дисциплины были слишком ограничены требованиями МОК – прославлять спорт и олимпийское движение. Другие художественные организации, кроме проблемы объективной оценки художественных произведений указали на необходимость больших расходов на проведение подобных «соревнований» (павильоны, оборудование). В итоге за пять месяцев до старта Игр шведский оргкомитет отказался от инициативы Кубертена, передав МОК 5000 франков на случай, если там самостоятельно захотят организовать конкурс искусств.

Барон де Кубертен взял заботу о конкурсе на себя. На его домашний адрес были присланы конкурсные работы 33 участников в пяти дисциплинах: литература, живопись, архитектура, скульптура и музыка. Победителей Кубертен выбирал лично: их произведения были выставлены для публики во время проведения соревнований, а золотые медали отправлены по почте.

Первыми олимпийскими чемпионами в архитектуре стали швейцарцы Альфонс Лаверрьер (1872–1954) и Эжен Моно (1871–1929). Еще в 1911 г. их проект «Олимпия на правом берегу озера Женева» (целая спортивная экосистема с аренами, ресторанами, отелями и музеем) победил в инициированном Кубертеном конкурсе «Современная Олимпия». На Играх-1912 А. Лаверрьер и Э. Моно представили часть своего основного проекта – «План строительства современного стадиона», за что и получили золотые медали.

Также на конкурс скульпторов свои работы отправили П. Трубецкой (в 1900 г. на парижской Всемирной выставке разделил Гран-при со знаменитым О. Роденом) и Р. Бугатти (брат основателя автомобильной компании), знаменитый своими скульптурами животных, которые в XXI в. уходят с аукционов за 1-3 млн. долларов. Но никто из них медали не получил.

Для Кубертена идеал совмещения спорта и искусства воплотил американский конкурсант У. Уайнэнс (1852–1920), который на Играх 1908 и 1912 гг. завоевал золото и серебро в стрельбе по подвижным мишеням (силуэтам оленей в натуральную величину) и добавил к ним золото за скульптурное изображение запряженного рысака. Но одного из чемпионов конкурса искусств 1912 г. отметили особенно: в официаль-

ном отчете об Играх была целиком напечатана «Ода спорту». Представившись двумя псевдонимами – Жорж Хород и Мартин Эшбах, в литературном состязании принял участие сам Пьер де Кубертен. В свои строки он вложил основные принципы олимпийского спорта.

На VII летних Олимпийских играх 1920 г. В Антверпене (Бельгия) конкурсы искусств включали художественные соревнования по 5 категориям: музыка, живопись, архитектура, скульптура и литература. Вручено 3 золотых, 5 серебряных и 3 бронзовых медали. В архитектурном конкурсе победа не была присуждена никому (золотая медаль не вручалась), а вот серебряная награда вручена Хольгеру Синдинг-Ларсену (1869–1938) за произведение «Проект гимнастической школы». Бронзовая медаль не присуждалась.

В литературном конкурсе участвовал Раньеро Николаи (1893–1958) – итальянский поэт, прозаик, он стал чемпионом летних Олимпийских игр 1920 г. В Антверпене, его поэма «Олимпийские песни» по праву были удостоена золотой медали. Серебряная награда была присуждена Теодору Андреа Куку (Великобритания) за произведение «Олимпийские игры в Антверпене». Бронзовой награды был удостоен бельгиец Морис Бладель (1861–1949) за оду «Хвала богам».

В музыкальном конкурсе победу одержал Жорж Монье (Бельгия), автор произведения «Олимпийская музыка». Серебряная награда досталась Оресту Риве (Италия) за произведение «Песнь триумфа».

В конкурсе живописи победа и звание чемпиона не присуждались, соответственно, золотая медаль осталась не врученной. А вот серебряная награда досталась француженке Генриетте Бросин де Полански (1884–1945) за творение «Прыжок». Бронзовая медаль досталась бельгийскому художнику Альфреду Осту, его картина «Футболист» заняла третье место.

В конкурсе скульптур сложилась наиболее острая конкуренция, где первенствовал бельгиец Альберик Коллин (1886-1962) и его работа «Сила». Отметим, что в этой номинации на подиум поднялись все представители Бельгии: на второй позиции остался Симон Гуссенс (1893–1964) со статуей «Конькобежцы», на третьей – Альфонс де Купер (1887–1950) с фигурами «Толкатель ядра» и «Бегун».

Настоящий прорыв в конкурсе искусств произошел на Играх-1924 в Париже: 189 конкурсантов из 24 стран представили 283 работы во всех категориях, но лишь 158 из них были одобрены жюри как соответствующие теме прославления спорта и допущены к оценке. В отличие от шведов французские деятели искусств с охотой взялись помочь местному олимпийскому комитету в экспертной организации конкурса. Они видели в этом проекте возможность открыть новые таланты. К примеру, скульпторы считали конкурс отличным шансом создать новую, современную эстетику тела, переключив внимание публики с античных образцов.

Французские организаторы составили четкие требования к конкурсным работам и разослали их для публикации в газеты стран – участниц Олимпиады. Это позволило собрать большое количество произведений, которые за несколько недель до открытия Игр были выставлены в Большом дворце (в 1924 г. там пройдут соревнования по фехтованию и тхэквондо).

В отличие от Олимпиады-1912, где всю ответственность за выбор лучших взял на себя Кубертен, в Париже каждую дисциплину оценивало свое профессиональное жюри численностью около 30 человек. Так, одним из арбитров музыкального кон-

курса был выдающийся композитор Игорь Стравинский (1882–1971), эмигрировавший из России в 1914 г. Среди художественных произведений также были представлены скульптуры и картины трех российских авторов, представителей эмиграции, но в конкурсную программу они не попали. Всего на проведение конкурса искусств в рамках Олимпиады-1924 было затрачено 626,594 франка. Так как изначальный общий бюджет в 30 млн. франков по ходу подготовки сократили до 6 млн., были урезаны многие статьи расходов, в том числе и на проведение творческого конкурса. Однако был организован сбор дополнительных средств, что позволило увеличить смету конкурса искусств на 100,000 франков.

На VIII летних Олимпийских играх 1924 г. В Париже (Франция) среди литераторов были отмечены: званием чемпиона с вручением золотой медали – Гео Чарльз (Франция) за эссе «Олимпийские игры», награждены серебряными медалями – Йозеф Петерсен (Дания) за сочинение «Эвриала», Дороти Маргарет Стюарт (Великобритания) за творение «Песнь меча».

Серебряным призером стал Джек Йейтс (Ирландия) за витраж «Плавание», бронзовым – Йоханнес ван Хелл (Нидерланды) за полотно «Конькобежцы». В конкурсе скульпторов золотую медаль получил Константин Димитриадис (Греция) за статую «Финский метатель диска», серебряную медаль – Фрэнсис Хельденштайн (Люксембург) за композицию «В Олимпию», бронзовые медали – Клод-Леон Маско (Франция) за творение «Семь спортивных медалей» и Жан Рене Гоген (Дания) за фигуру «Боксер».

Бронзовыми медалями награждены Оливер Гогарти (Ирландия) за «Оду командным играм» и Чарльз Антуан Бонне (Франция) за произведение «Перед лицом бога Олимпии». В музыкальном конкурсе награды не присуждались.

Примечательным стал тот факт, что участие в VIII летних Олимпийских играх 1924 года принимали три художника из Советского Союза, в то время как на официальном уровне СССР игнорировал Олимпийские игры, считая их «буржуазным» мероприятием. Одним из троих был скульптор русского происхождения Сергей Юрьевич (англ. Sergey Yuryevich). Двое выходцев из России участвовали в конкурсе по живописи – это художник Александр Яковлев (англ. A. Yakovlev) и выступавшая под именем княгини Марии Нижарадзе (англ. Princess M. Nigeradze) поэтесса и художница Мария Вега (1898-1980), автор текста популярной песни «Институтка». И хотя русским олимпийцам не удалось завоевать медали, это были первые попытки приобщения Советской России к международному олимпийскому движению.

Значение художественных конкурсов значительно возросло на IX летних Олимпийских играх 1928 г. В Амстердаме. Среди номинантов было заявлено 370 участников (332 мужчины и 38 женщин) из 19 стран. Сроки конкурсов были растянуты во времени в отличие от самих олимпийских состязаний. Они прошли в период 17 мая по 12 августа и включали художественные соревнования по 13 номинациям внутри пяти категорий: скульптура, литература, архитектура, музыка, графика и живопись.

Из-за Великой депрессии и удаленности Лос-Анджелеса на Олимпийских играх 1932 г. участников было меньше, чем в 1928 г. В то же время на художественные конкурсы это не повлияло. В художественных олимпийских состязаниях приняли участие 587 человек (511 мужчин и 76 женщин) из 36 стран. Было вручено 8 золотых, 9 серебряных и 6 бронзовых медалей в конкурсах по музыке, литературе, архитектуре, графике, живописи и скульптуре.

В жюри входили видные профессионалы в разных видах искусства. Так, по архитектуре членами жюри были Готтлиб Элиэль Сааринен (финский архитектор и дизайнер, основоположник стиля модерн), Артур Браун (1874–1957), Мирон Хант (1868–1952) – американские архитекторы; по литературе, музыке, скульптуре – французский писатель Андре Моруа (1885–1967), американский пианист, композитор и педагог Рубин Голдмарк (1872–1936), шведский скульптор Карл Миллес (1875–1955), знаменитый в большей мере своими фонтанами.

Художественные конкурсы на Олимпийских играх 1936 и 1948 гг. публика также принимала с одобрением, независимо от уменьшения числа участников. Так, например, в Играх в 1936 г. приняли участие 527 человек (497 мужчин и 30 женщин) из 24 стран. Было вручено 9 золотых, 12 серебряных и 11 бронзовых медалей. Постепенное снижение числа участников было обусловлено стремлением ограничить такие состязания, вывести их за рамки программы Олимпийских игр, и уже на Играх в 1948 г. общее число участников уменьшилось до 324 человек (272 мужчины и 52 женщины) из 27 стран. Было вручено 8 золотых, 11 серебряных и 13 бронзовых наград.

Конкурсы искусств на XI летних Олимпийских играх 1936, проводившиеся во время усиления в Германии власти нацистов, частично сопровождались бойкотом со стороны представителей искусства из демократических стран. Многие деятели искусства и молодые талантливые искусствоведы, литераторы, художники, архитекторы и поэты отказались ехать в фашистскую Германию, где явными стали процессы нарушения прав человека, преследования за религиозные убеждения и национальную принадлежность. Последний факт обеспечил доминирование немецких представителей практически во всех номинациях проводимых конкурсов. Они по-прежнему были дифференцированы по категориям «архитектура», «литература», «музыка», «живопись и графика», «скульптура», а сами художественные соревнования прошли в 15 номинациях внутри отмеченных категорий.

Так, например, из 32 разыгранных медалей 12 медалей остались в Германии. Конечно, не обошлось без протекции и предвзятости. Конкурс архитекторов в номинации «градостроительные проекты» выиграли Вернер и Вальтер Марх (Германия) за натур-макет «Олимпийский парк в Берлине», серебряная медаль вручена Вернеру Марху (1894–1976) за архитектурный комплекс «Райхшпортфельд», в силу чего он считается наиболее успешным участником этих Олимпийских игр среди зодчих. Их соотечественники доминировали в следующих конкурсах и номинациях: конкурс литературы, номинация «лирические произведения», выиграл Франц Зондигер (псевдоним Феликс Дюнен), представив произведение «Бегун».

В конкурсе музыкантов в номинации «сольное и хоровое пение» одержал верх Пауль Хеффер (1895–1949) с творением «Олимпийская клятва». В номинации «оркестровая музыка» не было равных Вернеру Эгку (1901–1983) за «Олимпийскую праздничную музыку», текст Карла Дима (1882–1962).

В конкурсе «скульптура» в номинации «рельефы» в выигрыше оказался Эмиль Сутор (1888–1974) за офорт «Барьеристы».

Серебряные медали за круглую скульптуру «Десятиборец» достались Арно Брекеру (1900–1994) и за прикладную графику «Международные автогонки» – Альфреду Хирлю (1910–1950), а также Курту Томасу (1904–1973) за сольное и хоровое пение «Кантата к Олимпийским играм 1936» в конкурсе музыкантов и Вильгельму Эмеру

(1896–1976) «На вершине мира» в номинации «Эпические произведения» в конкурсе литераторов.

Бронзовые медали вручены Теодору Нусбауму (1885–1956), его проект «План Кельна и спортивные сооружения» номинировался в конкурсе архитекторов. Харальд Генцмер (1909–2007) стал третьим в номинации «Сольное и хоровое пение» за произведение «Бегун». Четыре медали вручены австрийцам, пять медалей – итальянцам, две – японцам, заметим, что это были представители стран – пособников нацистов во Второй мировой войне.

Лишь одна медаль (серебряная) досталась американцу Чарльзу Даунингу Лею (1877–1956) за градостроительный проект «Военно-морской парк Бруклина» в конкурсе архитекторов, одна медаль (золотая) – финну Урхо Кархумаки (1891–1947) за эпическое произведение «В свободной воде» в конкурсе литераторов, одна медаль – швейцарцу Алексу Диггельману (1902–1987) за «Плакат Ароза I» по прикладной графике в конкурсе живописцев, три медали вручены полякам, по одной чеху и шведу. Никто не был награжден за участие в номинациях «Драматические произведения» в конкурсе литераторов, в номинации «Инструментальная музыка» в конкурсе музыкантов, в номинации «Гравюры» в конкурсе живописцев.

На XIV летних Олимпийских играх 1948 г. В Лондоне (Великобритания), когда в последний раз в программу Игр входили художественные конкурсы – соревнования по 14 номинациям внутри категорий: «архитектура», «литература», «музыка», «живопись и графика», «скульптура», шведский скульптор Густав Нордаль (1903–1992) прославился, выиграв золотую медаль в номинации «Круглая скульптура».

На конгрессе МОК в 1949 г. обсуждался доклад, согласно которому практически все участники художественных конкурсов были профессионалами, занимающимися искусством за деньги, что не соответствовало любительскому статусу Олимпиад. Поэтому соревнования решено было заменить на выставки без наград и медалей. Это вызвало ожесточенные дебаты в рамках МОК.

В 1951 г. МОК решил вернуть художественные конкурсы в программу XV летних Олимпийских игр 1952 г. В Хельсинки. Однако финские организаторы отказались от этой идеи под предлогом недостатка времени на подготовку. На конгрессе МОК в 1954 г. окончательно было решено заменить художественные конкурсы выставками.

Начиная с 2004 года, МОК проводит конкурсы, куда художники могут посылать свои произведения искусства. Медали не выдаются, но есть денежные призы. Согласно рекомендации «26 Олимпийской повестки дня МОК» до 2020 г. заключалась в том, что МОК должен «продолжать укреплять смешение спорта и культуры на Олимпийских играх и между ними», а также, среди прочего, «развивать программу проживания артистов» во время проведения Игр. В результате на Играх 2016 года в Рио-де-Жанейро впервые во время Игр проживали современный художник «JR», писатель Тильман Спенглер и цифровой художник Джеральд Андал. А в 2018 году в Пхенчхане инновационный «Олимпийский художественный проект» объединил четырех олимпийцев, которые также являются художниками, для создания серии коротких видеороликов и проведения мастер-классов по живописи в Олимпийской деревне.

Заключение. Конкретные детали проведения художественных конкурсов видоизменялись с 1912 по 1948 гг., но основные правила оставались прежними. Все заявки должны были вдохновляться спортом и быть оригинальными, до Олимпийских игр

их не разрешалось где-либо заранее обнародовать. Как и в спортивных состязаниях, в художественных конкурсах предусматривались награды золотыми, серебряными и бронзовыми медалями. Авторам разрешалось представлять несколько своих произведений, но число их было ограничено. Теоретически для участника существовала возможность выиграть несколько медалей в одной и той же категории.

Видение Пьера де Кубертена о том, чтобы «искусство и литература объединились со спортом для обеспечения величия Олимпийских игр» на сегодняшний день чрезвычайно актуально, поскольку позволяет реализовать новые культурные инициативы, фестивали, долгосрочные проекты с целью формирования диалога межнационального взаимодействия для повышения гуманистической ценности союза спорта и искусства.

1. Богданова, М. А. Культурное содержание олимпизма: от античности к современности / М. А. Богданова // Вестник томского государственного университета. – 2010. – № 336. – С. 55–59.

2. Олимпиадное движение в содержании образовательной подготовки студентов высшей школы / В. Г. Тютюков [и др.] // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2020. – № 12 (190). – С. 273–282.

3. Соловьева, Н. Г. Интеграция олимпизма посредством межпредметного взаимодействия в систему формирования здоровьесбережения и физического воспитания учащихся / Соловьева Н. Г., Зайко А. И. // Вестник науки и образования. – 2017. – Т.1., № 5(29). – С. 81–85.

4. Функции олимпийского воспитания в системе гуманитарного образования обучающихся / А. А. Романов [и др.] // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 4 (206). – С. 363–367.

Ли Сяолун, Михеев А.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

КИТАЙСКИЕ ТРАДИЦИОННЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Li Xiaolong, Mikheev A.A.
Belarusian State University of Physical Culture

CHINESE TRADITIONAL NATIONAL SPORTS: HISTORY AND MODERNITY

Аннотация. Статья дает представление о значении традиционных китайских национальных видов спорта, их истории на разных этапах, о том, что в Китае сформировалась самостоятельная теоретическая система, играющая важную воспитательную роль в процессе общественного развития, и о том, что в процессе глобализации некоторые из видов традиционных китайских национальных видов спорта стали известны и приняты во всем мире.

Ключевые слова: традиционные национальные виды спорта; история; современность.

Abstract. The article provides an insight into the significance of traditional Chinese national sports, their history at different stages, the fact that China has formed an independent theoretical system that plays an important educational role in the process of social development, and the fact that in the process of globalization, some of the traditional Chinese national sports are known and accepted all over the world.
Keywords. traditional national sports; history; modernity.

Традиционные национальные виды спорта – это виды спорта с ярко выраженными национальными и региональными особенностями, сформировавшимися на основе специфических природных условий, исторических процессов развития и культурных особенностей. Они несут в себе историю, культуру, ценности и образ жизни народа, отражает идеологические особенности, духовное мировоззрение и эстетические интересы народа в разные эпохи, содержит глубокую и долговечную культуру [1]. Прослеживая историю традиционных национальных видов спорта, можно постичь их культурный смысл и ценности; в процессе непрерывного развития общества можно активно строить систему наследования, которая отвечает развитию общества, адаптируется к потребностям социального развития, обеспечивает народу богатую и красочную духовную и культурную жизнь и спорт для укрепления здоровья. Китайские традиционные национальные виды спорта – это культурные программы, сформированные народностью Хань в качестве основы, объединяющей культуры многих национальностей, и является общим термином для традиционных спортивных деятельностей различных национальностей для поддержания здоровья, фитнеса и отдыха [2].

Истоки традиционных национальных видов спорта восходят к ранним стадиям развития человеческого общества. Первобытные люди выживали в суровых условиях, которые требовали не только быстрого бега, но и владения такими жизненными навыками, как прыжки, лазание, метание и т. д. Необходимость личного выживания потребовала от человека в ходе эволюции овладеть широким спектром физических навыков. Древнекитайское общество было аграрным, где материальную основу выживания составляла земля, что было более стабильно по сравнению с кочевыми народами, но древний Китай из-за своей географии подвергался постоянному вторжению других стран, возникали войны, что делало физические навыки сельскохозяйственного производства военной необходимостью в войнах. Ранние виды спорта были представлены в основном охотой, стрельбой из лука и конными скачками. В феодальном обществе спортивные занятия были тесно интегрированы с религиозными, военными и церемониальными аспектами и стали неотъемлемым компонентом социальной культуры. Например, ушу и конный спорт были не только частью подготовки солдат, но и частью национальных церемоний, таких как фестивали и ритуалы, и в то же время удовлетворяли физические потребности людей в упражнениях.

По мере того, как общество стабилизировалось, а крестьяне занимались физической активностью в сельском хозяйстве, сопровождаемой производительным трудом, постепенно возник ряд других видов деятельности, связанных с трудом, и спорт постепенно отделился от натурального хозяйства. В древние времена у высшей знати было много любимых занятий в свободное время, среди которых были и занятия с

примитивными элементами спорта, такие как акробатические представления, танцы дракона, танцы льва, игры и т. д. В последнее время в Китае появились западные виды спорта, которые стали основными. Вместе с тем, традиционные национальные виды спорта все еще сохраняют свою жизнеспособность.

После основания Нового Китая традиционные национальные виды спорта стали стремительно развиваться. С точки зрения политики: в январе 1954 года Государственная комиссия по спорту впервые упомянула «национальные формы спорта» в своем докладе об усилении работы в области национального спорта и физического воспитания; в сентябре того же года была обнародована Конституция Китайской Народной Республики, гарантирующая права и интересы различных национальностей и обеспечивающая развитие дела национального спорта с социальной, политической и правовой точек зрения. В 1981 году Государственная комиссия по спорту предложила в докладе Национального симпозиума по национальным видам спорта проводить все виды традиционных национальных спортивных мероприятий, организовывать соревнования и выставки; в 1984 году был принят Закон о региональной национальной автономии, в котором говорится, что «автономные национальные районы должны самостоятельно развивать свои спортивные предприятия, проводить традиционные национальные спортивные мероприятия и повышать физическую подготовку людей всех этнических групп». В 1995 году был принят Закон о спорте Китайской Народной Республики, в котором говорится, что «государство должно поддерживать развитие спорта и подготовку национальных спортивных талантов в национальных районах». В новую эпоху, совершенствуя правовую систему, партия и государство продолжают создавать политические условия для реформы традиционных национальных видов спорта и культуры. В 2006 году Главное государственное управление по делам спорта совместно издало Циркуляр об утверждении мнений по укреплению традиционного национального спорта, который оказывает всестороннюю поддержку традиционному национальному спорту с точки зрения институциональных и политических гарантий, подготовки специалистов и использования средств, а также поощряет проведение всех видов традиционных национальных спортивных мероприятий, чтобы расширить влияние традиционного национального спорта в Китае. С непрерывным развитием экономики рыночные отношения открыли возможности для развития традиционных национальных видов спорта, и в 2010 году Государственный совет издал «Руководящие указания по ускорению развития спортивной индустрии», в которых содержатся конкретные рекомендации по усилению развития рынка и продвижения традиционных национальных видов спорта на уровне национальной политики. В 2016 году государство опубликовало «Основные положения плана *“Здоровый Китай 2030”»,* в котором указывается, что спортивные программы, в которых участвуют различные группы населения, такие как фитнес-цигун и тайцзицюань, должны активно поддерживаться и продвигаться; а «Основные положения строительства сильного спортивного государства», опубликованные в 2019 году, способствовали дальнейшей реализации национальной стратегии национальной физической подготовки и содействовали строительству здорового Китая. Реализация этих стратегий способствовала развитию традиционных национальных видов спорта [3□4] .

Что касается соревнований, то они проводились в 1953, 1982, 1986, 1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015 и 2019 годах; а 12-е традиционные национальные спортивные игры пройдут в провинции Хайнань, Китай, с 22 по 30 ноября 2024 года; соревнования разделены на конкурсные (18 мероприятий) и выступления (ожидается около 160 мероприятий) [5]. В рамках национальных традиционных спортивных игр под руководством части провинциальных, префектурных народных игр также были разработаны, по состоянию на 2020 год, Китай имеет 28 провинций, автономных районов и муниципалитетов непосредственно под центральным правительством, чтобы провести ряд провинциальных народных игр; Юньнань Цюцзин города и Шаотун города, Харбин города, Хэйлунцзян, Гуанси Хэчжоу города, Хунань Хуайхуа города, Хайси префектуры, Цинхай, Шаннань города, Тибет и другие муниципалитеты и уезды также были проведены в местных народных игр турниров [4].

Что касается теоретических аспектов традиционных национальных видов спорта, то в 1985 – 1990 годах на основе глубоких раскопок и сопоставления документов и предметов был составлен и опубликован «Журнал традиционных китайских видов спорта». В эту книгу вошли 56 наций Китая, в общей сложности 977 традиционных видов спорта, что способствовало дальнейшему формированию и интеграции системы китайской традиционной спортивной культуры. В 2003 году Главное государственное управление спорта организовало съемку документального фильма о традиционных китайских национальных видах спорта, в который вошли 127 традиционных видов спорта разных национальностей и 14 соревнований Национальных народных игр. Статистика Шестых традиционных национальных спортивных соревнований в 1999 году показывает, что в настоящее время в Китае насчитывается более 1000 национальных и традиционных видов спорта, количество и разнообразие которых являются одними из самых разнообразных в мире. В 1980-х годах теория спорта в Китае стала более зрелой; в 1996 году специальность «Спортивная наука» была включена в список дисциплин первого уровня, а в 1997 году – «Спортивная наука о человеке и социологии», «Спортивная наука о человеческих упражнениях», «Спортивная наука о физическом воспитании и тренировке», «Спортивная наука о национальных традиционных мероприятиях» [2, 6]. Благодаря использованию образовательных и научных методов исследования традиционные национальные виды спорта в Китае были стандартизированы, научно обоснованы и популяризированы.

Физическая культура и спорт в школах являются важными средствами укрепления физического здоровья учащихся. Программы традиционных национальных видов спорта могут обогатить содержание преподавания физической культуры; внедрение в школах ушу, тайцзицюань, шаттла, скакалки и художественной скакалки не только способствует наследованию и развитию программ традиционных национальных видов спорта, но и доказано, что упражнения ушу могут контролировать физическую форму подростков и улучшать их физические качества (координацию, ловкость и силу мышц). Повышая физическую активность, оно решает проблемы ожирения и недостаточной физической активности подростков.

В настоящее время глобализация, в определенной степени, проявляется как вестернизация. В области спорта, наряду с процессом глобализации Олимпийских игр, западные виды спорта постепенно становятся доминирующими видами спорта в мире, что свидетельствует о том, что физические культуры различных националь-

ностей мира совпадают с западной культурой. Противодействие экспансии одной культуры, укрепление культурной коммуникации между народами и создание новой системы диверсифицированной мировой спортивной культуры может не только обеспечить интересы каждой страны, но и послужить основой для долгосрочного развития физической культуры человечества. Каждая нация и страна несет ответственность за защиту своей культуры. Например, Япония продвинула свой традиционный вид спорта – дзюдо – на Олимпийские игры, корейское тхэквондо приблизилось к Олимпийским играм; Китай активно внедряет ушу в Олимпийские игры и широко продвигает его по всему миру, проводя всемирные игры [7].

Помимо ушу, все более совершенными и зрелыми становятся следующие традиционные китайские национальные виды спорта.

1. Китайская борьба, которая была классифицирована как национальный вид спорта и провела национальные соревнования в 1953 году; система рейтинга спортсменов в китайской борьбе была введена в 1956 году; правила китайской борьбы были введены в 1957 году; и после этого соревнования проводились ежегодно;

2. Цзяньцзы (азиатская игра в шаттл), первые официальные соревнования были проведены в 1956 году и были сформулированы простые правила; в 1984 году соревнования были включены в список официальных, были организованы национальные пригласительные турниры, и в том же году были обнародованы правила соревнований; ряд видов спорта вышел за пределы страны и был принят людьми во всем мире;

3. Дракон (лодка), в основном в память о поэте «Цюй Юань» более 2000 лет назад, а затем проводится в рамках ежегодного фестиваля лодок-драконов; в 1982 году во втором разделе национальных традиционных игр страны, как мероприятие по представлению, в 1984 году как официальное соревнование; в 1991 году Международная лодка – дракон В 1991 году была создана Международная федерация лодок – драконов, которая с 1992 по 1994 год обнародовала правила и положения соревнований, а также регулярно организовывала гонки на лодках – драконах;

4. Роуп-скиппинг, зародившийся в Китае, имеет более чем тысячелетнюю историю, сочетая оригинальные движения и добавляя новые элементы, он сформировал новый вид спорта – художественный прыжки со скакалкой; в 1999 году он занял первое место на Шестых этнических традиционных спортивных играх; после 2000 года он быстро развивался, сформулировал правила скакалки, положение о соревнованиях, создал специальную организацию управления и проводил соревнования на регулярной основе. Благодаря Шелковому пути роуп-скиппинг распространился по всему миру. В настоящее время наиболее авторитетной, представительной и структурно целостной организацией в мире является «Международный союз роуп-скиппинга», основанный в 1996 году и насчитывающий на сегодняшний день 60 стран – членов; в Азии и Европе в 2001 и 2002 годах соответственно были созданы «Организации союза роуп-скиппинга». В Великобритании, США, Японии, Южной Корее, Сингапуре и других странах роуп-скиппинг был включен в число официальных соревнований в рамках национальных игр.

Таким образом В Китае традиционные национальные виды спорта получили широкое распространение, сформировали самостоятельную теоретическую систему, сыграли роль в укреплении здоровья и некоторые из них были приняты народами всего мира.

1. 李方. 民族传统体育的文化内涵与价值[J] = Смысл и ценность традиционной национальной физической культуры / Ли Фан // Спортивные товары и технологии. – 2024. – № (16). – С. 75–77.
2. 李圣. 民族传统体育概论教程[M]. 云南：云南科技出版社 = Введение в спорт в национальных традициях / Ли Шэн. – Юньнань: Издательство науки и техники Юньнань, 2008. – 302 с.
3. 饶远，张云钢，徐红卫. 论中国少数民族体育政策的特征与启示[J] = О характеристиках и последствиях национальной спортивной политики Китая / Рао Юань, Чжан Юнган, Сюй Хунвэй // Спортивная наука. – 2007. – № (10). – С. 56–60.
4. 黑生林. 1949年以来我国民族传统体育的历史成就及未来发展路向[J] = Исторические достижения традиционных национальных видов спорта в Китае с 1949 года и пути дальнейшего развития / Хэйшенлин // Спортивная наука и техника Аньхой. – 2024. – № 45 (03). – С. 12–17.
5. 韦晓康，赵妍. 建党百年中国少数民族传统体育事业的成就与使命[J]. = Достижения и миссии китайских национальных традиционных видов спорта в столетнюю годовщину основания партии / Сяокан Вэй, Янь Чжао // Журнал Пекинского спортивного университета. – 2021. – № 44 (06). – С. 130–140.
6. 王令智，王浩，王云等. 《中华民族传统体育志》项目数量梳理研究[J] = Исследование количественного состава предметов в «Традиционных китайских национальных видах спорта» / Ван Линчжи [и др.] // Изучение ушу. – 2021. – № 6 (12). – С. 68–69.
7. 白晋湘. 民族传统体育的现代化与现代化中的民族传统体育[J] = Модернизация традиционных национальных видов спорта и традиционные национальные виды спорта в условиях модернизации / Бай Цзиньсян // спортивная наука. – 2004. – № (01). – С. 65–67.

Люкевіч Ул.П.
Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт

ФІЛАСОФІЯ ФУТБОЛА. ПРЭЗІДЭНТЫ ФІФА. РАБЭР ГЕРЭН

Lukievic Ul.P.
Brest State University

PHILOSOPHY OF FOOTBALL. FIFA'S PRESIDENTS. ROBERT GUERIN

Анатацыя. У іерархіі відаў спартыўнай дзейнасці футбол бясспрэчна дамінуе праз шэраг самых разнастайных паказальнікаў. Такое становішча патрабуе пэўнага тэарэтычнага асэнсавання. З пункту гледжання філасофскай рэфлексіі феномен футбола магчыма прааналізаваць у такіх вызначальных накірунках, як узнікненне, станаўленне, фармаванне, развіццё і распаўсюджванне гэтай гульні па ўсім свеце. Зразумела, што роля асобы ў гэтым працэсе таксама мае вельмі важнае значэнне.
Ключавыя словы: Рабэр Герэн; спорт; філасофія; ФІФА; футбол.

Abstract. In the hierarchy of sports activities, football undoubtedly dominates through a number of diverse indicators. Such a situation requires a certain theoretical understanding.

From the point of view of philosophical reflection, the phenomenon of football can be analyzed in such defining directions as the emergence, formation, development and spread of this game around the world. It is clear that the role of the individual in this process was very important.

Keywords: Robert Guérin; sport; philosophy; FIFA; football.

Сучасны спорт займае значнае месца ў сістэме сацыяльнай структуры грамадства. Ён трывала зінтэграваны з эканомікай, фінансамі, культурай, шоў-бізнэсам, палітыкай. Сярод самых разнастайных відаў спорту футбол вызначаецца як безальтэрнатыўны лідэр у рэйтынгу самых папулярных гульняў, якія паўсталі на працягу развіцця чалавецтва. На ўсім свеце ім займаюцца больш за 240 млн. людзей, а галоўная арганізацыя, што аб'ядноўвае прыхільнікаў гэтай гульні, налічвае ў сваім складзе больш краінаў, чым Арганізацыя Аб'яднаных Нацыяў: калі членамі першай з'яўляюцца прадстаўнікі 211 нацыянальных асацыяцыяў, то другая прадстаўленая 193 суверэннымі дзяржавамі.

Філасофскае асэнсаванне футболу патрабуе найперш звярнуцца да гістарычных вытокаў гэтай самай папулярнай гульні на свеце. Кароткі пералік найбольш агульнай інфармацыі пра гэты від спорта з шэрагу самых разнастайных крыніцаў зводзіцца да таго, што ўжо ў 1280 годзе ў Англіі з'явілася апісанне спаборніцтва, сутнасць якога дазваляла выкарыстоўваць ногі. Пазней, у1409 годзе, пачынае ўжывацца паняцце футбол. Нарэшце ў 1863 годзе было створанае першае на свеце футбольнае таварыства. Традыцыйна лічыцца, што менавіта Брытанія стала радзімай гульні ў футбол. Разам з тым нельга абыйсці той факт, што пад час Міжнароднай футбольнай выставы 15 ліпеня 2004 года ў Пекіне (Кітай) вышэйшыя ўлады галоўнай сусветнай арганізацыі гэтага віду спорта ФІФА (FIFA, фр. Fédération Internationale de Football Association; анг. International Federation of Association Football) прызналі сапраўднасць знаходак у гэтай краіне з 300 года да н.э., і ў сувязі з тым менавіта Кітай быў абвешчаны радзімай футболу [гл.: 1, с. 44]. Але сістэмнае станаўленне сучаснага сусветнага футболу пачынаецца менавіта з моманту ўтварэння FIFA, г.зн. 21 траўня 1904 года.

Актуалізацыя дадзенага матэрыялу палягае на тым, што дзякуючы вызначэнню падставовых пазіцыяў футболу на пачатку XX стагоддзя магчыма прасачыць дынаміку ўзнікнення, фармавання, станаўлення, развіцця і распаўсюджвання гэтай гульні. Нельга не адзначыць, што ў той перыяд на хвалі адраджэння алімпійскага руху паралельна актыўна ствараліся лакальныя спартыўныя клубы, паўставалі рэгіянальныя, нацыянальныя і міжнародныя аб'яднанні, арганізацыі і федэрацыі, якія праводзілі спаборніцтвы рознага ўзроўню. На чале гэтага руху звычайна выяўляліся найбольш актыўныя асобы, якія потым займалі галоўныя пасады ў кіраўніцтве.

Адным з тых, хто быў у шэрагах пачынальнікаў міжнароднага футбольнага руху, стаў французскі журналіст і спартыўны функцыянер Рабэр Герэн (Robert Guérin). Менавіта ён з'яўляецца адным з галоўных заснавальнікаў ФІФА. Яму належыць ключавая роля ў справе аб'яднання футбольных нацыяў дзеля ўсеагульнага посыпеху. Постаць самаго Герэна працяглы час заставалася па-за ўвагай не толькі шырокіх колаў публічнасці і аматараў спорту, але і гісторыкаў футболу, а некаторыя факты ягонага асабістага жыцця паўстаюць як сапраўднае адкрыццё. Напрыклад, ягонае сапраўднае імя Марыс Рабэр (Maurice Robert). Менавіта так гучалі імя і прозвішча

першага прэзідэнта ФІФА. Марыс Рабэр нарадзіўся ў Рэймсе ў 1876 годзе, а ягонае поўнае імя гучала як Клямен Агюст Марыс Рабер (Clément Auguste Maurice Robert).

Няшмат вядома пра першыя дваццаць гадоў ягонай прафесійнай і грамадскай дзейнасці. Аднак за гэты час ён настолькі ўдасканаліў англійскую мову, што ў 1898 годзе становіцца членам Таварыства распаўсюджвання замежных моваў. Ён працаваў у сферы гандлю, жыў у Парыжы на Манмартры, дзе, дарэчы, і правёў усё сваё наступнае жыццё. Важным крокам у ягоным далучэнні да спорту сталася тое, што ў 1896 годзе ён трапляе да мультыспартыўнага клубу Union Sportive Parisienne, і з часам на працягу 1900-1904 гадоў пачынае выконваць абавязкі сакратара. У сувязі з гэтым у сродках масавай інфармацыі яго імя стала ўжывацца ў якасці кантактнай асобы па пытаннях правядзення гульняў, дзе напачатку ён быў вядомы як Марыс Рабэр, а пасля змены прозвішча як Рабэр-Герэн. Прычына змены прозвішча дагэтуль здаецца не да канца зразумелай.

Марыс Рабэр-Герэн затым пачынае супрацоўнічаць з Саюзам французскіх лёгкаатлетычных спартыўных таварыстваў (USFSA, (фр. Union des sociétés françaises de sports athlétiques), дзе адначасова выконваў абавязкі казначэя і сакратара. Але перад усім зацікаўленасць футболам пераважала іншыя інтарэсы. Акрамя судзейства матчаў ён яшчэ паспяхова займаўся спартыўнай журналістыкай.

Свае арганізатарскія здольнасці Марыс Рабэр-Герэн у поўнай меры праявіў у справе арганізацыі ФІФА. Ён адчуваў і ведаў, наколькі важнай з'яўляецца ідэя аб'яднання асацыяцыяў тых краінаў, дзе гуляюць у мяч. Справа была не толькі ў тым, каб арганізоўваць міжнародныя матчы і спаборніцтваў, але таксама ў тым, каб прывесці да адпаведнай трактоўкі правілы. Нягледзячы на спартыўную зацікаўленасць да вынікаў гульні, прывабнасць змаганняў адначасова азначала, што футбол выяўляў нацыянальную ідэнтычнасць каманд, а перамога ўспрымалася як перавага над краінай, якая прайграла. Каб надаць новай міжнароднай федэрацыі арганізацыйную моц, ён звярнуўся да сакратара Футбольнай асацыяцыі Англіі Фрэдэрыка Уола (Frederick Wall) з прапановай стаць часткай супольнасці, якая аб'яднае больш нацыянальных асацыяцый. Англічанін не прыняў запрашэння і матываваў гэта тым, што не бачыць пераваг такога супрацоўніцтва. Пра гэта Рабэр Герэн пазней узгадваў наступным чынам: "У 1903 годзе няцяжка было ўявіць, што футбол стане больш папулярным на ўсім свеце. Я вырашыў заснаваць Міжнародную федэрацыю футбольных асацыяцыяў у супрацоўніцтве з вельмі зацікаўленымі добрымі сябрамі… Я быў даволі здзіўлены, што ініцыятыву не падхапіла Англія, дзе футбол дамінаваў. Я меркаваў, што па праву старшынства належыла Футбольнай асацыяцыі Англіі" [гл.: 2].

Потым ён зноў спецыяльна выязджаў у Лондан, каб сустрэцца яшчэ раз з сакратаром тамтэйшай Футбольнай асацыяцыі Фрэдэрыкам Воллам (Frederick Wall). Той яго проста выслухаў і адказаў, што передаст усю інфармацыю ў раду дырэктараў. Далей Рабэру Герэну прыйшлося чакаць некалькі месяцаў, але ён так нічога не пачуў, таму наведаў Лондан нанова, дзе сустрэўся з лордам Кінэрдам (Lord Kinnaird), які ветліва выслухаў прапанову, але не даў дакладнай згоды.

З пункту гледжання сваёй журналісцкай і адміністратыўнай дасведчанасці Рабэр Герэн ад 1902 года звяртаўся да шырокіх колаў публічнасці з заклікам стварэння міжнароднага арганізацыйнага органа па футболе, бо, на ягоную думку, наспеў час

вызначыцца ў патрэбах тлумачэння самой падставы гульні, стандартызаваць яе правілы, утварыць нацыянальныя асацыяцыі ў кожнай краіне з мэтай прадстаўлення іх на міжнародным узроўні, распрацаваць падыходы да арганізацыі матчаў і спаборніцтваў сусветнага маштабу.

Нагодай прыспешанага развіцця падзеяў стала 1 траўня 1904 года. У гэты дзень Бельгія і Францыя арганізавалі першае міжнароднае спаборніцтва. Рабэр Герэн скарыстаўся гэтым выпадкам, каб на сустрэчы з прадстаўнікамі адпаведных футбольных арганізацыяў названых краінаў прапанаваць ідэю ўтварэння аб'яднанага таварыства.

І вось 21 траўня 1904 года ў Парыжы ў будынку Французскага спартыўнага саюзу на вуліцы Фабур Сэнт-Анарэ ў доме 229 (rue Saint-Honoré) сустрэліся футбольныя кіраўнікі, якія адказвалі за гэтую гульню ў сваіх краінах. З боку Францыі гэта былі Рабэр Герэн і Андрэ Эспір (Robert Guérin and André Espir), Бельгіі – Макс Кан і Луі Мюлінго (Max Kahn and Louis Muhlinghaus), Галандыі – Карл Вільхелм Хіршманн (Carl Wilhelm Hirschman), Швейцарыі – Віктар Шнайдэр (Victor Schneider), Даніі – Людвіг Сілаў (Ludwig Sylow). Акрамя таго, прадстаўнікі Швецыі даслалі тэлеграму пра сваю згоду аб уступленні ў федэрацыю. Усяго ў новастворануюарганізацыю ўвайшлі сем членаў, гэта Галандыя, Іспанія, Бельгія, Данія, Францыя, Швейцарыя, Швецыя. Менавіта яны заснавалі Міжнародную федэрацыю футбола і напісалі яе статут.

У першапачатковым варыянце Статуту ФІФА былі зафіксаваныя некалькі вызначальных пунктаў, а менавіта што:

1.Будуць прызнанымі толькі прадстаўленыя нацыянальныя асацыяцыі.

2.Гульцы могуць выступаць толькі за дзве нацыянальныя асацыяцыі адначасова.

3.Усе асацыяцыі будуць прызнаваць адхіленне гульца ў кожнай асацыяцыі.

4.Матчы павінны праводзіцца ў адпаведнасці з "Laws of the Game of the Football Association Ltd".

5.Кожная нацыянальная асацыяцыя павінна будзе плаціць штогадовы ўнёсак у памеры 50 французскіх франкаў.

6.Толькі ФІФА можа арганізоўваць міжнародныя матчы.

Як падкрэслівалася вышэй, пэўны час складанымі заставаліся адносіны з футбольнымі дзеячамі Вялікай Брытаніі. Менавіта пасля безвыніковых размоў з прадстаўнікамі Туманнага Альбіёну 28-гадовы Рабэр Герэн вырашыў ўзяць справу ў свае рукі і ініцыяваў сход, на якім была створаная ФІФА. Ён даволі неахвотна пагадзіўся з пасадай старшыні, але заставаўся на чале гэтай арганізацыі да 1906 года, пакуль нарэшце не ўдалося дамовіцца з Даніэлем Вулфалам (Daniel Woolfall) з Англіі, каб той стаў новым кіраўніком.

Неабходна падкрэсліць, што напружанасць у адносінах з брытанцамі тычылася таго, што яе прадстаўнікі патрабавалі месцы адразу для чатырох нацыянальных федэрацый, а менавіта Англіі, Паўночнай Ірландыі, Уэльса і Шатландыі. Дыпламатычныя здольнасці Рабэра Герэна праявіліся ў тым, што ён пасьля працяглых размоваў здолеў знайсці з імі паразуменне, і ў 1905 годзе ФІФА была прызнаная брытанцамі.

Пад кіраўніцтвам Рабэра Герэна ФІФА пачала арганізоўваць міжнародныя футбольныя спаборніцтвы. Першым афіцыйным турнірам ФІФА стаў мужчынскі

алімпійскі футбольны турнір, што адбыўся пад час Алімпіяды 1904 года ў Сэнт-Луісе. Гэта быў старт міжнароднага ўзроўню, які стварыў наступныя падставы да правядзення чэмпіянатаў свету і іншых міжнародных спаборніцтваў высокага ўзроўню.

Цікава адзначыць, што на пасадзе прэзідэнта футбольнай секцыі асацыяцыі USFSA, Рабэр Герэн фактычна быў яшчэ і менэджэрам зборнай Францыі пад час яе першых 12 гульняў, калі пачынаць з моманту яе дэбюту ў 1904 годзе супраць Бельгіі і ўдзелам у Алімпійскіх гульнях 1908 года ў Лондане. Шэраг вынікаў праведзеных матчаў стаўся шокам: паражэнні ад аматараў з Англіі 0:15 і 0:12, а яшчэ таксама ад Даніі 1:17 на Алімпіядзе.

Пасьля таго, як Рабэр Герэн пакінуў сваю дзейнасць у галіне футбольнага кіраўніцтва, ён даволі працяглы перыяд свайго жыцця працаваў спартыўным рэдактарам выдання Le Matin. Праўда, неабходна дадаць, што акрамя рэпартажаў пра футбол, ён захапіўся яшчэ і авіяцыйнай тэматыкай, пра яе друкаваў матэрыялы для шэрагу спецыялізаваных часопісаў. У галіне авіяцыі яму ўдалося дасягнуць пэўных посьпехаў, за што ў 1922 годзе ён стаў кавалерам Ганаровага легіёна, а ў 1934 годзе атрымаў званне афіцэра.

Да гэтага часу выклікае пэўнае здзіўленне факт, што такая публічная асоба як Рабэр Герэн з такой прэстыжнай рэпутацыяй, вяла даволі стрыманы стыль жыцця. Для нашчадкаў практычна не засталося асабістых фотаздымкаў і ўспамінаў. З іншага боку, не лепшым чынам на ягоную біяграфію паўплывала і тое, што Le Matin, - выданне, у якім ён працаваў, - займала прагерманскую пазіцыю, у выніку чаго ў 1944 годзе перапыніла сваю дзейнасць. Рабэр Герэн апынуўся на мяжы жабрацтва. Некалькі з ягоных асабістых лістоў, што былі падпісаныя практычна першы і апошні раз як Клеман Рабэр-Герэн, даюць магчымасць зразумець, у якім цяжкім фінансавым становішчы ён знаходзіўся тады, прычым са стратай зроку. Калі рабіць нейкія паралелі з яшчэ адной знакамітай асобай, ягоным суайчыннікам, ініцыятарам адраджэння ідэі Алімпізма П'ерам дэ Кубяртэнам (Pierre de Coubertin), то можна ў параўнанні падкрэсліць, што як першы, так і другі на прыканцы жыцця мелі сур'ёзныя праблемы ў фінансавым забеспячэнні.

Унёсак Рабэра Герэна ў фармаванне сістэмы кіравання ў футболе стварылі падставы для глабальнага распаўсюджвання гэтага віду спорта на ўсім свеце і выклікалі рэзкі ўзрост папулярнасці гэтай гульні. Як кіраўнік арганізацыі ён акцэнтаваў увагу на сумленную гульню, міжнароднае супрацоўніцтва і стратэгію развіцця футбола на розных узроўнях [гл.: 3]. Немалаважным з'яўляецца і факт прадбачання: ужо тады, для яго было важным падтрымліваць развіццё футболу па ўсіх магчымых накірунках, і, ў прыватнасці, падтрымаць развіццё і распаўсюджванне жаночага футболу, і ён імкнуўся да таго, каб ФІФА прызнала такі падыход. Ягоныя заклікі, - што можна прасачыць гістарычна, - знайшлі сваё ўвасабленне ў тым, што жаночы футбол зараз прысутнічае ў праграме Летніх Алімпійскіх гульняў, праводзяцца чэмпіянаты свету, першынствы кантынентаў, нацыянальныя спаборніцтвы, а таксама міжнародныя кубкавыя турніры, у якіх прымаюць удзел жаночыя каманды. Іншымі словамі, дзякуючы Рабэру Герэну былі створаныя ідэялагічныя падставы будучага развіцця, распаўсюджвання і прызнання жаночага футболу на ўсім свеце.

Аднак Рабэр Герэн так і не змог арганізаваць афіцыйны турнір, калі паўстала надзённая задача стварыць адпаведны фармат спаборніцтваў паміж нацыянальнымі камандамі. Няздольнасць пераканаць Англію адразу ўступіць у ФІФА была таксама няўдачай французскага лідэра, таму што ад пачатку было вельмі важна, каб вядучая сусветная футбольная сіла ўдзельнічала ў гэтым новым аб'яднанні, а задуманыя турніры сталіся паспяховымі. Гэта прымусіла Герэна пакінуць свой пост у 1906 годзе. Неўзабаве пасля змены кіраўніцтва да футбольнай федэрацыі далучыліся прадстаўнікі Брытаніі і пачалі праводзіцца афіцыйныя міжнародныя турніры. Пасада прэзідэнта ФІФА была надзвычай важнай, бо ад яе залежыла тактыка і стратэгія наступнай дзейнасці ўсёй арганізацыі, а ў выніковым вызначэнні яе паступальнае развіццё. Як сведчыць гісторыя пакрысе вышэйшая футбольная структура стала такой, якой яна з'яўляецца цяпер.

Калі ў 1952 годзе першы прэзідэнт ФІФА памёр, то ягонае імя было запісана так, як і пры нараджэнні – Клеман Агюст Марыс Рабер. Гэтая сумная падзея адбылася практычна непрыкметна і ў прэсе з'явіліся толькі кароткія паведамленні пра таго, чыё імя наўпрост было звязанае са стварэннем адной з самых магутных арганізацыяў у гісторыі сучаснага спорту.

Клеман Агюст Марыс Рабер, ён жа Рабэр Герэн памёр 14 лютага 1952 года на вуліцы Жэрмен-Пілон 17, Манмартр (rue Germain Pilon, Montmartre), Парыж.

1. Люкевіч, У. П. Футбол як сацыякультурны феномен: філасофскія і сацыякультурныя аспекты / У. П. Люкевіч // Веснік Брэсцкага ўніверсітэта. – Серыя 1. – Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. – Навукова-тэарэтычны часопіс. – № 2. – 2022. – С. 44–53.

2. The mystery of Robert Guérin, the man who founded FIFA [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.scottishsporthistory.com/sports-history-news-and-blog/the-mystery-of-robert-guerin-the-man-who-founded-fifa. – Date of access: 13.06.2024.

3. Robert Guérin: A Pioneer in Football Administration [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.linkedin.com/pulse/robert-gu%C3%A9rin-pioneer-football-administration-javad-ghorbani. – Date of access: 13.06.2024.

Сидорова С.О.
Белорусский государственный университет физической культуры

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ И КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Sidorova S.
Belarusian State University of Physical Culture

HISTORICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF MEDICAL AND PREVENTIVE AND RESORT INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. В статье представлен анализ истории становления лечебно-профилактических и курортных учреждений Республики Беларусь. Показана роль государства в формировании и сохранении санаторно-курортного фонда. Отмечены особенности развития санаторно-курортных учреждений и основные принципы в организации санаторно-курортного дела в разные исторические периоды.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм; санаторно-курортное дело; санаторий; здравница; курорт.

Abstract. The article presents an analysis of the history of the formation of medical and preventive and resort institutions of the Republic of Belarus. The role of the state in the formation and preservation of the sanatorium fund is shown. The features of the development of sanatorium-resort institutions in the pre-revolutionary period, achievements and problems of development in the Soviet period are noted.

Keywords: health and wellness tourism; sanatorium-resort tourism; sanatorium; wellness resort; resort.

Лечебно-профилактические и курортные учреждения Республики Беларусь имеют давнюю историю и во многом связаны с развитием медицины на территории Беларуси. Исторический анализ становления санаторно-курортного дела позволяет выявить основные причины и факторы, определившие создание и развитие данных учреждений, а также выявить особенности государственной политики в сфере сохранения и укрепления здоровья населения в разные периоды времени.

Исторические сведения о целебных свойствах минеральных источников Беларуси появились еще на рубеже XVI – XVII вв. В монастырских и церковных книгах. В частности, источник целебной минеральной воды в Барковщине (территория современного Ушачского района Витебской области) отмечался на европейских картах с 1502 года.

Первые специальные описания источников лечебных вод появляются во второй половине XVIII в. Так, в 1778 г., чешским врачом Станиславом Эли, проезжающим через белорусские земли в Петербург на службу к императорскому двору, описаны серно-железистые воды в Шклове, а в 1786 г. естествовед, историк и этнограф Андрей Мейер в своей книге «Описание Кричевского графства, или бывшего старостваа» подробно описал местные источники.

В начале XIX в. академик В.М. Севергин совершил экспедицию в западные губернии Российской империи, что позволило ему представить комплексное описание солевого источника в районе Гродно, лечебного – возле Сенно, родников в поместье «Спас» возле Полоцка и Полыковичских – в окрестностях Могилева. Все научные открытия легли в основу его «Записок путешествия по западным провинциям российского государства», вышедшего в 1803 г. [3, с. 117].

Непосредственно использование лечебных минеральных вод на белорусских землях начинается в ряде курортных местностей с XIX в., когда по всей Российской империи среди аристократии распространяется европейская мода пребывать «летом на водах». Однако, белорусско-литовское и польское дворянство и интеллигенция, которые считали своим долгом отдыхать на местных курортах, а не за границей, предпочитали один из самых популярных в то время курортов – в Друскениках (современный город Друскенинкай), который открылся в 1837 г. по приказу императора Николая I.

Еще одним популярным местом для отдыха являлась частная лечебница «Лазенки» в Видзах (поселок Видзы Браславского района), куда приезжали на отдых и лечение гости из центральных губерний Российской империи и Западной Европы. Вода сероводородного источника в Виздах по своим свойствам схожа с минеральными водами известных курортов «Висбаден» (Германия), «Виши» (Франция), «Боржоми» (Грузия).

В 1855 г. на базе минеральных родников «Барковщина» открылся частный санаторий для лечения больных ревматизмом, радикулитом и другими болезнями. Лечение давало хорошие результаты, в связи с чем, Барковщина упоминалась среди лучших европейских здравниц того времени.

Открытые в местечке Логойск железистые и серные источники использовались частной лечебницей для лечения ревматизма и нервных болезней. Однако, все частные лечебницы и курорты были доступны только обеспеченным людям, местной и приезжей знати [1, с. 40-41].

В 1892 году белорусский ученый-физик, врач и изобретатель Якуб Наркевич-Иодко открыл в своем имении Над-Неман (Узденский район Минской области) санаторий, который состоял из двух отдельных гостевых дач. В санатории применяли самые передовые методы оздоровления: лечебные ванны, специальная гимнастика, минеральные воды, диетическое питание, а также разработанные и запатентованные Я. Наркевич-Иодко электротерапия и электромассаж. При лечении туберкулеза практиковалось кумысолечение. Курортный сезон в санатории проходил с мая по сентябрь, за один сезон оздоравливалось до 50 человек. Стоит отметить, что в санатории «Над-Неман» лечили людей независимо от их положения в обществе и материальных возможностей.

В начале XX в. по инициативе частных лиц и благотворительных обществ на территории Беларуси действовали летние санатории для больных туберкулезом. С началом Первой мировой войны развитие санаторно-курортной базы остановилось, большинство здравниц прекратили свое существования, оставшиеся санатории были перепрофилированы и использовались для лечения и реабилитации раненых.

Возрождение санаторно-курортного дела приходится на советский период. В 1923 г. образовано главное курортное управление Наркомздрава во главе с Н. А.

Семашко. Курорты объявлялись государственной собственностью, активно национализировались частные лечебницы и дачи местной знати, помещения которых использовались для открываемых государственных санаториев и домов отдыха для пионеров и рабочей молодежи. Так, на базе дачных построек вблизи Минска, которые до революции принадлежали известному врачу И.У. Здановичу, открыли дом отдыха «Ждановичи».

В Западной Беларуси, которая с 1921 по 1939 гг. находилась в составе Польши, действовали противотуберкулезные санатории «Малорита» и «Новоельня», летние оздоровительные лагеря для детей организовывали общественные организации.

В конце 20-х гг. XX в. по поручению Геологического комитета СССР началось планомерное исследование подземных вод Беларуси, открыли новые источники минеральных вод. Улучшилось оснащение здравниц физиотерапевтическим оборудованием, стало шире применяться водолечение, торфяные грязи. В 1936 г. В Бобруйске построена первая в республике бальнеологическая лечебница на 100 мест.

К началу 1940-х гг. В Беларуси насчитывалось 36 санаториев на 4,4 тыс. мест и 32 дома отдыха на 5,5 тыс. мест. Однако в годы Великой Отечественной войны большинство ведущих курортных территорий оказались в зоне боевых действий, санаторно-курортный фонд Беларуси был почти полностью разрушен.

Восстановление санаторной базы завершилось только к середине 50-х гг., началось строительство новых санаторных комплексов. Активно велись научные исследования механизмов действия минеральных вод, лечебных грязей, уточнялись показания и противопоказания. В частности, в вышедшей в 1952 г. книге «Развитие санаторно-курортного дела в Белорусской ССР» отмечалось, что природно-климатические особенности БССР могут успешно использоваться не только для отдыха, но и для лечения разного рода заболеваний.

В 1960-х гг. проведено первое комплексное курортологическое обследование Беларуси, по результатам которого началось формирование трех республиканских курортов, построены крупные санатории «Криница» и «Приднепровский». В 1981 г. разработана и утверждена «Генеральная схема размещения и развития курортов и зон отдыха Беларуси». Началось активное освоение рекреационных территорий, стали возводиться учреждения отдыха, туризма, оздоровления и санаторно-курортного лечения. Примечательно, что большинство объектов, введенных в эксплуатацию в это время, отреконструировано и продолжает функционировать и сегодня.

Несмотря на аварию на Чернобыльской АЭС, которая исключила из списка рекреационные зоны в зараженных территориях Могилевской и Гомельской областей, экономический кризис, связанный с развалом СССР и разрывом экономических связей с другими союзными государствами, в начале 1990-х гг., большое значение правительство Республики Беларусь уделило немедленной модернизации и укреплению материально-технической базы санаториев.

В 2006 году правительством Республики Беларусь разработана «Концепция санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь», которая действует в стране и в настоящее время [2].

В 2024 г. общая численность санаторно-курортных и оздоровительных объектов Беларуси составляет 287, в которых насчитывается более 60 тыс. мест.

В настоящее время санаторно-курортное дело Беларуси обладает многочисленными преимуществами, которые делают его привлекательным для внутреннего и въездного туризма. В частности, это разнообразие лечебных профилей, наличие современного медицинского оборудования, а также широкий спектр предлагаемых услуг, включая массаж, физиотерапию, водные и косметические процедуры. Также следует выделить высокий уровень сервиса и конкурентоспособные цены. Стоит отметить, что белорусские санатории и профилактории зачастую расположены в живописных местах, вблизи сосновых лесов, чистых водоемов и минеральных источников. Кроме того, они привлекают иностранных туристов своей исторической ценностью и сохраненной монументальной архитектурой советского периода.

Таким образом, в Республике Беларусь создана уникальная по своей социальной значимости система оздоровления и санаторно-курортного лечения населения. За время своего существования санаторно-курортная база Республики Беларусь пережила различные периоды: расцвета, почти полного уничтожения и возрождения. Сегодня Беларусь располагает всем необходимым, чтобы обеспечить эффективное санаторно-курортное лечение, реабилитацию и полноценный отдых не только граждан страны, но и зарубежных гостей. Однако необходимо сохранять лучшие традиции отечественной курортологии, опираясь на опыт и память предыдущих поколений.

1. Болбатовский, Г. Н. Санаторно-курортное лечение и оздоровление населения в Республике Беларусь / Г.Н. Болбатовский, Л.Г. Молочко // Международные обзоры: клиническая практика и здоровье. – 2017. – № 3. – С. 39–56.

2. О санаторно-курортном лечении и оздоровлении населения [Электронный ресурс] : указ Президента Респ. Беларусь, 26 авг. 2006 г., № 143, 1/7882 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: http://pravo.by/document/?guid=3961&p0=P30600542. – Дата доступа: 23.09.2024.

3. Севергин, В. М. Записки путешествия по западным провинциям Российского государства / В. М. Севергин. – Спб. : Имп. Акад.наук, 1803. – 242 с.

Цымбалюк Е.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

СПЕЦИФИКА КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ СПОРТИВНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Tsymbalyuk E.
Belarusian State University of Physical Culture

SPECIFICS OF CULTUROLOGICAL TRAINING OF STUDENTS OF A SPORTS UNIVERSITY

Аннотация. В статье дано обоснование необходимости культурологической подготовки студентов спортивного университета. Показана актуальность культурологического знания в рамках объективно существующих противоречий между традиционными взглядами на физкультурно-спортивную деятельность и новыми социальными концепциями. Приведены аргументы в пользу пролонгированного влияния культурологических компетенций на содержательные, организационные и психологические стороны тренерской работы.
Ключевые слова: культурология; культурологическое образование; методы культурологии; студент-спортсмен; спортивный университет; тренировка; урок.

Abstract. The article substantiates the need for cultural training of students of a sports university. The relevance of culturological knowledge within the framework of objectively existing contradictions between traditional views on physical culture and sports activities and new social concepts is shown. Arguments in favor of the prolonged influence of culturological competencies on the content, organizational and psychological aspects of coaching are given.
Keywords: culturology; cultural education; methods of culturology; student-athlete; Sports University; training; lesson.

> *Я мыслю себе XXI век как век гуманитарной культуры, культуры доброй и воспитывающей, закладывающей свободу выбора профессии и применения творческих сил. Образование, подчиненное задачам воспитания, разнообразие средних и высших школ, возрождение чувства собственного достоинства, не позволяющего талантам уходить в преступность, возрождение репутации человека как чего-то высшего, которой должно дорожить каждому, возрождение совестливости и понятия чести – вот в общих чертах то, что нам нужно в XXI веке*
>
> *Д.С. Лихачев*

Востребованность культурологического образования студентов-спортсменов обусловлена рядом объективно существующих противоречий:

– между задачами подготовки квалифицированного специалиста по определенной спортивной специальности, обученного предметно направленным знаниям, уме-

ниями и навыкам, и необходимостью осмысления этим же специалистом места и роли феномена спорта в современном культурном пространстве в целом;

– между спортивно ориентированной политикой белорусского государства, воплощением которой является мощная инфраструктура, четко выстроенная система физического воспитания и спортивного образования, широкая соревновательная практика, и малоподвижным, виртуально зависимым образом жизни определенной части населения прежде всего молодого возраста;

– между идеалом телесной красоты, идущим от славного советского прошлого – «в здоровом теле-здоровый дух», и европоцентристским, оправдывающим любые катастрофы человеческого тела лозунгом «красиво то тело, в котором удобно жить»;

– между естественными, проверенными временем, но не дающими быстрый эффект способами улучшения физических кондиций – гимнастикой, общей физической активностью, и широко рекламируемыми в медийном пространстве, социальных сетях и сайтах медицинских учреждений процедурами радикального, хирургического толка, позволяющими клиенту в кратчайшие сроки добиться всего и сразу;

– между хорошо известными нормами здорового питания, сохраняющими презентабельный внешний вид и здоровье человека, и услугами современной фармацевтики, дающими возможность без приложения волевых усилий сжигать калории и обретать желанные формы;

– между прагматично настроенными школьниками и их родителями, стремящимися к обретению в рамках школьной практики перспективных для дальнейшей жизни компетенций в области естествознания, иностранных языков и т.п., и системой вневременных витальных ценностей, к коим относится здоровье, долголетие и соответствующий им характер поведения в любой возрастной период;

– между стремлением любого спортсмена к победе с использованием разнообразных, в том числе болевых и силовых методов спортивной борьбы, и гуманистическими ценностными ориентирами – уважением к личности другого человека, бережным отношением к его жизни и здоровью;

– между стремлением любого спортсмена к победе и использованием разрушительных в физическом, психологическом и морально-нравственном плане средств искусственного стимулирования у соревнующихся физической выносливости.

Осмысление студентом-спортсменом своей профессиональной деятельности в рамках существующих культурных реалий позволит в будущем правильно оценивать любую производственную (педагогическую) ситуацию. В частности, учитывать национальный, социальный, религиозный опыт контингента, с которым будет работать, его гендерный и возрастной состав. Это даст возможность молодому специалисту проанализировать освоенные тренерские методики с точки зрения перечисленных выше позиций и суметь приложить их к конкретному занятию, тренировке, уроку.

Обучение студента-спортсмена на уровне целостного постижения культуры способно сформировать иной тип мировоззрения – мировоззрение творца. Человек – создатель культуры, учитель – создатель физической культуры своих учеников, тренер – создатель спортивной культуры своих воспитанников. Решение любых спортивных задач в этом случае будет восприниматься в контексте создания целостного образа юного физкультурника, спортсмена-любителя, профессионального спортсмена, спортсмена-олимпийца либо взрослого человека не из спортивной среды, стремящегося укрепить свое здоровье. Многолетние наблюдения автора статьи показывают,

что культурологический взгляд на спортивную профессию серьезно меняет лексикон специалиста, манеру его поведения, уровень осмысления им конкретных технических задач, стимулирует интерес к профессии и собственному развитию.

Культурологическая проблематика влияет и на стремление специалиста в сфере физической культуры и спорта заложить у подопечных основы культуры болельщиков. Эстафеты на уроках физической культуры, спортивные поединки (матчи) любого уровня, спортивно-массовые мероприятия, спортивные состязания высокого класса должны оцениваться не только с позиции своей результативности, но и с точки зрения общего эмоционального фона, взаимоотношения выступающих и зрителей, способности команд болельщиков выражать свои переживания и желания в рамках устоявшихся культурных норм. Озвучивание поведенческих правил болельщика, применение, в случае их нарушения, определенных санкций от замечания до выдворения из спортивного зала поднимет любое спортивное мероприятие (урок, тренировку) на качественно иной уровень, столь необходимый в настоящее время.

Особую роль в культурологическом образовании студентов-спортсменов может играть ознакомление последних с известными методами культурологии [1-3], которые могут быть исключительно полезны в тренерской (педагогической) деятельности:

– диахронический метод даст возможность хронологически систематизировать получаемые сведения теоретического характера – нормативные документы, методические источники, отдельные факты производственного характера:

– синхронистический метод обеспечит целостный взгляд на тренировочный процесс, успехи и недочеты спортивной команды, физическое развитие отдельного ученика;

– сравнительный метод позволит обнаружить своеобразие и сходство имеющихся подходов к тренировочному процессу, обеспечить, при необходимости, их взаимодействие и взаимовлияние;

– типологический метод даст основание систематизировать и классифицировать получаемую информацию методологического, теоретического и практического характера с целью результативного ее использования в профессиональной деятельности;

– биографический метод поможет найти разумный баланс между традициями и новациями в сфере физической культуры и спорта;

– семиотический и психологический методы расширят аналитические способности будущего специалиста с точки зрения понимания субъективных сторон деятельности всех участников тренировочного процесса – понимания бессознательных аспектов их психики, личностных качеств, а также невербальной знаковой системы как отражения широкой палитры эмоций с одной стороны и средства мгновенной и компактной передачи необходимой информации с другой.

1. Еременко, И. В.. Специфика метода культурологии как отражение специфики культурологического знания / И. В. Еременко, А. И. Шендрик // Знание, понимание, умение. – 2009. – № 2. – С. 106–115.

2. Равочкин, Н. Н. О научном методе в культурологической науке / Н. Н. Равочкин // Научно-практический журнал «Гуманизация образования». – 2015. – № 2. – С. 44–45.

3. Курьянова, И. А. Методы исследования в культурологии посмодерна / И. А. Курьянова // Дни науки КФУ им. В. И. Вернадского : сб. тезисов участников III науч.-прак. конф. профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых / Крымский федеральный ун-т им. В. И. Вернадского. – Симферополь : КФУ, 2017. – Том 1. – С. 1005–1006.

Muratov J.
Uzbekistan State University of Physical Culture and Sports

IMPROVING THE COMPETENCE OF PHYSICAL EDUCATION TEACHERS IN THE FIELD OF PHYSIOLOGY

Abstract. The purpose of the study is to identify the features of the professional readiness of physical education teachers in the field of physiology of physical education based on tasks in a test form. Methodology and organization of the study. In the course of the study, methodological tools were developed to study the competencies of primary and high school physical education teachers in the field of physiology of physical education. The sample size was 727 respondents. The controlled parameters of the stratified sample are age, work experience, and teaching class.

Keywords: physiology of physical education, tasks in test form, physical education teachers, professional readiness.

The results of the study and conclusions. A qualitative analysis of the data obtained showed that the specialists in the field of physical culture who participated in the study had no difficulties with completing tasks related to the peculiarities of changes in the functional state (FS) during work, the physiological foundations of the development of motor abilities and some age- related physiological characteristics of children. A good level of knowledge was revealed regarding issues related to the general physiological classification of physical exercises according to the volume of active muscle mass, the physiological justification of the principles of teaching the technique of performing physical exercises, and the assessment of the impact of physical activity on physical activity and human health. The greatest difficulties were caused by issues related to the age-related physiological characteristics of children in connection with physical exercises, physiological classification and characteristics of dynamic cyclic work of various relative capacities, features of changes in physical condition during the recovery period, and the physiological foundations of physical training. The results obtained indicate the need for further improvement of professional training of specialists in the field of "Physical culture" in the field of physiology of physical education.

Introduction. The requirements of the state educational standard of higher professional education for the level of preparedness of persons who have completed training in the field of Physical culture indicate that in the field of physiology, the mandatory minimum content of the educational program should include a wide range of issues related to the physiology of physical education. In the curricula of higher educational institutions, the physiology of physical education is usually presented as the second part of the course "Human Physiology". It serves as a natural science basis for the theory and methodology

of physical culture and private sports and pedagogical disciplines [3]. There are several analogues of this training course, such as "Physiology of sports" [6], "Sports physiology" [4,5], "Physiological foundations of physical education and sports" [7], "Physiology of sports and physical exercises".

In order to effectively solve the problems of physical education at a high professional level, a modern specialist in physical culture must possess a wide range of competencies and a large amount of knowledge in the field of physiology based on the latest scientific data. Currently, much attention is being paid to this problem not only in our country, but also abroad [2, 8].

The aim of the study is to identify the features of the professional readiness of physical education teachers in the field of physiology of physical education based on tasks in a test form [8].

Research methodology and organization. In the course of the study, methodological tools were developed to study the competencies of primary and high school physical education teachers in the field of physiology of physical education. The main population for this study was the above-mentioned groups of teaching staff aged 18 years and older. The sample size was 727 respondents. The controlled parameters of the stratified sample are age, work experience, and teaching level.

To implement research tasks in accordance with the requirements of the theory and methodology of pedagogical measurements [1,2], two variants of "control" tasks in test form on key problems of applied physiology covering the tasks of physical education of children of different ages were developed. The first option included pedagogical tasks with the choice of several correct answers, the second option – tasks with the choice of one correct answer out of three alternatives. The logical informativeness of the tasks was determined by the criteria of certainty, correctness, consistency and validity [1]. The content and composition of the assignments were evaluated by experienced expert teachers. Tasks that did not contain quality comments were selected. At the beginning there were the simplest tasks, in the middle – the most difficult, by the end of the survey the complexity of the tasks gradually decreased. The pilot study showed that the tasks of the second type were more accessible to the surveyed sample of teachers. The tasks included "questions" from the most important sections of the course "Physiology of physical education". They were combined into four main blocks.

Research results and discussion. An analysis of the responses of physical education teachers to the proposed set of tasks in the test form revealed significant differences in their awareness of key issues of the physiology of physical education of children.

An assessment of the distribution of the number of correctly completed tasks revealed a slight negative asymmetry. In general, the law of statistical distribution of correctly completed tasks was close to the Gauss-Laplace distribution. Statistical processing of the research results showed that the "average respondent" correctly answered 10-11 ($M = 11.6$; $m = 0.12$; $\sigma = 2.49$) statements contained in 15 tasks of the test form. An analysis of the relationship between the number of correct answers to tasks in the test form, on the one hand, and the length of service, age and level of education at which the respondents' professional activities are carried out, on the other, did not reveal statistically significant rank correlation coefficients. A strong statistical relationship ($r = 0.78$; $p < 0.001$) was found only between the experience and the age of the subjects. Statistically significant differences in the number of correct answers to tasks

between respondents divided into groups according to the parameters of experience, age and the specifics of their professional activities were also revealed.

In the course of further work, it was found that the distribution of correct and incorrect answers to tasks from different sections of the course "Physiology of Exercise" is significantly different. As can be seen from the data presented, the respondents did not have any difficulties with the questions related to the characteristics of changes in FS in the working period, the physiological foundations of the development of motor abilities (qualities). A good level of knowledge was revealed in relation to the issues related to the most general physiological classification of physical exercises by the volume of active muscle mass, the physiological substantiation of the principles of teaching the technique of physical exercises, the assessment of the effect of physical activity on the FS and human health. The greatest difficulties were caused by tasks related to the age-related physiological characteristics of children in connection with physical exercises, physiological classification and characteristics of dynamic cyclic work of different relative power, characteristics of changes in FS during the recovery period, and physiological foundations of fitness. The analysis of the ratio of correct and incorrect answers to the tasks in the test form revealed among the respondents a poor knowledge of such special terms related to the content of the above thematic sections of the physiology of physical education, such as "zones of relative power", "supercompensation", "sensitive periods of development of motor abilities ", "initial learning "as a stage of teaching motor actions," indicators of fitness under standard loads "," hypokinesia "," hypodynamia ", etc. As you know, work on the conceptual and terminological apparatus in the field of physiology of physical education the volume of special knowledge from specialists in physical culture. In this regard, it becomes necessary to expand the range of issues under consideration by increasing the volume of academic hours allocated for the study of the course "Physiology of physical education". The creation and placement at the end of each section of the textbook on the physiology of physical exercises of a short dictionary of physiological terms reflecting the content and sequence of passing the educational material can also contribute to improving the assimilation of the curriculum in this academic discipline. In general, the information received indicates gaps in the formation of the corresponding conceptual apparatus.

Conclusion. The results obtained indicate the need to improve the professional training of specialists in the field of "Physical culture" in the field of physiology. To solve this problem, in our opinion, it is advisable to expand the range of issues under consideration on the physiology of physical education. At the same time, special attention in training programs should be paid to the characteristics of cyclic movements in terms of relative power, patterns of restoration of functions after cessation of work and characteristics of the phases of the recovery process, characteristics of indicators of physical fitness at rest, at standard and maximum loads, physiological features of children's muscular activity, age-related development of motor abilities, analysis of the effect of physical exercises on the physical condition of children in different periods of age development.

1. Avanesov, V. S. Pedagogical measurements in the context of modernization of education / V. S. Avanesov // School technologies. – 2016. – № 1. – P. 123–137.

2. Avanesov, V. S. Form of test tasks / V. S. Avanesov. – M.: "Testing Center", 2005. – 156 p.

3. Platonov, V. N. Motor qualities and physical training of athletes / V. N. Platonov. – M.: Sport, 2019. – 656 p.

4. Solodkov, A. S. Human physiology: general, sports, age / A. S. Solodkov, E. B. Sologub. – M.: Sport, 2017. – 621 p.
5. Sports Physiology / Ed. Ya.M. Kotsa. – M.: Physical culture and sport, 1986. – 240 p.
6. Human physiology / Under total. ed. IN AND. Tkhorevsky. – M.: Physical culture, education, science, 2001. – 492 p.
7. Human Physiology / Ed. N.V. Zimkina. – M.: Physical culture and sport, 1975. – 496 p.
8. The content and forms of support for professional self-determination of student teachers / R. Roza [et al.] // Innovations in Technology and Science Education. – 2023. – Vol. 2 (10). – P. 273–279.

Niu Qingyi
Henan Normal University

RESEARCH ON THE INFLUENCING FACTORS OF JOB SATISFACTION OF MIDDLE SCHOOL PHYSICAL EDUCATION TEACHERS BASED ON THE HIERARCHY OF NEEDS THEORY

Abstract. Middle school physical education teachers are an important part of the education system, understanding and addressing job satisfaction factors for middle school physical education teachers is vital for enhancing education quality. This article applies Maslow's Hierarchy of Needs Theory to analyze factors affecting job satisfaction of middle school physical education teachers, identified through a CNKI literature review. It suggests strategies to improve their satisfaction, crucial for enhancing educational quality.

Keywords: Middle School Physical Education Teachers; Job Satisfaction; Influencing Factors.

1. Introduction

Education is the foundation of a century-old plan, and teachers are the core of education. Since the 18th National People's Congress, socialism with Chinese characteristics has entered a new era, and the status of education has been increasingly improved. As an indispensable part of education, school physical education bears the important responsibility of " Nurturing talent through sports". Physical education teachers are indispensable and important implementation subjects in physical education, play a leading role in physical education, and are engaged in the most direct, comprehensive, centralized and systematic educational activities. In January 2018, the Central Committee of the Communist Party of China and the State Council put forward the "Opinions on Comprehensively Deepening the Reform of the Construction and Reform of the Teacher Team in the New Era" (hereinafter referred to as the "Opinions"), which clearly pointed out that " Adhere to the rejuvenation of the country must first strengthen teachers, and deeply understand the importance and overall requirements of the construction of the teaching team" and "continuously improve the status and treatment, and truly make teachers an enviable profession". [1] In 2022, the "Plan for Strengthening Teachers in Basic Education in the New Era" jointly issued by the Ministry of Education and other eight departments proposed to systematically improve the teaching and educating ability of teachers in China and comprehensively promote the

construction of high-quality teachers. [2] The promulgation of the above documents fully demonstrates the importance that the state attaches to the teaching profession. The quality of physical education teachers' work directly affects the quality of teaching, and then affects the implementation of China's strategies such as "talent power", "sports power", "education power" and "healthy China".

Due to the influence of factors such as working environment and conditions, social status, work pressure and career development, the job satisfaction of middle school physical education teachers in China needs to be improved. Teachers' job satisfaction is one of the key factors affecting teachers' work motivation and work quality. Only by improving teachers' job satisfaction can we improve teachers' enthusiasm and work efficiency, and then improve the quality of work, and can we cultivate socialist builders and successors with all-round development of morality, intelligence, physical fitness, aesthetics, and labor.

2. Theoretical basis

2.1 Maslow's Theory of Needs

The hierarchy of needs theory was proposed by Maslow, a famous psychologist in United States, and has been widely used in psychology, sociology, education and other fields. The hierarchy of needs theory believes that human needs have five levels: physiological needs, security needs, belonging and love needs, respect needs, and self-realization needs. According to Maslow, physiological needs and safety needs belong to low-level needs, which are the most basic material needs to maintain human existence; The needs of belonging and love, the need for respect, and the need for self-realization belong to high-level needs, which belong to emotional needs and spiritual needs, and usually higher-level needs will only arise after the low-level needs are basically satisfied.□

2.2 Application of Maslow's Needs Theory in Teacher Management

Maslow's needs theory has been widely used in the fields of sociology, psychology and education, and has also been applied to a certain extent and scope in public sector management. To give full play to the role of Maslow's needs theory in teacher management, it should be based on the differences between teacher management and enterprise management and other industry management, focus on teachers' professional characteristics and personality development needs, and improve teachers' work conditions, not only to meet teachers' physiological and safety needs, prevent teachers from having negative emotions and professional burnout, but also to meet teachers' needs for belonging and love, respect and self-realization, improve teachers' sense of identity and pride, and improve teachers' job satisfaction. In this way, the enthusiasm of teachers in teaching and work can be mobilized, and the training goals of the country and the predetermined goals of the school will be realized.

3. Analysis of the influencing factors of job satisfaction of physical education teachers in primary and secondary schools

3.1 Physiological demand factors

In Maslow's theory of needs, physiological needs are the lowest level and most basic needs. For example, in life, we need air, water, food, and enough sleep to sustain our lives. Corresponding to the work of teachers, teachers need to receive the most basic salary to meet their material needs and survival needs; At the same time, it is necessary to have sufficient rest time to restore the body's energy to maintain life and health. At present, the teaching profession in China is characterized by low salary level and high work intensity. In

particular, secondary school physical education teachers, in the context of physical education in the high school entrance examination, not only need to carefully organize classroom teaching to ensure the effective teaching of physical education knowledge and skills, but also be fully responsible for the physical fitness test of students. In addition, in order to help students achieve excellent results in the sports program of the high school entrance examination, teachers also need to carefully guide students to conduct special exercises after class to improve students' physical literacy in an all-round way.

3.1.1 Salary level

According to the time law of teachers' professional development, the salary of teachers is divided into four stages: starting salary, salary with 10 years of work experience, salary with 15 years of work experience and maximum salary. [3] Although the salary of teachers gradually increases with their working years, the starting salary of teachers in China is low, and it is still unsatisfactory after the increase of working years, which cannot reach the ideal salary level of teachers, which has a strong negative impact on teachers' job satisfaction.

3.1.2 Workload

The workload of teachers mainly reflects the work tasks and the required work time when they are fulfilling their professional roles. Teachers' work tasks can be divided into teaching-related tasks and non-teaching tasks that are unrelated to teaching. [3] Among them, teaching-related tasks include preparing lessons, giving classes, marking homework, while non-teaching tasks include collaborating with colleagues, counseling students, participating in school management, general administrative work, professional development activities, communicating with parents, participating in extracurricular activities, and other tasks of different categories. In summary, high work intensity and unsatisfactory salary level have a strong negative impact on the job satisfaction of secondary school physical education teachers.

3.2 Security demand factors

Security needs can manifest themselves as the need for physical safety as well as the need for psychological safety. At work, teachers need a safe working environment, and at the same time, they need certain institutional guarantees to ensure the stability of their work and life, so as to avoid fear and anxiety and meet the safety needs of teachers.

3.2.1 Occupational stability and social security

Secondary school physical education teachers are divided into on-staff physical education teachers and non-part-time physical education teachers, that is, contract physical education teachers. Teachers on the staff have the official establishment of the state, and their positions and benefits are guaranteed by national policies, both in terms of the stability of teaching positions and social security, which are more secure than those of non-staff teachers. The positions of teachers on the staff are relatively fixed, and they are not easily affected by factors such as the adjustment of education policies and changes in the direction of school running, so as to ensure the long-term stability of work. At the same time, teachers can enjoy a more complete social welfare and retirement security system, such as medical insurance, pension insurance, etc., and non-enrolled teachers may not be able to fully enjoy these benefits. This is also the main reason for the difference in job satisfaction between physical education teachers and non-physical education teachers.

3.2.2 Sports working environment

As we all know, the impact of the working environment on the employment is very huge, especially as a special profession of teachers, the long-term and persistent nature of their work determines that improving the working environment is of great significance to improving the job satisfaction of the teaching team. [4] The working environment of physical education teachers can be basically divided into four categories: venue facilities, equipment facilities, sports office facilities and school sports atmosphere. The biggest difference between physical education and other disciplines is that physical education is hands-on, there will be certain risks in the practice process, and safe venue facilities are the basic conditions to avoid dangers for teachers and students. As a prerequisite for physical education, physical education teaching conditions directly affect whether physical education activities can be carried out normally and safely, and then affect the level of job satisfaction of physical education teachers.

3. 3The need factor of belonging and love

The need to belong and love is an emotional need for a person to establish an emotion or connection with other people and seek a sense of belonging in an organization. In the work, a harmonious working environment and platform is very important, and the relationship between teachers and leaders, colleagues and students at work will affect the inner emotions and thus affect job satisfaction, so the need for belonging and love is also very important in exploring job satisfaction.

3.3.1 Leadership management

As a collective organization, the leadership and management of the school also have a great influence on its staff. The leadership philosophy, organizational means, and management level of the government and education authorities, as well as the principals and school management, play an important role in the whole work management. Different management styles of leaders can form different organizational working atmospheres, which has a great impact on teachers and is directly related to the level of job satisfaction of teachers. [5]

3.3.2 Colleague Relationships

Colleague relationships mainly refer to the interpersonal interactions of teachers at work. In their work, good communication and interaction between teachers can promote the cohesion and collaborative spirit of the teaching staff, thereby improving work efficiency. And then make the whole team progress and development together. A rapport will help work more smoothly, which in turn will increase job satisfaction.

3.3.3 Teacher-student relationship

The teacher-student relationship refers to the interaction and interconnection between teachers and students, and it is a special kind of social interpersonal relationship. A good teacher-student relationship is of great significance for education and teaching. A good teacher-student relationship can help improve the quality of education and teaching, promote teachers' professional development, and improve teachers' job satisfaction.

3.4 Respect the need factor

The need for respect is to satisfy one's self-esteem and be respected by others, which is reflected in the work to make teachers feel the value of their work and social value, and to gain the respect of students and parents.

3.4.1 Professional Identity

Professional identity refers to the perceptual evaluation of the profession they are engaged in, which can be reflected through the sense of professional honor and happiness, and the degree of professional identity of primary and secondary school teachers can directly affect their love for the education industry, and then affect the job satisfaction of primary and secondary school teachers. [6]

3.5 Self-actualization need factor

The need for self-actualization is the pursuit of people to realize their abilities or potential. In the process of work, it is reflected in actively participating in the professional training provided by the society and the school, seizing the opportunity for promotion and development, and constantly breaking through themselves.

3.5.1 Teaching effectiveness

Teaching efficacy refers to teachers' self-perception and self-evaluation of their own teaching ability, the achievement of teaching goals, and the degree of control over students' learning outcomes in the teaching process. A good sense of teaching effectiveness is conducive to improving the quality of teaching, enhancing teachers' sense of self-identity, as well as teaching motivation and teacher job satisfaction.

3.5.2 Professional training and promotion mechanism

In order to pursue the concept of lifelong learning, physical education teachers should participate in pre-service training before entering the job, and can participate in college training and school-based training after joining the company to improve their professional ability. However, due to problems such as entrance examinations, some schools pay more attention to cultural courses and ignore physical education, and the promotion of physical education teachers is relatively difficult, and there are fewer opportunities for further study and learning, which is not conducive to personal development and the improvement of job satisfaction of physical education teachers in primary and secondary schools. Therefore, it is very important to give teachers equal opportunities for further study, learning and promotion to improve the job satisfaction of physical education teachers in primary and secondary schools. [7]

4.The path of improving the job satisfaction of physical education teachers in secondary schools

4.1 Strive to solve the problem of high work intensity and low salary levels

First of all, it is necessary to formulate relevant systems to clarify the workload and responsibilities of teachers, reduce matters unrelated to teaching work, and enable teachers to concentrate on teaching and educating people based on their own work. At the same time, the boundaries of teachers' responsibilities should be clarified, and the role of teaching and auxiliary staff should be emphasized. Schools are encouraged to increase the recruitment of teaching and auxiliary personnel, and hand over non-teaching affairs to teaching and auxiliary personnel, so that teachers can get rid of non-teaching affairs, and reduce the interference of non-professional chores and trivial matters on teachers' teaching work. Second, we should continue to increase investment in the construction of the teaching team and further improve the salaries and benefits of teachers. At the same time, social security for non-enrolled teachers should be strengthened, including medical security, health insurance and unemployment compensation, so as to improve teachers' job satisfaction.

4.2 Create a social atmosphere of respecting teachers

Continue to carry forward the tradition of respecting teachers and valuing education, and strengthen the unique advantages of China's teaching profession itself. First of all, the social status of teachers should be improved in an all-round way. In addition to the basic rights and duties of teachers stipulated in the Teachers Law, special laws have been added to protect the unique rights and status of teachers. Second, continue to improve the honor system for teachers. Establish and improve the national honor system for teachers, improve and improve the selection mechanism and reward system, and clarify the principles of openness, fairness, and justice; Encourage and guide social forces to establish special funds, and mobilize social forces to participate in and supervise teachers' honor appraisal activities; Increase the publicity of exemplary teachers, highlight the contribution and role of teachers, establish a positive image of teachers, and use the strong positive energy of the teaching profession to improve teachers' social status and teachers' professional identity, and then improve teachers' job satisfaction.

4.3 Strengthen support for teachers' professional development

In addition to stimulating teachers' intrinsic motivation, teachers' professional development also needs schools, governments, and society to provide sufficient professional development support for teachers, so as to create good conditions for teachers' professional development and allow teachers to have broader professional development prospects. For example, we should strengthen the investment in teacher training so that more teachers can participate in more and better course training, and at the same time improve the fair, just and open promotion system, and treat all subject teachers equally, and give them the same opportunities for professional training and promotion.

1. Opinions of the Central Committee of the Communist Party of China and the State Council on Comprehensively Deepening the Reform of the Construction and Reform of the Teacher Team in the New Era[J].Communiqué of the State Council of the People's Republic of China,2018(05):16-23.)

2. Notice of the Ministry of Education and other eight departments on the issuance of the "Basic Education Strong Teacher Plan for the New Era"[J].Communiqué of the Ministry of Education of People's Republic of China,2022(Z2):87-96.)

3. Chen Han, Wang Fengqin. An international comparative study on teachers' career attractiveness and its influencing factors[J]. Shanghai Educational Research,2023(07):27-34. DOI:10.16194/j.cnki.31-1059/g4.2023.07.004.

4. Li Xin. Physical Education Research and Education,2014,29(S2):78-83.DOI:10.16207/j.cnki.2095-235x.2014.s2.010.

5. WANG Tingting. Research on rural teachers' job satisfaction in Dongxing District, Neijiang City[D]. Southwest University, 2023. DOI:10.27684/d.cnki.gxndx.2022.003727.

6. Zhang Xuehai. Influencing Factors and Path Selection of Job Satisfaction of College Physical Education Teachers: A Qualitative Analysis Based on Grounded Theory[J].Zhejiang Sports Science,2023,45(04):85-92.)

7. Zhao Hongbo, Liu Zelei. Research on the influencing factors of job satisfaction of physical education teachers in primary and secondary schools: Based on the qualitative analysis of Nvivo12[J]. Journal of Liaoning Normal University(Natural Science Edition),2021,44(01):138-144.)

Вонсович Л.В.
Белорусский государственный университет физической культуры

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН (НА ПРИМЕРЕ ИПКИП БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ)

Vonsovich L.V.
Belarusian State University of Physical Culture

USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING SOCIAL AND HUMANITIES DISCIPLINES (BY THE EXAMPLE OF IPKIP OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY OF PHYSICAL CULTURE)

Аннотация. В статье рассматривается использование инновационных технологий в преподавании дисциплин социально-гуманитарного цикла в Институте повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов физической культуры, спорта и туризма Республики Беларусь.

Ключевые слова: инновационные технологии, гуманитарные знания, дисциплины социально-гуманитарного цикла, дополнительное образование взрослых.

Abstract. The article examines the use of innovative technologies in teaching social and humanitarian disciplines at the Institute for Advanced Training and Retraining of Managers and Specialists in Physical Culture, Sports and Tourism of the Republic of Belarus.

Keywords: innovative technologies, humanitarian knowledge, social and humanitarian disciplines, additional adult education

Современный мир, высочайшие темпы его развития создают предпосылки для изменения характеристик образовательного процесса в высших учебных заведениях, а также и в системе дополнительного образования взрослых. В условиях нарастающей напряженности, планомерного давления на Республику Беларусь со стороны так называемого «коллективного запада» актуальным становится преподавание учебных дисциплин социально-гуманитарного цикла в идеологическом формате белорусского государства. Сегодня следует верно расставлять акценты в тех знаниях, которые получают школьники, студенты, слушатели, изучая исторические, политологические, правовые, экономические и другие дисциплины.

Упор должен делаться на формирование у обучающихся «патриотизма, любви к родной земле, уважительного отношения к прошлому, сохранения исторической памяти народа, его традиций, обычаев, верований» [1, с. 8].

В данном исследовании акцент будет сделан на характеристике основных технологий инновационного характера, которые используются в преподавании социально-гуманитарных дисциплин в системе дополнительного образования взрослых в сфере физической культуры и спорта.

На становление гражданина, имеющего устойчивую жизненную позицию, специалиста высокой квалификации в сфере физической культуры и спорта нацелена

деятельность Института повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов физической культуры, спорта и туризма Республики Беларусь (далее ИПКиП). В последние несколько лет деятельность Института значительно изменилась. В процессе преподавания дисциплин социально-гуманитарного цикла активно стали использоваться технологии инновационного характера, необходимые для освоения слушателями учебного материала, как под руководством преподавателя, так и в процессе их самостоятельной работы.

Одной из технологий, которые используются в ИПКиП, можно назвать интерактивное (диалоговое) обучение. В процессе такого обучения осуществляется взаимодействие не только между преподавателем и слушателями, но и между группами обучающихся или отдельными обучающимися. В образовательном пространстве Института необходимость такого интерактивного взаимодействия обусловлена высокими запросами физкультурно-спортивной сферы в специалистах (тренеров по видам спорта, инструкторов-методистов, спортивных менеджеров, учителей физической культуры и здоровья и др.) высокой квалификации.

Преподаватели ИПКиП во время проведения занятий не просто требует от слушателей репродуктивного воссоздания содержания учебных пособий, своих лекций по дисциплинам социально-гуманитарного цикла, а побуждают их к анализу информации, нацеливают на решение задач и упражнений, которые могут быть использованы в последующей профессиональной деятельности.

Практический опыт преподавания таких дисциплин как «Идеология белорусского государства», «Правовое регулирование профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта», «Педагогика физической культуры и спорта», «Психология физической культуры и спорта» и др. свидетельствует о том, что интерактивные методы обучения имеют право на существование. Их использование позволяет сформировать у обучающихся мышление практика, способного думать самостоятельно, принимать решения в соответствии с интересами общества и государства, потребностями физкультурно-спортивной сферы. В результате происходит обогащение багажа знаний специалистов отрасли, проявляется их интерес к наукам, к дальнейшему обучению.

В преподавании дисциплин социально-гуманитарного цикла профессорско-преподавательский состав Института активно использует технологии личностно-ориентированного обучения. Речь идет о модульной системе образовательного процесса, информационных технологиях и технологиях организации самостоятельной работы обучающихся. Также важным представляется использование различных программ тестирования для оценки уровня знаний и профессиональной компетентности специалистов физкультурно-спортивной сферы, технологий практической направленности, ориентированных на становление специалистов высокого класса, интегративных, кейс-технологий и т.д.

Личностно-ориентированный подход в обучении предусматривает наличие у самих преподавателей соответствующих профессиональных знаний и опыта, умения анализировать, моделировать и корректировать собственную деятельность и способностей передать такие навыки слушателям. Задача педагога, использующего подобнее технологии – «сформировать познавательные интересы обучающихся» [2, с. 18]. Интересы в понимании сущности своего государства, проводимой им политики, раз-

вития всех сфер общественной жизни, в том числе и сферы физической культуры и спорта, значимости своего труда. На основе сформированных интересов и представлений целесообразной преподаватели Института считают ориентацию обучающихся на их умственную самостоятельность в поиске ответов на интересующие вопросы, на стремление к самообразованию и самосовершенствованию.

В преподавании дисциплин социально-гуманитарного цикла используется также метод обсуждения конкретных ситуаций. Как показывает опыт преподавания таких учебных дисциплин как «Идеология белорусского государства», «Система управления и государственная политика в сфере физической культуры и спорта» он является одним из эффективных средств формирования личности будущего специалиста физкультурно-спортивной отрасли. В основе анализа конкретных ситуаций и решения практических задач лежит принцип проблемности, который предполагает выявление противоречивого характера развития процессов в обществе. При такой форме проведения занятий слушатели используют знания, полученные ранее в учебной, трудовой и общественной деятельности. Важным представляется то, что при обсуждении конкретных ситуаций можно рассмотреть несколько вариантов решения той или иной проблемы и выбрать наиболее правильный, обсудить последствия принимаемого решения. Значимым моментом в анализе ситуаций, решении проблемных задач является дискуссия. В ней сравниваются предложенные слушателями варианты решения. При этом зачастую обнаруживается, что отдельные критерии оценки, выбора решений, которые ранее считались ими правильными, оказываются малоэффективными. Это убеждает слушателей в том, что не бывает готовых решений проблем, следует использовать все имеющиеся знания, постоянно пополняя их копилку.

Среди инновационных методов обучения можно назвать также игровой метод. Применение игровых форм обучения представляет действенный механизм трансформации нововведений из сферы непосредственного опыта в сферу социальную, перевода знаний в нормы практической деятельности. Так, в ходе изучения учебного модуля «Правовое регулирование профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта», учебной дисциплины «Антидопинговое законодательство» в ИПКиП проводятся деловые игры «Правовая грамотность», «Организация и проведение антидопинговых мероприятий» и др.

Инновационные технологии обучения включают также новые формы контроля знаний. Речь идет об использовании тестов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин. Тестирование позволяет определить уровень знаний слушателей, помогает избежать субъективизма преподавателя в оценке познавательного интереса обучающихся к проблемам социально-гуманитарных наук. Но при этом следует иметь в виду, что такие науки поддаются формализации в гораздо меньшей степени, чем технические и естественные. Это обстоятельство следует учитывать при составлении тестовых заданий, умело сочетая вопросы, имеющие однозначные ответы, с заданиями, допускающими несколько вариантов ответов.

В стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года сказано о необходимости обновления содержания образования, организации непрерывного образования «через всю жизнь», формирование «облачной» образовательной среды, которая включает «высококачественные ресурсы и услуги, построенной на основе использования современных технических средств информации» [2]. В связи с этим

в ИПКиП внедряются принципы, способные обеспечить совершенствование образовательной деятельности на основе использования цифровых ресурсов. Это позволяет информационно взаимодействовать всем участникам образовательного процесса, а также осуществлять качественную подготовку слушателей к профессиональной деятельности в условиях информационного общества, характеризующегося непрерывным обновлением технологий и знаний.

Неотъемлемым компонентом образовательной системы Института является медиа-образование. Глобальная сеть Интернет используется ИПКиП в учебных целях для реализации различных программ повышения квалификации и переподготовки специалистов физкультурно-спортивной отрасли. Благодаря подобных технологиям преподаватели и слушатели обмениваются необходимой информацией, касающейся содержания изучаемых учебных дисциплин и тем. Данные технологии используются при написании рефератов, контрольных и курсовых работ, отчетов о прохождении стажировки.

Практический опыт Института свидетельствует о том, что использование сети Интернет на занятиях зачастую способствует повышению мотивации слушателей приобретать новые знания, поскольку они оказываются в привычной для себя информационной среде. Размещенные на сайте ИПКиП актуальные материалы, начиная с веб-страничек с учебной информацией и заканчивая объемными проектами для дистанционного обучения, не только дают возможность решать коммуникативные задачи, но и способствуют более качественному прохождению повышения квалификации и переподготовки специалистов сферы физической культуры и спорта.

Таким образом, использование инновационных технологий в преподавании социально-гуманитарных дисциплин является важным направлением деятельности ИПКиП. Такие технологии повышают качество обучения, способствуют становлению и качественному росту профессионализма специалистов сферы физической культуры и спорта.

1. Вонсович, Л. В. Развитие дополнительного образования взрослых в сфере физической культуры и спорта Республики Беларусь: идеологический аспект / Л. В. Вонсович // Дополнительное образование взрослых: проблемы и перспективы развития : сб. материалов междунар. заочной науч.-практ. конф. – Минск : УГЗ, 2024. – С. 7–13.

2. Хворова, Н. С. Инновационные образовательные технологии в преподавании социально-гуманитарных дисциплин / Н. С. Хворова, Ю. В. Забродская // Актуальные проблемы формирования кадрового потенциала для инновационного развития АПК: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 4–5 июня 2015 г. – Минск: БГАТУ, 2015. – С. 124–127.

3. Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019–2025 годы [Электронный ресурс]: утв. Министерством образования Респ. Беларусь 15 марта 2019 г. – Режим доступа : https://goo.su/7hjUV. – Дата доступа : 06.10.2024.

Кирсанова О.Г.
Смоленский государственный университет спорта

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СОТРУДНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА: ОПЫТ СМОЛЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СПОРТА

Kirsanova O.
Smolensk State University of Sports

ON THE ISSUE OF THE ORGANIZATION OF PROFESSIONAL EDUCATION FOR MANAGERS AND EMPLOYEES OF INSTITUTIONS OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS: THE EXPERIENCE OF THE SMOLENSK STATE UNIVERSITY OF SPORTS

Аннотация. В статье приведены результаты анализа оплаты реализации программ дополнительного профессионального образования, выявлены основные потребности рынка дополнительного профессионального образования, ожидания слушателей программ. Проанализирован опыт факультета ДПО Смоленского университета спорта в реализации программ дополнительного профессионального образования. Представлены проекты программ повышения квалификации для руководителей учреждений физической культуры и спорта.

Ключевые слова: дополнительное профессиональное образование, повышение квалификации, слушатели.

Abstract. The article presents the results of the analysis of the payment for the implementation of additional vocational education programs, identifies the main needs of the additional vocational education market, and the expectations of the program listeners. The experience of the Faculty of Vocational Education of the Smolensk University of Sports in the implementation of additional professional education programs is analyzed. The projects of professional development programs for heads of physical education and sports institutions are presented.

Keywords: additional professional education, advanced training, trainees.

Сфера физической культуры и спорта (далее по тексту – ФКиС), являющаяся неотъемлемой частью жизни современного общества, находится в достаточно сильной зависимости от состояния факторов внешней среды, ее окружающих: демографической ситуации в стране в целом и отдельно в ее субъектах, технического и технологического обеспечения отрасли, уровня экономического благополучия населения и его ориентации на отказ от социально вредных привычек, рост мотивации к здоровому образу жизни и физической активности.

Изменение данных факторов, их совокупное влияние на инфраструктуру ФКиС повышает актуальность постоянного совершенствования и повышения эффективности управленческих навыков, позволяющих принимать решения, позволяющие развивать отрасли в целом или на отдельно взятое учреждение, что представляется

возможным посредством дополнительного профессионального образования руководителей и сотрудников, занятых в ФКиС.

Разделение сферы ФКиС на коммерческую или некоммерческую, частную или бюджетную не снижает роли профессиональной грамотности сотрудников и руководителей. Повышение квалификации на постоянной основе позволяет не только адаптировать профессиональный уровень человеческого капитала для индустрии спорта к вызовам рынка физкультурно-спортивных услуг, но также в ряде случаев является обязательным условием, например, для карьерного роста и продвижения по служебной лестнице, получения грантовой поддержки со стороны государства для реализации проектов в сфере физической культуры и спорта и т.п.

В ряде случаев мотивацией повышения профессиональной компетенции служит собственное желание руководителя или сотрудника физкультурно-спортивной организации, что делает такую мотивацию особенно ценной и обуславливает актуальность задач разработки конкурентоспособных и качественных программ дополнительного профессионального образования (далее – ДПО) в рамках профессиональной переквалификации или повышения квалификации, рассчитанных на различные сроки и периоды обучения в зависимости от сформированного заказа или потребности со стороны возможны слушателей.

Входное анкетирование слушателей программ дополнительного профессионального образования, реализуемых в Смоленском государственном университете спорта (далее – СГУС), позволило сформировать матрицу сегментирования, позволяющую составить портрет потенциального слушателя и сделать разработку программ в большей степени адресной и эффективной.

Выборка, положенная в основу настоящего исследования, составила 50 слушателей, в пропорции, эквивалентной объемам реализуемых программ ДПО кафедрой менеджмента и естественно-научных дисциплин (далее – кафедра менеджмента и ЕНД) СГУС: 30% (15 чел.) составили слушатели программы профессиональной переподготовки в рамках национального проекта «Спорт – норма жизни» – «Нормативно-правовое обеспечение и организационные аспекты управления физической культурой и спортом на государственном, региональном, муниципальном уровне» (объем программы – 500 часов), 70% (35 чел.) – слушатели курсов повышения квалификации, объемом от 36 до 72 часов.

На рисунке 1 представлены выделенные сегменты слушателей программ ДПО, составленные на основе критериев: «тип учреждения ФКиС», «роль в учреждении ФКиС». Были сформированы 5 сегментов, охарактеризовать которые можно следующим образом:

С1 – собственники и менеджеры коммерческих учреждений и организаций ФКиС, осуществляющие управление и продвижение продукта, обучающиеся по программам профессиональной переподготовки;

С2 – собственники и менеджеры коммерческих учреждений и организаций ФКиС, осуществляющие управление и продвижение продукта, обучающиеся на курсах повышения квалификации;

С3 – руководители и сотрудники бюджетных учреждений ФКиС, которые реализуют задачи управления и развития учреждения, обучающиеся по программам профессиональной переподготовки;

С4 – руководители и сотрудники бюджетных учреждений ФКиС, которые реализуют задачи управления и развития учреждения, обучающиеся на курсах повышения квалификации;

С5 – преподаватели и методисты среднего профессионального образования, высшего образования, дополнительного профессионального образования, принимающие участие в разработке и реализации дисциплин (программ повышения квалификации), обучающиеся по программам профессиональной переподготовки;

С6 – преподаватели и методисты среднего профессионального образования, высшего образования, дополнительного профессионального образования, принимающие участие в разработке и реализации дисциплин (программ повышения квалификации), обучающиеся на курсах повышения квалификации.

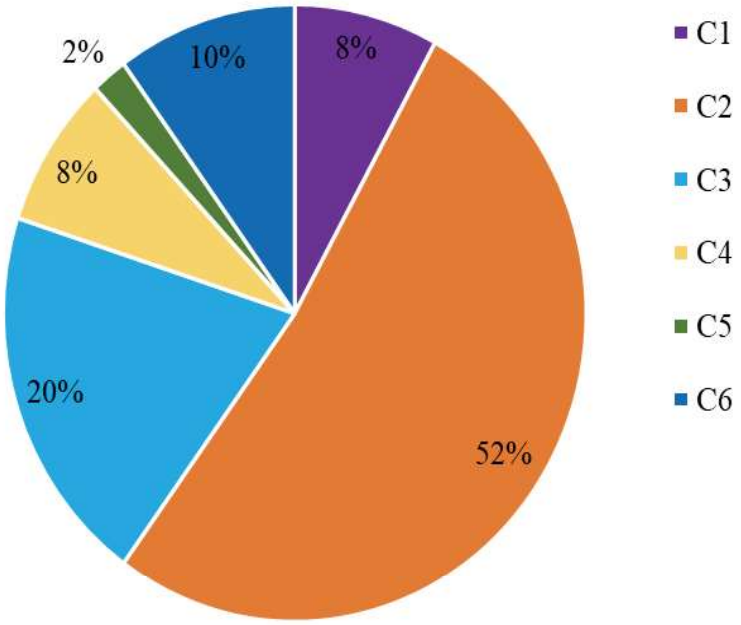


Рисунок – Сегментирование слушателей программ ДПО СГУС, %
Источник: составлено автором

На основе полученных результатов входного анкетирования слушателей в соответствии с выделенными сегментами был составлен портрет слушателя программ ДПО СГУС, оценены его ожидания, потребности, желаемый формат обучения, проанализированы барьеры, препятствующие реализации программ ДПО, расширению аудитории слушателей, что позволило сформулировать направления разработки предложений по программам ДПО и повышения эффективности их содержания (таблица 1).

Таблица 1. – Портрет слушателя программ ДПО: опыт СГУС

Целевая аудитория	Характеристики целевой аудитории			
	Потребность	Формат обучения	Барьеры	Ожидаемый результат
С1 (4 чел.)	Формирование фундаментальной основы в сфере ФКиС	Онлайн (3 чел.) Смешанное обучение (1 чел.)	Нехватка времени Неудобная география Содержание программы	Получение системы знаний и новых навыков в области управления в сфере ФКиС
С2 (26 чел.)	Повышение квалификации в отдельном аспекте управления	Очно (4 чел.) Онлайн (22 чел.)	Недостаточно привлекаются практики Содержание программы	Повышение квалификации в выбранном направлении деятельности
С3 (10 чел.)	Повышение квалификации в административных целях	Очно! (9 чел.) Онлайн (1 чел.)	Нехватка времени Не всегда есть возможность получить освобождение от работы Низкая мотивация	Диплом о профессиональной переподготовке или удостоверение о повышении квалификации Выполнение нормативных требований Новые знания, но не навыки
С4 (4 чел.)	Соблюдение нормативных требований по срокам повышения квалификации	Очно! (4 чел.)		
С5 (1 чел.)	Выполнение условий эффективного контракта Формирование новых навыков в методологии преподавания	Онлайн (1 чел.)	Нехватка времени Оплата за счет собственных средств Низкая мотивация Неудобная география	Выполнение квалификационных требований и условий эффективного контракта Новые знания в методике преподавания дисциплин
С6 (5 чел.)		Очно (3 чел.) Онлайн (1 чел.)		

Источник: разработано автором

Основную долю заинтересованных слушателей составляют руководители и собственники коммерческих учреждений и организаций в сфере ФКиС (60% совокупно), для которых характерен высокий уровень мотивации обучения по программам дополнительного профессионального образования различного уровня, более серьезное отношение к освоению программы. Данная категория слушателей принимает также активное участие в формировании положительной репутации образовательного учреждения, что способствует формированию его конкурентных преимуществ.

К числу недостатков программ ДПО, отмеченных слушателями, были отнесены недостаточность привлечения специалистов-практиков, недостаточное использование элементов визуализации при подготовке учебного и раздаточного материала, ограниченность тематики курсов повышения квалификации и т.п. Указанные недо-

статки были учтены и по возможности устранены при разработке курсов повышения квалификации для целевой аудитории слушателей в 2024 – 2025 учебном году.

Кафедрой менеджмента и естественно-научных дисциплин были разработаны и предложены к реализации два взаимосвязанных курса повышения квалификации, объем каждого из которых составил 72 часа (2 з.ед.), основанных на профессиональном стандарте 05.008 «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта», утвержденном Приказом Министерства труда Российской Федерации от 07.04.2023 г. № 363н [1].

Разработанные курсы повышения квалификации: «Менеджмент в сфере физической культуры и спорта» и «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта» ориентированы на руководителей организаций физической культуры и спорта различных форм собственности и организационно-правовых форм деятельности.

В основу разработки программы курсов были положены обобщенные трудовые функции, предусмотренные профессиональным стандартом 05.008, такие как:

A/05.6 Управление структурным подразделением по информационному обеспечению физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности;

B/03.6 Управление реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением клуба, или организации, или общества, или объединения;

B/04.6 Операционное администрирование и управление развитием клуба, или организации, или общества, или объединения [1].

Тематическое содержание курсов повышения квалификации, результаты обучения и их взаимосвязь с обобщенными трудовыми функциями представлены в таблице 2.

В целях привлечения максимально возможного числа слушателей предусмотрены форматы обучения: онлайн, очный и смешанный, сочетающий синхронное и асинхронное освоение программы курса. В программу включены вебинары, в том числе с ведущими практиками в изучаемой сфере деятельности в регионе, питчинги, мастер-классы, что в сочетании с классическими формами проведения занятий (лекциями и практическими занятиями) позволит обеспечить эффективное освоение образовательной программы.

Для проведения итоговой аттестации предусмотрена вместо оценки теоретических знаний в виде тестирования или собеседования, защита выпускного проекта, который слушатели разрабатывают в процессе синхронной практической или асинхронной самостоятельной работы.

Защита выпускного проекта происходит в присутствии аттестационной комиссии, в которую входят преподаватели курса, в том числе приглашенные специалисты из центров поддержки предпринимательства, Смоленской торгово-промышленной палаты, что позволит обеспечить объективную оценку предложенных идей и обеспечить их дальнейшую реализацию при помощи механизмов государственной поддержки (например, гранта).

Таблица 2. – Содержание программ повышения квалификации и планируемые результаты обучения

Трудовые функции по профессиональному стандарту 05.008	Тематический план курса повышения квалификации «Менеджмент в сфере физической культуры и спорта»	Тематический план курса повышения квалификации «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта»	Планируемые результаты обучения (РО)
A/05.6 Управление структурным подразделением по информационному обеспечению физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности	Сфера физической культуры и спорта как объект управления	Особенности функционирования и тренды рынка физкультурно-спортивных услуг	РО 1. Формировать информационную и коммуникационную политику физкультурно-спортивной организации
	Методологические основы менеджмента	Информационная и коммуникационная политика физкультурно-спортивной организации	РО 2. Организовывать работу и взаимодействие всех структурных подразделений физкультурно-спортивной организации для реализации задач в сфере информационной и коммуникационной политики
B/03.6 Управление реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением клуба, или организации, или общества, или объединения	Управленческий цикл и его особенности в сфере физической культуры и спорта	Особенности управления маркетинговой деятельностью физкультурно-спортивной организации	РО 3. Организовать работу и взаимодействие всех структурных подразделений физкультурно-спортивной организации в целях реализации задач ресурсного и информационного обеспечения ее деятельности
	Ресурсное обеспечение управления в сфере физической культуры и спорта	Информационно-телекоммуникационные технологии в маркетинге физкультурно-спортивных организаций	РО 4. Организовать работу сайта, информационного портала физкультурно-спортивной организации

Продолжение таблицы 2

Трудовые функции по профессиональному стандарту 05.008	Тематический план курса повышения квалификации «Менеджмент в сфере физической культуры и спорта»	Тематический план курса повышения квалификации «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта»	Планируемые результаты обучения (РО)
B/04.6 Операционное администрирование и управление развитием клуба, или организации, или общества, или объединения	Принятие управленческий решений: подходы и методы	Товарная политика на современном рынке физкультурно-спортивных услуг	РО 5. Разрабатывать предложения по развитию физкультурно-спортивной организации, оценивать риски, связанные с их реализацией
	Оценка эффективности и рисков в управлении сферой физической культуры и спорта	Продвижение физкультурно-спортивной организации: особенности проектного управления	РО 6. Организовывать проектную деятельность физкультурно-спортивной организации и привлекать потенциальных инвесторов

Источник: разработано автором

Таким образом, можно отметить, что анализ эффективности реализации программ ДПО, учет ожиданий и потребностей слушателей позволяют выявить имеющиеся недостатки, разрабатывать более качественные образовательные продукты и повышать конкурентоспособность университета. Представленные проекты программ повышения квалификации являются специализированным продуктом в системе спортивного образования и имеют углубленный практикоориентированный характер.

В процессе освоения программы слушатели ознакомятся с особенностями построения эффективной системы менеджмента и маркетинга физкультурно-спортивной организации и приобретут навыки разработки стратегий управления и продвижения физкультурно-спортивного продукта.

Конкурентными преимуществами разработанных программ является их кадровое обеспечение (компетентные преподаватели и приглашенные практики), доступная стоимость, гибкое сочетание форм и инновационных подходов к организации обучения.

1. Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта [Электронный ресурс]: приказ Министерства труда Российской Федерации от 27.04.2023 № 363н // Министерство труда Российской Федерации. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448494/2ff7a8c72de3994f30496a0ccbb1ddafdaddf518/. – Дата доступа: 10.09.2024.

Колмогорова Е.К., Кравчук Т.А., Колмогорова Н.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Сибирский государственный университет
физической культуры и спорта»

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ И ФОРМЫ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ВУЗАХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА РОССИИ

Kolmogorova E., Kravchuk T., Kolmogorova N.
Federal state budgetary educational institution Higher education
«Siberian state university of physical education and sport»

ORGANIZATIONAL STRUCTURES AND FORMS OF RESEARCH WORK OF STUDENTS IN UNIVERSITIES OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT IN RUSSIA

Аннотация. В статье представлен анализ организационных структур и существующих форм научно-исследовательской работы в вузах физической культуры Российской Федерации. Основной формой научно-исследовательской работы студентов в рамках организации учебного процесса выступает написание курсовой и дипломной работ, которые осуществляются совместно с научным руководителем. Научно-исследовательская работа студентов, выполняемая вне рамок учебного процесса, осуществляется в виде работы в студенческих научных кружках, студенческом научном обществе.

Ключевые слова: научно-исследовательская работа, вузы физической культуры, студенты, формы и структура научно-исследовательской работы.

Abstract. The article presents the analysis of organizational structures and existing forms of research work in universities of physical culture of the Russian Federation. The main form of research work of students within the framework of the organization of the educational process is the writing of term and diploma papers, which are carried out jointly with a supervisor. Research work of students, carried out outside the educational process, is carried out in the form of work in student scientific circles, student scientific society.

Keywords: research work, universities of physical education, students, forms and structure of research work.

Введение. Научно-исследовательская деятельность в университетах является одним из важнейших средств повышения качества подготовки и воспитания специалистов с высшим образованием, способных творчески применять в практической деятельности последние достижения научно-технического и культурного прогресса [1]. Основная форма научно-исследовательской работы в университетах – это дипломные и курсовые работы студентов, которые выполняются совместно с научным руководителем [2]. Помимо научно-ис-

следовательской работы студентов в учебном процессе развиваются и совершенствуются внеучебные формы научной работы, позволяющей не ограничиваться только учебными задачами, а расширять активные рамки активной деятельности студентов [3].

Цель исследования: изучить организационные структуры и существующие формы научно-исследовательской работы обучающихся в вузах физической культуры.

В университетах физической культуры и спорта научно-исследовательская работа студентов в настоящее время представляет собой стройную и методически обоснованную систему повышения уровня подготовки и воспитания специалистов [4]. Научно-исследовательская работа отражает единство различных форм научной работы студентов, творческое развитие каждого студента, приобретенные умения творческого применения в практике физической культуры и спорта последних достижений научно-технического прогресса [5].

В России функционирует 14 государственных высших учебных заведений физической культуры и спорта, которые являются подведомственными организациями Министерства спорта Российской Федерации – это 7 университетов, 6 академий и 1 институт [6]. Также имеются 2 учреждения другой ведомственной принадлежности: Московский государственный университет спорта и туризма, который является подведомственной организацией Департамента спорта города Москвы, и Санкт-Петербургский Военный институт физической культуры, который относится к Министерству обороны Российской Федерации.

Проанализировав научную деятельность 13 вузов физической культуры и спорта, были выявлены организационные структуры и существующие формы научно-исследовательской работы студентов каждого из приведенных университетов (таблица).

Таблица – Формы научно-исследовательской работы обучающихся в вузах физической культуры и спорта России

Название	Город	Форма НИР
Подведомственные учреждения Министерства спорта Российской Федерации:		
РГУФК – Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»	Москва	- Студенческое научное общество (СНО) - Научно-исследовательский институт спорта и спортивной медицины - Проведение конференций и круглых столов
ПГУФКСиТ – Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма	Казань	- Студенческое научное общество (СНО) - Совет молодых ученых (СМУ) - Проведение конференций и круглых столов
СибГУФК – Сибирский государственный университет физической культуры и спорта	Омск	- Сообщество молодых ученых и студентов (СМУС) - Научно-исследовательский институт деятельности в экстремальных условиях (НИИ ДЭУ) - Проведение конференций и круглых столов

Продолжеине таблицы

Название	Город	Форма НИР
Подведомственные учреждения Министерства спорта Российской Федерации:		
НГУ им. П. Ф. Лесгафта – Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	- Студенческое научное общество (СНО) - Проведение конференций и круглых столов
СГУС – Смоленский государственный университет спорта	Смоленск	- Студенческое научное общество (СНО) - Проведение конференций и круглых столов
КГУФКСТ – Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма	Краснодар	- Студенческое научное общество (СНО) - Совет молодых ученых (СМУ) - Научно-исследовательский институт проблем физической культуры и спорта (НИИ) - Проведение конференций и круглых столов
УралГУФК – Уральский государственный университет физической культуры	Челябинск	- Сетевое издание «Научно-спортивный журнал» - Проведение конференций и круглых столов
МГАФК – Московская государственная академия физической культуры	Рабочий поселок Малаховка	- Студенческое научное общество (СНО) - Отдел научно-исследовательской работы студентов (ОНИРС) - Научно-исследовательский институт информационных технологий (НИИТ) - Межкафедральная научная лаборатория - Проведение конференций и круглых столов
ВГАФК – Волгоградская государственная академия физической культуры	Волгоград	- Научно-методический совет - Научное общество молодых исследователей (НОМИ) - Проведение конференций и круглых столов
ВЛГАФК – Великолукская государственная академия физической культуры и спорта	Великие Луки	- Научно-исследовательский институт (НИИ) - Проведение конференций и круглых столов
ЧГАФКиС – Чайковская государственная академия физической культуры и спорта	Чайковский	- Студенческое научное общество (СНО) - Проведение конференций и круглых столов
Подведомственное учреждение Департамента спорта г. Москвы:		
МГУСиТ – Московский государственный университет спорта и туризма	Москва	- Студенческое научное общество «Научно-образовательный круговорот МГУСиТ» - Проведение конференций и круглых столов
Подведомственное учреждение Министерства обороны Российской Федерации:		
ВИФК – Военный университет физической культуры	Санкт-Петербург	- Научно-исследовательский центр (НИЦ) - Проведение конференций и круглых столов

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» организовывает научную деятельность студентов в различных формах научно-исследовательской работы. Основная форма работы со студентами – это студенческое научное общество. Оно создано с целью повышения эффективности организации научно-исследовательской работы студентов университета. Также в университете функционирует научно-исследовательский институт спорта и спортивной медицины. Основу деятельности Научно-исследовательского института спорта и спортивной медицины составляет выполнение научно-исследовательских бюджетных работ в области физической культуры и спорта, проводимых по заданию Министерства спорта, туризма и молодежной политики и включенных в тематический план научно-исследовательских работ университета.

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» за 2023 год провел более 50 конференций, семинаров и круглых столов для студентов на базе своего университета [7]. Общее руководство научно-исследовательской деятельности ведет проректор на научно-исследовательской работе, а научно-организационным управлением занимается заведующая отделом планирования и контроля научной деятельности.

В Поволжском государственном университете физической культуры, спорта и туризма основными формами реализации научно-исследовательской деятельности являются студенческое научное общество, совет молодых ученых и научные конкурсы, конгрессы и конференции Поволжского ГУФКСиТ. Студенческое научное общество проводит студенческие конференции, конкурсы, семинары, круглые столы и мастер-классы, предлагает студентам поучаствовать в встречах с выдающимися коллегами и в неформальных встречах с преподавателями.

Совет молодых ученых на базе Поволжского ГУФКСиТ является консультативным и совещательным органом с целью консолидации усилий и координации деятельности, направленной на активизацию участия молодых ученых в научно-исследовательской деятельности Университета, выработке стратегических и оперативных решений по поддержке молодых ученых. Общее руководство и координация деятельности Совета осуществляется проректором по научной работе и международной деятельности Университета и начальником научно-методического отдела.

В Сибирском государственном университете физической культуры и спорта функционирует структурное подразделение «Сообщество молодых ученых и студентов СибГУФК», которое участвует в организации и проведении научно-исследовательских мероприятиях студентов и молодых ученых в области спорта и физической культуры. Целью СМУС СибГУФК является интеграция научно-исследовательской деятельности и учебного процесса в университете. Помимо функционирования СМУС СибГУФК в университете на отдельных кафедрах действуют научные кружки, они помогают студентам выбрать направление написания научных работ и координируют обучающихся в научно-исследовательской работе [8].

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта предлагает студентам участвовать в научно-исследовательской деятельности университета в студенческом научном обществе. Основными формами научно-исследовательской, инновационной и научно-просветительской и работы студентов в НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург являются:

исследовательская работа, проводимая индивидуально или в составе научных групп под руководством преподавателя;

инновационные проекты;

тематические конференции, семинары, мастер-классы, проводимые по инициативе кафедр и факультетов;

кафедральные научные конференции;

подготовка и участие в межвузовских, региональных конференциях и конкурсах.

Вопросы развития студенческой науки в Университете курирует Студенческое научное объединение «НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург».

Смоленский государственный университет спорта выделяет следующие формы научно-исследовательской работы студентов: Студенческое научное общество и проведение конференций и круглых столов. СНО включает в себя студенческие научные кружки. Руководящие должности подразделений – председатель СНО и руководитель СНК. В открытом доступе информации предоставлено недостаточно для полного анализа структуры подразделений.

Научно-исследовательская работа в Кубанском государственном университете физической культуры, спорта и туризма осуществляется в соответствии с планом, ежегодно утверждаемым Ученым советом университета и регламентируется как локальными актами, так и документацией общегосударственного уровня.

Научно-исследовательская работа ведется профессорско-преподавательским составом, аспирантами, соискателями, сотрудниками научных подразделений, сотрудниками научно-исследовательского института и студентами. В Кубанском государственном университете физической культуры, спорта и туризма научно-исследовательская деятельность представлена в Студенческом научном обществе, Совете молодых ученых и Научно-исследовательском институте проблем физической культуры и спорта. Ежегодно на территории университета проводятся конференции и круглые столы с участием студентов и молодых ученых.

Научно-исследовательская деятельность студентов Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма реализуется в студенческом научном сообществе, структура которого состоит из двухуровневой структуры. Первый уровень – СНО структурных подразделений; второй уровень – объединение СНО университета, включающее представителей кафедр. Научный руководитель студенческого научного общества Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма назначается любой из числа сотрудников ректором университета.

Состав совета молодых ученых утверждается решением Ученого совета КГУФКСТ, руководит советом председатель.

Уральский государственный университет физической культуры не размещает информацию о научных обществах вуза в общем доступе. Университет публикует на своем официальном сайте информацию об активной работе сетевого издания «Научно-спортивный журнал», который принимает работы студентов и публикует их в онлайн формате. Помимо работы сетевого журнала, университет проводить конференции и круглые столы для студентов и молодых ученых [9].

Московская государственная академия физической культуры представляет науку в нескольких формах: научно-организационный отдел, отдел научно-исследова-

тельской работы студентов, межкафедральная научная лаборатория и научно-исследовательский институт информационных технологий.

Научно-организационный отдел является структурным подразделением Московской государственной академии физической культуры. Отдел осуществляет планирование, организацию, контроль и координацию научных исследований, выполняемых структурными подразделениями академии, и проведение научно-методических мероприятий в академии. Данным отделом руководит начальник научно-организационного отдела.

Отдел научно-исследовательской работы студентов (ОНИРС) – структурное подразделение академии, обеспечивающее организационно-методическую координацию научно-исследовательской деятельности бакалавров и молодых ученых на кафедрах, лабораториях и научных подразделениях академии. ОНИРС является также координатором участия академии во Всероссийских и международных межвузовских научных мероприятиях среди бакалавров и молодых ученых (научные конференции, конкурсы на лучшую научную работу, предметные олимпиады), а также в тематических международных выставках, фестивалях и научных форумах.

В составе ОНИРС функционирует редакционно-издательская группа, обеспечивающая предпечатную подготовку, редактирование и выпуск учебных и учебно-методических изданий профессорско-преподавательского и научного состава академии. Координирует работу отдела начальник отдела научно-исследовательской работы студентов.

Студенческое научное общество, которое входит в ОНИРС, имеет двухуровневую структуру. Первый уровень – студенческий научный кружок кафедр и научных подразделений академии, второй уровень – объединение студенческого научного общества, включающее лучших представителей, делегированных от студенческих научных кружков.

Межкафедральная научная лаборатория активно функционировала с 2011 года по 2013 год, основные усилия сотрудников лаборатории были сосредоточены на решении задач госзадания министерства спорта на 2012-2014 годы по теме «Разработка комплексных методов повышения работоспособности спортсменов циклических видов спорта внетренировочными средствами воздействия».

Основными направлениями деятельности научно-исследовательского института информационных технологий МГАФК с момента основания является проведение научно-исследовательской работы в сфере физической культуры и спорта и осуществление научно-методического обеспечения подготовки сборных команд России по видам спорта. В настоящее время институт осуществляет научно-методическое обеспечение подготовки сборных команд России по следующим видам: легкая атлетика; тяжелая атлетика и спортивная гимнастика. Руководитель института – директор НИИТ.

Волгоградская государственная академия физической культуры имеет в своей структуре подразделения Научно-методический совет и Научное общество молодых исследователей. Общее руководство и координацию научно-исследовательской деятельности университета осуществляет проректор по научно-исследовательской работе.

В руководствующий состав научно-методического совета входят председатель – проректор по НИР, заместите председателя – проректор по учебной работе и секретарь.

Научное общество молодых исследователей координируется Председателем научного общества молодых исследователей. Председателем может быть избран молодой ученый или специалист одного из подразделений академии. К компетенциям председателя относят оперативное руководство деятельностью общества.

На базе университета регулярно проводятся конференции, круглые столы и другие мероприятия, направленные на популяризацию студенческой науки.

Великолукская государственная академия физической культуры и спорта выделяет в формах научно-исследовательской работы Научно-исследовательский институт и конференции. Решение фундаментальных и практических научных задач возложено на Научно-исследовательский институт проблем спорта и оздоровительной физической культуры. Научно-исследовательская деятельность профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов академии направлена на достижение основной цели – подготовку специалистов, обладающих современными профессиональными навыками и высокой квалификацией в области физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры, безопасности жизнедеятельности, психологии, педагогики, менеджмента. Координирует деятельность института Директор НИИ.

В Чайковской государственной академии физической культуры и спорта Студенческие научные общества функционируют отдельно на кафедрах и проводят мероприятия для студентов в малых группах или индивидуально с каждым студентом. Одной из основных форм осуществления научно-исследовательской работы в академии это проведение конференций и круглых столов. Принятие решений о проведении конференций принимает Ученый совет университета.

Московский государственный университет спорта и туризма концентрирует научно-исследовательскую деятельность в Студенческом научном обществе «Научно-образовательный круговорот МГУСиТ» и в проведении конференций и круглых столов. Научно-исследовательскую работу в МГУСиТ курирует проректор по научной работе университета. Высшим руководящим органом студенческого научного общества является Собрание членов СНО, которое состоит из председателя СНО университета, председателей СНО институтов, и представителей СНО институтов.

В военном институте физической культуры функционирует структурное подразделение Научно-исследовательский центр (НИЦ), который организует научно-исследовательскую работу студентов и проводит конференции и круглые столы. Основными формами научной (научно-исследовательской) деятельности в институте являются:

выполнение фундаментальных и прикладных научных исследований, а также оперативных заданий по выполнению основных задач научной деятельности;

осуществление научно-технических разработок;

участие в выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ предприятий промышленности в рамках государственного оборонного заказа.

Научно-исследовательский центр проводит комплексные фундаментальные и прикладные научные исследования, утвержденные начальником Управления фи-

зической подготовки и спорта Вооруженных Сил Российской Федерации и начальником Военного института физической культуры. Отдельные исследования могут осуществляться в соответствии с заданиями руководителей силовых ведомств Российской Федерации по согласованию с начальником Управления физической подготовки и спорта Вооруженных Сил Российской Федерации.

Заключение. Организационные системы осуществления научно-исследовательской деятельности в вузах имеют схожую структуру, но информация представлена в разном формате и не у всех университетов представлена полностью и открыто. В большинстве случаев в структуре научно-исследовательской деятельности вузов представлены студенческие научные общества и научно-исследовательские институты. Все представленные учебные заведения проводят конференции и круглые столы для студентов и молодых ученых на базе своего вуза. Также чаще всего научно-исследовательскую деятельность в студенческих обществах координирует проректор по научной работе, а принятие оперативных решений берет на себя председатель СНО.

1. Зобков, А. В. Саморегуляция учебно-профессиональной деятельности студенческой молодежи как условие качества профессиональной деятельности / А. В. Зобков // Новая парадигма организационного управления в условиях вызовов XXI века (к 95-летию Л. И. Уманского). – 2016. – С. 14–18.

2. Верхотурова, И. А. Роль студенческого научного общества в формировании готовности студентов к исследовательской деятельности / И. А. Верхотурова // Актуальные вопросы развития образовательной области «Технология». – 2013. – № 1. – С. 58–61.

3. Шакиров, Ж. Студенческое научное общество / Ж. Шакиров // Вестник Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова. – 2007. – № 1. – С. 74–76.

4. Кергилова, Н. В. Студенческое научное общество как форма профессиональной подготовки студентов вуза / Н. В. Кергилова, Е. Ю. Кудрявцева // Оценка качества образования: опыт, проблемы, перспективы : материалы межрегиональной научно-практической конференции (Горно-Алтайск, 22 декабря) – Горно-Алтайск: изд-во ГАГУ, 2015. – С. 118–122.

5. Аксютина, Н. В. Научная деятельность как способ самореализации личности студента / Н. В. Акситина, С. Ю. Никулина, И. С. Князева [и др.] // Педагогика и медицина в служении человеку : материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (Красноярск, 29 ноября) – Красноярск: КрасГМУ, 2017. – С. 18–23.

6. Подведомственные организации Министерства спорта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minsport.gov.ru/ministry/sub-organizations/. – Дата доступа: 03.09.2024.

7. РУС «ГЦОЛИФК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gtsolifk.ru/nauka/nauchnie_meropriyatiya/2023_g. – Дата доступа: 03.09.2024.

8. Колмогорова, Н. В. Фестиваль «Занимательная спортивная наука» как форма популяризации научных исследований в сфере физической культуры и спорта / Н. В. Колмогорова // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – С. 160–167.

9. Макунина, О. А. Студенческое научное общество Уральского государственного университета физической культуры / О. А. Макунина, Е. В. Звягина, А. А. Шептицкая, Е. В. Звягина // IV Всероссийский съезд студенческих и молодежных научных объединений : сборник докладов участников и лекторов (Омск, 21–24 ноября) – Омск: Наука, 2018. – С. 102–105.

Логвина Т.Ю.
Белорусский государственный университет физической культуры
Баркова В.В.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОСОБЕННОСТЯМИ ПСИХОФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Lohvina T.
Belarusian State University of Physical Culture
Barkova V.
Yanka Kupala University of Grodno

CURRENT ISSUES OF THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT SYSTEM IN THE IMPLEMENTATION OF SOCIO-EDUCATIONAL INTEGRATION OF STUDENTS WITH SPECIAL NEEDS OF PSYCHOPHYSICAL DEVELOPMENT

Аннотация. Развитие системы интегрированного обучения оказывает существенное влияние на содержание образовательного процесса в институте повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов физической культуры, спорта и туризма. Определены первоочередные задачи физического воспитания с детьми дошкольного возраста с особенностями психофизического развития, предложены апробированные контрольные упражнения для оценки сформированных умений.

Ключевые слова: повышение квалификации; интеграция; дети; координационные способности; двигательные умения.

Abstract. The development of an integrated learning system has a significant impact on the content of the educational process at the Institute for Advanced Training and retraining of managers and specialists in physical culture, sports and tourism. The primary tasks of physical education with preschool children with special features of psychophysical development are identified, and proven control exercises are proposed to assess the formed skills.

Keywords: professional development; integration; children; coordination abilities; motor skills.

В современной системе образования происходят инновационные процессы гуманизации общества и становление инклюзивного образования, обеспечивающего гарантированную защиту и поддержку государством лиц с особенностями психофизического развития (ОПФР). В Республике Беларусь совершенствуется национальная система обучения и воспитания детей с ОПФР на основе международных тенденций, опыта экспериментальной работы с детьми, интегрированными в общеобразовательную среду сверстников для поддержки, становления и развития личности, социализации в обществе на основе нравственных ценностей. Ведется активный поиск научно обоснованных методик социально-образовательной интеграции обучающихся

с ОПФР, обоснование методических компонентов по ее реализации, особенностям воспитания и развития конструктивных взаимоотношений всех участников образовательного процесса начиная с дошкольного возраста. Одним из направлений таких исследований является анализ проблем организации и содержания занятий физическими упражнениями с воспитанниками с ОПФР, обмен опытом между специалистами, работающими в группах интеграции.

В исследованиях физических способностей детей с особенностями психофизического развития обращает на себя внимание ряд характерных отличий в процессе обучения двигательным действиям, среди которых: рассогласованность отдельных движений в составе двигательного действия, сложность в дифференцировании усилий во времени и пространстве, ориентировании в пространстве, способности к усвоению двигательного ритма, произвольному снижению мышечного напряжения, удержанию равновесия, быстроте реагирования, действиям мелкой моторики. Оказание своевременной помощи детям с ОПФР в осуществлении коррекции перечисленных особенностей может способствовать нормализация координационных способностей, для развития которых период от 5-6 до 12 лет является благоприятным.

Авторы Б.Ф. Курдюкова, М.Б. Байкова Т.В. Стоякина предлагают понимать под координационными способностями совокупность двигательных способностей, определяющих быстроту освоения новых движений и готовность ребенка к оптимальному регулированию и управлению собственными двигательными действиями. При этом координационные способности рассматривают как интегрированный показатель умения организовать собственную двигательную активность [1]. Л.П. Матвеев, В.И. Лях, В.А. Барков определяют понятие «координационные способности» как умение адекватно перестраиваться в неожиданных ситуациях [2,3,4]. Ж.К. Холодов под двигательно-координационными способностями понимает способность быстро, точно, целесообразно, экономно и находчиво, т.е. наиболее совершенно, решать двигательные задачи, особенно сложные и возникающие неожиданно [5]. С. П. Евсеев, П.И. Новицкий для детей с особенностями психофизического развития содержанием координационных способностей считают совокупность психологических, морфологических, физиологических компонентов организма инвалидов и лиц с ограниченными возможностями, единство которых в границах функциональной системы обеспечивает продуктивную двигательную деятельность или умение целесообразно строить движение, управлять им и в случае необходимости быстро перестраивать его [6,7].

Учитывая разнообразные определения, можно сформулировать первоочередные задачи занятий физическими упражнениями с детьми с ОПФР как: формирование умений

1) согласовывать движения в составе двигательного действия;

2) дифференцировать мышечные усилия во времени и пространстве для оценки, ориентирования и воспроизведения заданных параметров движений;

3) ориентироваться в пространстве, определять и изменять положения тела и отдельных его частей в пространстве и времени;

4) различать двигательные ритмы;

5) удерживать статическое и динамическое равновесие, в том числе, на ограниченной и (или) подвижной опоре, при действии ускорений;

6) реагировать быстро и точно на внешние сигналы различного характера (зрительные, слуховые) и перестраивать движение в соответствии с изменяющимися условиями;

7) выполнять мелкие и точные движения кистями, пальцами рук в соответствии с поставленной задачей.

Для формирования умения согласовывать движения в составе двигательного действия и оценивать полученный результат среди многих упражнений информативными для детей 5-6 лет оказались контрольные упражнения с перекладыванием мячей и перешагиванием через гимнастическую палку. Для оценки умения дифференцировать усилия во времени и в пространстве – результаты кистевой динамометрии.

Ориентироваться в пространстве, определять и своевременно изменять положение тела и осуществлять движения в нужном направлении предлагали в заданиях с мячом, в частности, дети выполняли бросок мяча без зрительного контроля на расстояние 50 % от максимального результата; прыгали с закрытыми глазами на двух ногах к цели, а также с поворотом в указанное место. Оценивали рациональность выполняемых действий и двигательную реакцию на ситуацию. Способность своевременно изменять характер и способ действия в соответствии с двигательной задачей оценивали в баллах.

Способность к усвоению двигательного ритма определяли по умению воспроизводить заданный ритм движений и варьирования его в изменяющихся условиях. Пространственная, временная и силовая точность движений оказалась связанной с особенностями индивидуальных восприятий, а мышечно-двигательные ощущения имели специфический характер при выполнении прыжков ноги в стороны – ноги скрестно, ведении мяча на месте, передвижениях приставным шагом в соответствии с заданным ритмом в трех сериях по 15 секунд. Способность к воспроизведению ритма оценивали по правильности выполнения движений и рациональности выполняемых действий в баллах.

Качественные и количественные характеристики способности к сохранению и поддержанию равновесия анализировали по результатам оценки статического равновесия в секундах, стоя на одной ноге, закрыв глаза, другая согнута вперед, пяткой касаясь подколенной чашечки опорной, руки вперед. Для оценки динамического равновесия предлагали пройти по гимнастической скамейке с поворотами, балансировать на гимнастической скамейке. Критериями оценки считали правильность и рациональность действий, учитывали ошибки, трудности или невозможность выполнить задания, результаты оценивали по пятибалльной шкале.

Умение реагировать быстро и точно на внешние сигналы различного характера определяли по результатам выполнения упражнения с мячом, катящимся по наклоненной гимнастической скамейке, и действиям ребенка, умению повернуться, подбежать к гимнастической скамейке и остановить мяч ногой. Результат определяли по расстоянию прокатившегося мяча; количеству пойманных мячей за отрезок времени в баллах. Также оценивали качество выполнения упражнений с ловлей мяча после отскока от стены и ловлю мяча после подбрасывания.

Необходимость формирования мелкой моторики у детей с ОПФР обусловлена потребностью применения точных, координированных движений кистей и пальцев, без освоения которых выполнение многих учебных и бытовых действий может стать трудновыполнимыми или недоступными. Для оценки точности мелкой моторики ребенку предлагали выполнить троекратно движения по столу двумя руками одно-

временно, при этом правая – сжата в кулак, левая – разжата, затем поменять действия рук, при этом наблюдали за синхронностью смены положения рук и ритмичностью выполняемых движений. Для усложнения предлагали вариант одновременного изменения положений обеих кистей рук: одна сжата в кулак, другая с распрямленными пальцами. «Кулак – ребро – ладонь» – ряд последовательных движений, задание выполняли поочередно правой и левой руками. Оценивали результат по пятибалльной шкале оценки: 5 баллов – правильное выполнение задания; 4 балла – движения координированные, плавные, но замедленные; 3 балла – нарушение координации ближе к концу выполнения задания; 2 балла – стойкое нарушение координации, изолированность движений; выполнение движения только совместно с исследователем; 1 балл – невозможность выполнить задание.

Способность к точности дифференцирования пространственных, временных и силовых параметров движений был апробирован ряд заданий: подсчитывали количество попаданий при выполнении бросков мяча в цель, стоя к ней спиной; количество прыжков и продолжительность выполнения подскоков на одной ноге; количество попаданий мяча в корзину за минимальный промежуток времени. Критериями оценки считали правильность выполнения движений, время достижения результата, рациональность выполняемых действий.

Практические занятия с воспитанниками с ОПФР свидетельствовали об их успешной обучаемости двигательным действиям как по количественным, так и качественным показателям в упражнениях на координацию, определяющихся пространственной ориентацией, ритмичностью, способностью к повторению движений в определенной последовательности с большой амплитудой, что позволило сформировать умение у детей предвидеть ситуации, возникающие в процессе двигательной активности.

Проведенные исследования позволили апробировать и оценить эффективность предложенных тестов ы и контрольные упражнения для оценки координационных способностей по четырем критериям: правильность выполнения движений; быстрота достижения результата; рациональность выполняемых действий; двигательная реакция на ситуацию.

1. Курдюков, Б.Ф. Оценка координационных способностей у детей дошкольного возраста / Б. Ф. Курдюков, М. Б. Байкова, Т. В. Стоякина // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2020. – № 4. – С. 3–7.

2. Матвеев, Л. П. Теория и методика физической культуры: учеб. для ин-тов физ. культ. / Л. П. Матвеев. – М.: ФИС, 1991. – 543 с.

3. Лях, В. И. Критерии определения координационных способностей / В. И. Лях // Теория и практика физической культуры. – 1991. – № 11. – С. 17–20.

4. Барков, В. А. Адаптивная физическая культура в центре коррекционно-развивающего обучения и реабилитации : учеб.- метод. пособие под ред. В. А. Баркова, И. В. Ковалец. – Минск : Адукацыя і выхаванне, 2014 – 168. с.

5. Холодов, Ж. К. Теория и методика физической культуры и спорта : учеб. для студентов вузов / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – М.: Академия, 2012. – 480 с.

6. Евсеев, С.П. Теория и организация адаптивной физической культуры : учебник /С. П. Евсеев. – М.: Спорт, 2016. – 616 с.

7. Новицкий, П. И. Дизонтогенез психомоторного развития детей с умеренной и тяжелой интеллектуальной недостаточностью : монография / П.И. Новицкий. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2023. – 187 с.

Луцевич О.И., Смотрицкий А.Л., Зайцев В.М.
Белорусский государственный университет физической культуры

РАЗВИТИЕ СПОРТИВНОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Lucevich O.I., Smotritski A.L., Zaytsev V.M.
Belarusian State University of Physical Culture

DEVELOPMENT OF SPORTS TEACHER EDUCATION IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. В данной статье представлены новые подходы, реализуемые в образовательном процессе системы дополнительного образования взрослых, включая возможности использования инструментов искусственного интеллекта. Представленные новации, позволяют существенно усовершенствовать массовую практику подготовки тренеров-преподавателей, учителей и руководителей в области физической культуры и спорта.

Ключевые слова: повышения квалификации; система оценки профессиональной компетентности; моделирование профессиональной коммуникации; искусственный интеллект.

Abstract. This article presents new approaches implemented in the educational process of adult supplementary education, including the possibility of using artificial intelligence tools. The innovations presented make it possible to significantly improve the mass practice of training trainers, teachers and managers in the field of physical culture and sports.

Keywords: continuing education; systems of assessment of professional competence; modeling of professional communication; artificial intelligence.

Положением «О непрерывном профессиональном образовании руководящих работников и специалистов», утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 574, от 01.09.2022 предусмотрена различная периодичность повышения квалификации педагогических работников в зависимости от их ведомственной принадлежности и занимаемой должности. В частности, для педагогических работников учреждений образования, реализующих образовательные программы дошкольного, общего среднего, специального образования, дополнительного образования детей и молодежи, дополнительного образования одаренных детей и молодежи установлена периодичность повышения квалификации по мере необходимости, но не реже одного раза в три года.

Для педагогических работников из числа лиц профессорско-преподавательского состава периодичность повышения квалификации составляет по мере необходимости, но не реже одного раза в пять лет.

Повышение квалификации должно осуществляться на базе ведущих образовательных и научных организаций.

В данной статье представлены новые подходы, реализуемые в образовательном процессе системы дополнительного образования взрослых, включая возможности использования инструментов искусственного интеллекта.

Первая новация – это внедрение системы оценки профессиональной компетентности кадров, осуществляемой, в том числе, в процессе входного тестирования. Данная процедура способствует индивидуализации последующего обучения и позволяет оценить, насколько слушатель хорошо разбирается в учебном материале, который преподает, насколько развита его методическая культура, сформирована рефлексия педагогических ситуаций.

На основании входного тестирования корректируется содержание проводимых занятий, с учетом выявленных пробелов, отмеченных приоритетов и индивидуальных особенностей обучающихся специалистов. В этом случае образовательная программа ориентируется не только на личные предпочтения ее разработчика, а на реальные трудности специалистов-практиков.

Второе новшество – это организация повышения квалификации в рамках педагогических команд. Некоторые новые образовательные результаты могут быть достигнуты только в команде, если весь школьный коллектив разделяет задачи и над ними работает. Это, например, воспитательные или метапредметные результаты. Отдельно отметим, что во время обучения на повышении квалификации проявляется тенденция к кооперации: учителя естественным образом начинают содержательно общаться друг с другом, лучше понимать коллег, договариваться о совместных занятиях. Одним из вариантов проведения таких занятий является, проектирование смежных занятий по различным направлениям деятельности специалиста: воспитательной и идеологической, физической и тактической, психологической и педагогической и другим видам подготовки.

Новом направлением для гуманитарной сферы является использование тренажеров для моделирования различных вариантов профессиональной коммуникации на основе реальных жизненных ситуаций.

Указанные тренажеры моделируют некую реальную педагогическую ситуацию, записывают варианты развития переговоров с участием профессиональных актеров. Получается что-то вроде интерактивного квеста педагогического общения на разные темы, в том числе для особых категорий обучаемых: дети с ограниченными возможностями, мигранты и др. Такой тренажер-симулятор, позволяет педагогам разобрать разные стратегии поведения и выбрать из них наиболее целесообразные в профессиональном общении.

Подобные тренажеры применяются не только индивидуально, но также и для команд слушателей, в частности при проектировании управленческих кейсов в образовательных организациях. При этом наибольший эффект приносит даже не только работа на самом тренажере, сколько рефлексия пройденного, обсуждение вариантов разрешения проблемных ситуаций.

Инновация в подготовке педагогов, которая активно апробируется в настоящее время, – это модельные учебно-тренировочные занятия, на которых часть слушателей играет роль учеников, имитирующих поведение обучающихся на занятиях, а другая часть слушателей проводит с ними занятия. В подобных ситуациях также нередко выступают действующие спортсмены или учащиеся базовых площадок, экс-

перты из спортивных и общеобразовательных школ, завучи, инструкторы-методисты. Это позволяет слушателям получать обратную связь, а приглашенным педагогам, в свою очередь, присмотреться к будущим специалистам и пригласить кого-то впоследствии на работу.

Все большее распространение в организации обучения получает использование искусственного интеллекта, который анализирует эмоциональный фон участников, оценивает их высказывания, вовлеченность условных учеников, анализирует качество речи, количество говоривших и другие параметры взаимодействия. Мы полагаем, что этот инструмент станет в ближайшей перспективе обязательным компонентом в системе повышения квалификации.

Таким образом, все перечисленные новации, позволяют существенно усовершенствовать массовую практику подготовки тренеров-преподавателей, учителей и руководителей в области физической культуры и спорта.

В прежние годы инновации в спорте и образовании в основном ассоциировались с идеей цифровизации или с достижением показателей международных систем оценки качества образования. Сейчас ставка делается на подготовку кадров.

Мы полагаем, что с данной потребностью в сфере подготовки кадров интегрированы и упомянутая цифровизация, и функциональная грамотность, т.к. по-прежнему на международных конференциях большая часть докладов посвящена цифре, а половина из них так или иначе связана с искусственным интеллектом. Яркий пример тому – новые возможности нейросети, которые производят впечатление: она может поддерживать живую беседу, легко переключаться на другие языки, владеет интонированием и осваивает эмоциональный компонент. Она способна не просто дать готовое решение, скажем, линейного уравнения, а показать пошагово, как оно решается, тренировать учащихся. Для образования это означает, что в перспективе мы получим массу автоматизированных тренировочных инструментов и технологий.

Таким образом развитие спортивно-педагогического образования обусловлено, в первую очередь, использованием передовых инновационных разработок, соответствующих лучших мировым достижениям в области науки и техники, адаптации программ обучения к реальным потребностям слушателей и уровню их профессиональной компетентности, а также использованием технологий командного обучения на примере ведущих организаций.

Ничипорко Н.Н.
ГУО «Средняя школа № 16 г. Мозыря»,
Ничипорко С.Ф.
Мозырский государственный педагогический университет им. И.П. Шамякина

ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПИЛАТЕС В СИСТЕМЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Nichiporko N.N.
State Educational Institution “Secondary School No. 16 of Mozyr”
Nichiporko S.F.
Mozyr State Pedagogical University named after I.P. Shamyakin

PHYSICAL EDUCATION AND HEALTH IMPROVEMENT TECHNOLOGY PILATES IN THE SYSTEM OF CONTINUOUS EDUCATION IN THE SPHERE OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS

Аннотация. В статье рассматривается вопрос вовлечения обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта посредством выстраивания спортивно-оздоровительных линий в образовательном пространстве учреждения образования. Раскрываются условия результативного протекания данной деятельности.

Ключевые слова: непрерывное образование; обучающиеся; пилатес; физическая культура; здоровый образ жизни.

Abstract. The article examines the issue of involving students in the process of continuous education in the field of physical culture and sports by building sports and health lines in the educational space of an educational institution. The conditions for the effective flow of this activity are revealed.

Keywords: continuous education; students; Pilates; physical education; healthy lifestyle.

Современные тенденции в образовании предполагают создание доступной образовательной среды с учетом потребностей и интересов обучающихся с одной стороны и усилении роли спортивной направленности, как возможности реализации задач укрепления здоровья обучающихся, – с другой [1]. Эта направленность, по нашему мнению, предполагает развитие социально мобильной личности и успешного ее профессионального становления [2] путем повышение мотивации, в первую очередь, к физкультурно-оздоровительной деятельности, так как здоровье оказывает влияние на качество трудовых ресурсов.

Основным признаком здоровья является уровень адаптации организма к условиям внешней среды, физическим и психоэмоциональным нагрузкам [3]. Следовательно, человек сможет быть конкурентоспособным, если будет обладать желанием трудиться, профессионально самосовершенствоваться и включаться в соблюдение правил здорового образа жизни (ЗОЖ).

Цель исследования – изучить условия включения обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта.

Методы исследования: педагогический эксперимент, анкетирование, тестирование физической подготовленности (подтягивание в висе на высокой перекладине (юноши), поднимание туловища за 1 минуту (девушки); прыжок в длину с места; наклон вперед из исходного положения «сидя на полу»; сгибание-разгибание рук в упоре лежа; бег 1000, 1500 м), математический анализ статистических данных.

Исследование было проведено на базе ГУО «Средняя школа № 16 г.Мозыря». В исследовании принимали участие ученики 9-х классов, количество n=46 человек.

Педагогический эксперимент проводился по методике, основанной на модели ориентирования обучающихся на ЗОЖ, разработанной на основе применения современных форм работы и повышения уровня знаний о ЗОЖ и физической подготовленности обучающихся 13-14 лет.

После первичного педагогического тестирования уровня сформированности знаний о ЗОЖ и показателей физической подготовки, обучающиеся были распределены на две однородные группы: экспериментальную группу (ЭГ) и контрольную группу (КГ).

В КГ обучающиеся посещали уроки физической культуры и здоровья, факультатив «Час здоровья и спорта» и занимались согласно плана физкультурно-оздоровительной работы ГУО «Средняя школа № 16 г. Мозыря».

Для обучающихся ЭГ в содержание образовательно-воспитательного процесса была разработана и включена модель ориентирования обучающихся на приобщение к физкультурно-оздоровительной технологии Пилатес.

Модель включала следующие блоки:

– образовательный блок – формирование знаний о ЗОЖ, об оздоровительных технологиях и особенностях их применения у занимающихся разных возрастных групп, валеологических ценностей и стремления к саморазвитию;

– деятельностный – выявление механизма включения в образ жизни обучающихся оздоровительных технологий (элементов их) путем создания ситуации успеха и формирования положительного психоэмоционального отклика на правильно подобранную оздоровительную нагрузку; изучение готовности к профессиональному самоопределению;

– оценочный блок – анализ результатов и достижений.

Итак, перечисленные блоки и этапы деятельности составили основу содержания модели приобщения обучающихся к сфере физической культуры и спорта (рисунок).

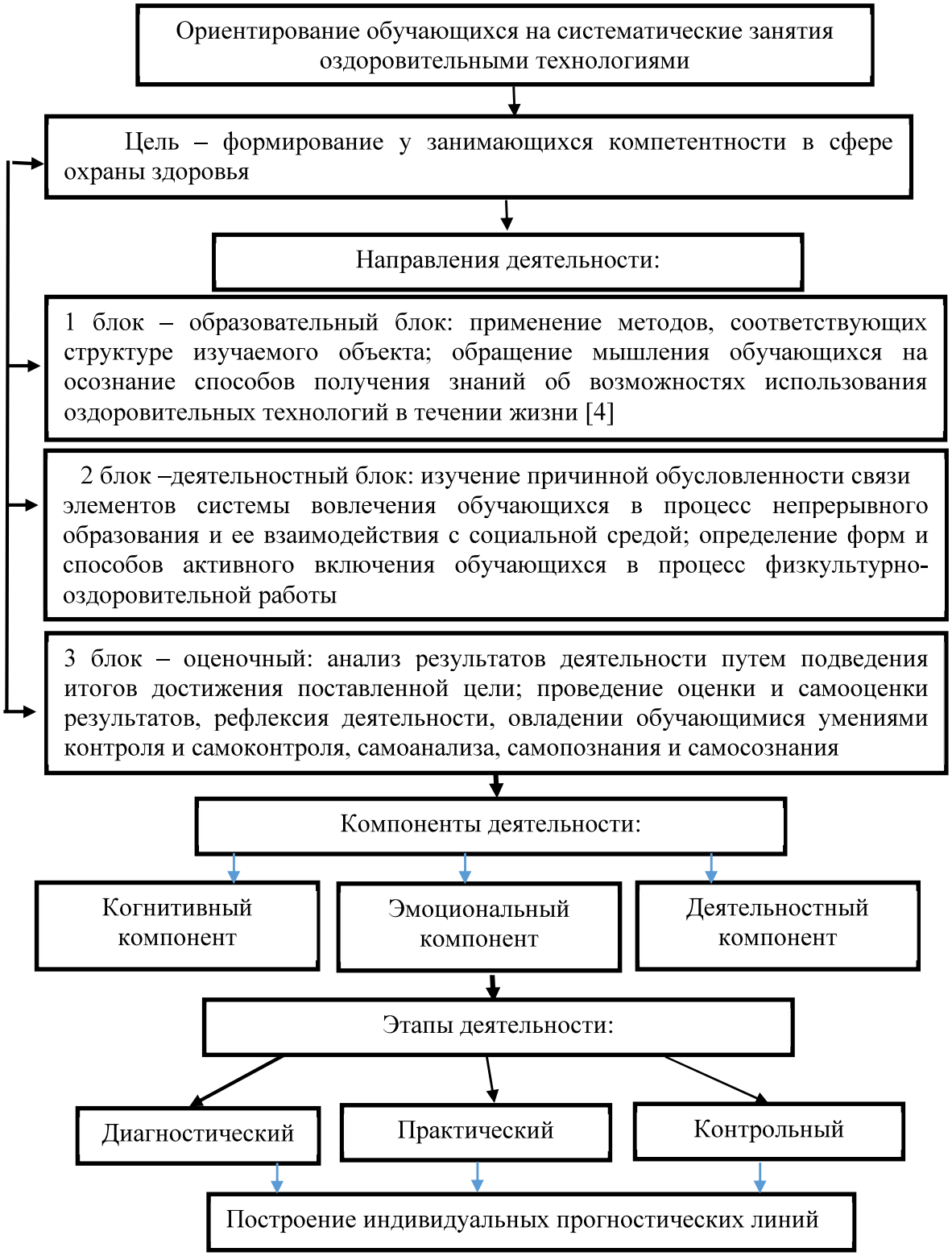


Рисунок – Структурная модель вовлечения обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта посредством физкультурно-оздоровительной технологии Пилатес

На первом этапе исследования посредством применения анкетирования и опроса обучающихся изучался уровень их знаний относительно оздоровительных технологий и особенности их применения в системе непрерывного образования в

сфере физической культуры и спорта. Затем был разработан план мероприятий, направленный на повышение функциональной грамотности обучающихся, а также развитие физических качеств и повышение уровня физической подготовленности. И, наконец, был проведен мониторинг уровня теоретических знаний и развития физических качеств для определения уровня вовлеченности обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта.

Выстраивание спортивно-оздоровительных линий в образовательном пространстве учреждения образования направлено на коррекцию поведения обучающихся и повышение уровня интереса к непрерывному образованию в сфере физической культуры и спорта посредством применения широкого арсенала средств физической культуры и спорта.

Реализация модели возможна при соблюдении следующих условий включения обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта:

– организация образовательного процесса повышения валеологической и функциональной грамотности обучающихся на основе применения системного подхода;

– включение различных социальных институтов (спортивных школ, учреждений средне-специального и высшего образования и т.д.) в процесс организации здоровьесберегающей среды с целью обеспечения непрерывности в формировании знаний в области применения физкультурно-оздоровительных технологий;

– расширение использования информационных ресурсов для создания личностно-ориентированных образовательных линий;

– сбалансированность применения различных уровней здоровьесберегающей деятельности (репродуктивного и творческого), совместных и самостоятельных, форм двигательной активности обучающихся.

После внедрения данной модели и проведенной работы со обучающимися в условиях образовательного учреждения, у занимающихся повысился интерес к организации непрерывного образованию в сфере физической культуры и спорта, как к деятельности, направленной на укрепление здоровья и развитие физических способностей человека, улучшилась физическая подготовка, были приобретены теоретические и практические навыки организации оздоровительных тренировок. Было выявлено достоверное увеличение показателей ЭГ в тестах: «сгибание и разгибание рук в упоре лежа» (средний результат в ЭГ улучшился на 47%, в то время как в КГ на 21 %), «прыжок в длину с места» (средний результат ЭГ улучшился на 3,5%, а в КГ – на 1,2%), «наклон вперед из положения сидя» (средний результат в ЭГ улучшился на 33,3%, в КГ на – 14,1%), «подтягивание в висе на высокой перекладине, раз» – мальчики (средний результат в ЭГ улучшился на 19,4 %, в КГ на – 6,3%), «поднимание туловища из положения лежа за 60 с» – девочки (средний результат в ЭГ улучшился на 14,2 %, в КГ – на 7%), «бег 1500 м» – мальчики (средний результат у юношей в ЭГ улучшился на 11,3 %, в то время как в КГ на 7,2%) «бег 1000 м» – девочки (средний результат у девушек в ЭГ в данном тесте

улучшился на 5,4 %, в КГ – на 1,3%), достоверность различий отсутствует, но наблюдается тенденция к их росту.

Результаты педагогического эксперимента доказывают эффективность применения предложенной структурной модели вовлечения обучающихся в процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта посредством физкультурно-оздоровительной технологии Пилатес.

Итак, поддержание данного вектора формирования у занимающихся компетентности в сфере охраны здоровья с акцентом на процесс непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта особенно важно для обучающихся, спектр интересов которых широк и многообразен.

1. Учебная программа по учебному предмету «Физическая культура и здоровье» для I–XI классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования с русским языком обучения и воспитания // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 04.10.2023, 8/40401 – [Электронный ресурс] : постановление Министерства образования Республики Беларусь 19.07.2023 № 199 – Режим доступа: https://adu.by/images/2023/10/up-fiz-kultura-1-11kl.pdf – Дата доступа: 15.08.2024.

2. Пружинин, К. Н. Система непрерывного профессионального образования в области физической культуры и спорта / К. Н. Пружинин // Ученые записки ЗабГУ. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения. – 2010. – № 6. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-nepreryvnogo-professionalnogo-obrazovaniya-v-oblasti-fizicheskoy-kultury-i-sporta. – Дата доступа: 18.08.2024.

3. Ветков, Н. Е. Здоровье человека как ценность и его определяющие факторы / Н. Е. Ветков // Наука-2020. – 2016. – № 5 (11). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/zdorovie-cheloveka-kak-tsennost-i-egoopredelyayuschie-faktory – Дата доступа: 19.08.2024.

4. Савко, Э. И. Преемственность физического воспитания в учреждениях образования / Э. И. Савко. – Минск : БГУ, 2020. – 155 с.

Ню Йиндон, Яковлев А.Н.
Полесский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПОДГОТОВКИ ФИЗКУЛЬТУРНЫХ КАДРОВ В ВУЗАХ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ

Nu Yingdong, Yakovlev A.N.
Polesie State University

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL SUPPORT OF PREPARATION OF PHYSICAL EDUCATION STAFF IN UNIVERSITIES OF BELARUS AND CHINA

Аннотация. В статье приведены основные положения подготовки физкультурных кадров в Беларуси и Китае. Выявлены мотивационные потребности студентов на реализацию своих профессиональных компетенций, которые формируются на основе знаний и выражении в виде лингвистических единиц, когнитивного использования для создания и интерпретации смысловых форм, обмена информацией друг с другом, адекватного и целесообразного построения речевых высказываний. Дидактические положения с позиций поведения в двигательной сфере определяются целями, факторами, сферами, ситуациями общения в будущей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: физкультурные кадры; высшая школа; профессиональные компетенции; мотивация; студенты.

Abstract. The article presents the main provisions of training physical education personnel in Belarus and China. The motivational needs of students for the implementation of their professional competencies are identified, which are formed on the basis of knowledge and expression in the form of linguistic units, cognitive use for the creation and interpretation of semantic forms, exchange of information with each other, adequate and appropriate construction of speech statements. Didactic provisions from the standpoint of behavior in the motor sphere are determined by the goals, factors, spheres, situations of communication in future professional activity.

Keywords: physical education personnel; higher education; professional competencies; motivation; students.

Физкультурно-спортивная деятельность реализуется в вузах в рамках учебных программ. В частном порядке этот процесс наиболее приемлем, что обусловлено адаптацией к китайской системе обучения.

Цель – Теоретико-методологическое обеспечение подготовки физкультурных кадров в высших учебных заведениях Китая и Беларуси для отрасли физической культуры и спорта.

Объект исследования. Система обобщенных научно-методических знаний в аспекте профессиональной подготовки для сферы физической культуры и спорта (ее значение, пути разработки содержания, структура и организационно-технологические основы преподавания в вузах Беларуси и Китая).

Проблема исследования вытекает из ряда противоречий, выявленных в процессе научно-теоретического анализа: между действительным процессом сближения народов Беларуси и Китая, отстаивающих единые ценности в современном мире, образующих солидарное мультикультурное пространство, и недостаточными научными решениями в применении эффективных физкультурных практик, учитывающих положительный национальный опыт, основанных на использовании традиционных систем упражнений, психотелесных практик Китая, обладающих высокой потенциальной эффективностью в обучении, воспитании, развитии подрастающих поколений [1, 2, 3].

Принципы кадровой политики в сфере физической культуры и спорта:

1. Каскадно-восходящий, непрерывный характер профессионального образования специалистов сферы физической культуры и спорта.

2. Консолидация всех субъектов кадровой политики в сфере физической культуры и спорта.

3. Своевременность выявления профессиональных дефицитов и оперативность оказания скорой методической помощи и профессиональной поддержки на всех этапах профессиональной карьеры.

4. Адресная (персонифицированная) поддержка творческих, инициативных специалистов.

5. Опережающее освоение и внедрение передовых кадровых технологий в сфере физической культуры и спорта.

6. Независимость и объективность оценивания квалификации, профессионализма и продуктивности деятельности специалистов сферы физической культуры и спорта.

Сравнительный анализ действующих в настоящее время учебных вузовских программ по физическому воспитанию студенческой молодежи в Китайской Народной Республике и Беларуси показывает, что в качестве исходной основы для разработки учебных вузовских программ по физической культуре были использованы разные принципиальные подходы. В КНР каждая провинция не учитывает специфические требования к профессиональной физической подготовленности специалистов разных отраслей, т.к. В каждой провинции функционируют вузы, готовящие работников для многих ведомств.

Процесс педагогического тестирования в текущем варианте предусматривает определение текущего уровня теоретических знаний, в том числе контроль знаний, которые были получены в форме устного и письменного опроса.

Вопросы сформулированы с учетом того, что тематика занятий соответствует разработанным тестовым заданиям с одним правильным ответом, на поиск которого отводится 10 минут.

Все полученные в ходе проведенного анкетирования опроса, ответы на вопросы подвергались оценке в соответствии с общепринятой пятибалльной системой, с соблюдением всех основных требований, предъявляемых к процедуре тестирования (таблица 1).

Таблица 1. – Вопросы тестирования студентов

Вопросы
При подготовке к практическим занятиям, раскрываете ли в конспекте, в процессе проведения тему занятий, ее основную мысль и личную позицию (что именно или как делать?);
В процессе проведения занятий с занимающимися рассуждаете ли, когда доносите основную мысль и представляете доказательство (как и почему, а не иначе выполнять действие)?
В процессе обучения двигательных действий описываете ли структуру и композицию предмета описания, главные и второстепенные признаки смысловой сегментации речи?
В общении на занятиях и вне их проявляете ли определенно выраженный смысл важности обучения?
В общении с занимающимися для активизации у них когнитивных процессов используете ли уместные повторы одних и тех слов и приемы сравнения, аналогий и прочих приемов?
Владеете вниманием аудитории, используете различные формы и методы взаимодействия в физкультурно-спортивной деятельности?
Во время проведения практических занятий даете задания в традиционной форме и /или с акцентами слушайте внимательно, читайте, пересказывайте…
При подготовке к занятиям акцентируете внимание на освоение педагогической техники, активно используете речь, двигательные действия для решения познавательных задач?
При обучении и совершенствовании двигательных действий объясняете задания с акцентом на смысловые сегменты учебного материала с использованием основной фразы, ключевых слов (мыслью) и поясняющей частью?
Опираетесь на индивидуальный подход и формы работы в зависимости от уровня физических и функциональных возможностей занимающихся, видны ли ошибки при выполнении заданий?
В процессе занятия используете ли способы регулирования состояний и производите контроль физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности?
Принимаете ли сами и даете возможность занимающимся реализовать на практике самостоятельные решения?
При подготовке к занятиям и в практической деятельности обращаетесь ли к логическим действиями сравнения, анализа, синтеза, причинно-следственных связей?
В практической деятельности используете ли методы обработки и переработки информации, опоры на новое знание?
На практических занятиях учитываете ли функциональные возможности организма: в соответствии с требованиями физкультурно-спортивной деятельности, уровнем физической подготовленности

Процесс объективного измерения посредством использования стандартных тестовых заданий и соответствующих им математических методов обработки результатов (см. таблица 2).

Таблица 2. – Требования, предъявляемые к процедуре тестирования теоретических знаний

Требования	
Соответствие содержательного наполнения текстового материала целевой установке и задачам исследования	Соответствие содержательного наполнения текстового задания уровню современного состояния науки
Установление определенного уровня значимости фиксируемых характеристик (эффективность)	Комплексность величин и параметров исследуемых величин (валидность)
Наличие взаимосвязи между содержательной основой и формой представления текстовых заданий (надежность)	Системность содержания текстового задания

Все виды мышления, связанные с выполнением двигательных действий, в том числе заданий в теоретической подготовке, являются тем дополнительным инструментом, который позволяет эффективно решать поставленные задачи, связанных с уровнем профессиональных компетенций.

Наглядно-образное мышление позволяет личности выйти на другой уровень иллюзорных представлений, которое расширяет ассоциации, представляя решение любой задачи в виде картинки и достраивания в ней недостающих элементов (по примеру клипового мышление, т.е. составление пазлов, на основе логического обоснования, что характеризует умение думать и размышлять, рассуждать).

Такое последовательное и непротиворечивое мышление находит отражение в осознании студентом пространственных характеристик объекта при его мысленном совершении, в том числе размера, формы, взаимосвязей компонентов тела, частей тела при выполнении двигательного действия и его местоположения.

В этой связи следует отметить деятельность студентов в аспекте методики рефлексивного воздействия в ходе организации интересов, мотивов и установок.

Дидактические положения с позиций поведения в двигательной сфере определяются целями, факторами, сферами, ситуациями общения в будущей профессиональной деятельности.

Их эффективность затрагивает отдельные аспекты ценностного потенциала физической культуры и спорта, которые сформировались в условиях современных реалий жизни, интерпретированных через призму науки и физкультурно-спортивной деятельности.

На основе соблюдения указанных выше действий была выявлена общая структура когнитивных компонентов личности студентов институтов физической культуры, которую стало возможным представить в виде: предметно-пространственного, коммуникативного, дидактического, исследовательского компонентов (рисунок).

Рисунок – Общая характеристика когнитивных компонентов у студентов Полесского государственного университета

Предметно-пространственный компонент, представлен системой сложившихся условий, которые имеют место быть в образовательном учреждении, где эффективное развитие личности студента в процессе его профессиональной подготовки находит содержание в виде учебно-воспитательной среды.

Коммуникативный компонент, характеризуется умением передачи информации, которая в среде образовательного пространства осуществляется благодаря гармоничному построению позитивного полилога (полилог – разговор нескольких людей. Полилог называют просто усложненной версией диалога).

Инфо-коммуникативные технологии позволяют личности быстро ориентироваться в новых условиях, которые могут возникать в силу влияния внешних факторов, т.е. возникающие взаимодействия участников образовательного процесса формируют оптимальную стратегию поведения, когда техника общения в контакте осуществляется в соответствии со своими личностными особенностями и других участников коммуникации.

Создание разнообразия дидактической среды, выбор и стремление студентов к самообразованию обеспечивается множественными вариациями: факультативы и спецкурсы; распределение заданий среди студентов по степени сложности; предложение к рассмотрению заданий, обладающих разным характером; выбор «коллеги» или педагога для выполнения совместной деятельности; выбор форм отчетности; выбор режима учебной и внеучебной деятельности; выбор способа выполнения различных заданий (фактор формирования «образовательного пространства субъекта»).

Исследовательский компонент, сущностные характеристики физической культуры и спорта раскрываются в получении новых знаний о предмете профессиональной деятельности, глубинном осмыслении их содержания и связей; выявлении, вскрытии ранее неизвестных отношений, процессов в недостаточно осмысленной информации, интегрировании их в практическую деятельность.

Когнитивные признаки, связанные со спецификой профессиональной подготовки студентов для сферы физической культуры и спорта, должны составить основу оценки уровней сформированности под влиянием педагогических воздействий и само-воздействий, направленных на активизацию когнитивных компонентов личности студентов в процессе профессиональной подготовки.

Активизация критического мышления и критической оценки, приводит к стремлению мыслить нестандартно, позволяет видеть самую суть исследуемой предметно-объектной среды для реализации своего профессионального потенциала в будущей педагогической деятельности.

Исследования позволили выявить структуру и определить содержательное наполнение когнитивный сферы профессиональной подготовки студентов с целевым ориентиром – передачи накопленного опыта ценностного отношения к физической культуре, физкультурно-спортивной деятельности подрастающему поколению в процессе своей профессиональной деятельности.

Выводы. Исходными теоретическими положениями и требованиями применительно к конструированию и реализации целостного образовательного процесса выступают общепедагогические принципы (сознательности и активности, наглядности, последовательности и систематичности), а также специфические принципы, позволяющие обеспечить эффективность подготовки и участия студентов как субъектов образовательного пространства в инновационной деятельности вуза: охват образовательного пространства вуза, сбалансированность, контролируемость, гибкость, конструктивность.

Каждый выделенный вид познавательно-учебной деятельности в зависимости от приоритетного формирования определенных умений и навыков во всех видах имеет коммуникативно-речевой и двигательный характер, социокультурной и / или прикладной направленности:

– коммуникативно-речевая учебно-познавательная деятельность направлена на выработку умения анализировать смысловую и структурную характеристику двигательной деятельности по решению задач физкультурно-спортивной деятельности, способов и приемов кратко или развернуто воспроизводить в словесной форме основную информацию, приводить аргументы;

– двигательная учебно-познавательная деятельность, в первую очередь, направлена на решение собственных задач по освоению широкого круга моторных компонентов двигательных действий в избранном виде спорта и других видах спортивной деятельности.

Ценности избранных подходов к физкультурно-спортивной деятельности обладают «выгодными» отличиями от ценностей традиционного подхода, ориентированного лишь на формирование телесной культуры человека, т.к. создает предпосылки для разработки новых современных форм физкультурной активности с усилением культуро-образующей и гуманизирующей функции физической культуры.

1. Айвазян, С. А. Интегральный индикатор качества условий жизни / С. А. Айвазян, М. Ю. Афанасьев, А. В. Кудров // Цифровая экономика. – 2019. – № 1 (5). – С. 43–56.

2. Антропов, А. И. Физическое воспитание в вузе с учетом спортивных интересов студентов и этнокультурных традиций: дис. ... канд. пед. наук / А. И. Антропов. – Улан-Удэ, 2006. – 139 л.

3. Яковлев, А. Н. Психолого–педагогические аспекты личности (креативность как черта характера) в аспекте здоровье сберегающих и телесно формирующих технологий / А. Н. Яковлев, М. А. Яковлева // Здоровье для всех. – 2016. – № 2. – С. 46–51.

Овчаров В.С.
Белорусский государственный университет физической культуры

КОМПЕТЕНТНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: АЛГОРИТМ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ovcharov V.S.
Belarusian State University of Physical Culture

COMPETENCE OF PHYSICAL EDUCATION TEACHING STAFF OF GENERAL SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS: AN ALGORITHM FOR DETERMINING AND OPTIMIZING ACTIVITIES

Аннотация. В статье представлен алгоритм разработки и использования на практике тестовых заданий для компьютерной программы MyTestX в целях определения уровня профессиональной компетентности учителей учреждений общего среднего образования, проводящих занятия по учебному предмету «Физическая культура и здоровье».

Ключевые слова: качество образования; тестирование в образовании; профессиональные компетенции; профессиональная компетентность учителя; профессиональная деятельность; должностные обязанности.

Abstract.The article presents an algorithm for the development and practical use of test tasks for the MyTestX computer program in order to determine the level of professional competence of teachers of general secondary education institutions conducting classes on the academic subject “Physical culture and Health”.

Keywords: quality of education; testing in education; professional competencies; professional competence of a teacher; professional activity; job responsibilities.

Профессиональная компетентность учителей учебного предмета «Физическая культура и здоровье» учреждений общего среднего образования представляет собой комплекс компетенций (способностей), приобретаемых в процессе обучения и воспитания для осуществления педагогической деятельности в соответствии с полученным образованием [1, с.2]. Названный комплекс включает в себя такие компетенции, как управленческие, общепедагогические профессиональные, предметные, информационно-коммуникативные, рефлексивные, профессионально-коммуникативные, креативные, а также компетенции в сфере инновационной деятельности, характеризующие учителя как экспериментатора.

Система непрерывного образования педагогических кадров предполагает постоянное совершенствование их профессиональной компетентности, которая базируется на должностных обязанностях, требованиях к знаниям, а также квалификационных требованиях учителя [2, с. 56-58].

В целях определения уровня профессиональной подготовленности учителей использовалась компьютерная программа MyTestX. При разработке тестовых заданий полный перечень обязанностей и требований, изложенный в указанном выше постановлении, был разделен на пять тематических разделов, к каждому из которых разработано различное число вопросов:

1. Законодательные акты системы образования, системы физической культуры и спорта (11 вопросов);

2. Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся (62 вопроса);

3. Программно-методическое обеспечение учебного предмета «Физическая культура и здоровье» (22 вопроса);

4. Правила безопасного поведения обучающихся; санитарно-эпидемиологические требования к содержанию и эксплуатации учреждений образования; нормы и требования охраны труда и пожарной безопасности (33 вопроса);

5. Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся (44 вопроса).

Количество и последовательность вариантов ответов на каждый вопрос были представлены в форме одиночного и множественного выбора правильных ответов, а также указания порядка и сопоставления вариантов ответов [3].

Из общего количества вопросов каждого из пяти тематических разделов программа тестирования MyTestX в случайном порядке выбирала каждому слушателю суммарно 50 вопросов, т.е. В индивидуальном тесте присутствовали вопросы, соответствующие каждому тематическому разделу.

Результаты тестирования оценивались за каждый вопрос отдельно и за все 50 вопросов в целом. Отметка выражалась как в баллах (по 10-балльной шкале), так и в

процентах. Например, правильный ответ программа MyTestX оценивала в 10 баллов (100%), частично правильный ответ от 1 до 9 баллов (10%-90%), неправильный ответ – 0 (ноль) баллов (ноль %).

Всего за отчетный период протестировано 211 человек, обработано 10550 результатов тестовых заданий.

Время тестирования лимитировалось одним астрономическим часом (60 минут).

Общие итоги тестирования педагогических работников

В качестве критериев оценки индивидуальных показателей тестирования использованы количественные результаты правильных ответов, частично правильных ответов и неправильных ответов, выраженных в процентах.

Показатели числа правильных ответов суммарно на все вопросы расположились в границах от 44,4% (минимальный результат) до 53,4% (максимальный результат), в среднем составляют 48,9% при минимальной амплитуде стандартного отклонения 4,5%.

Аналогичные показатели числа частично правильных ответов находятся в границах от 22,2% до 36,1%, имеют средний результат 29,15% при незначительной амплитуде стандартного отклонения 6,95%.

Число ошибочных (неправильных) ответов имеет минимальный и максимальный показатели соответственно 17,1% и 26,8%, что в среднем составляет 21,95% при минимальной амплитуде стандартного отклонения 4,85%.

Лимит времени тестирования не был нарушен ни одним учителем. Время обдумывания вопроса и поиски правильных ответов в среднем составили 48,8 сек. Наибольшие трудности испытывали учителя в поиске правильных ответов на каждый вопрос по трем тематическим разделам: «Законодательные акты системы образования, системы физической культуры и спорта» (55,8 сек.), «Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся» (52,8 сек.), «Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся» (48,6 сек.). Гораздо меньше времени им требовалось, чтобы ответить на каждый вопрос тематических разделов «Программно-методическое обеспечение учебного предмета «Физическая культура и здоровье» (43,4 сек.) и «Правила безопасного поведения обучающихся; санитарно-эпидемиологические требования к содержанию и эксплуатации учреждений образования; нормы и требования охраны труда и пожарной безопасности» (43,6 сек.).

Результаты тестирования учителей по тематическим разделам

Содержание вопросов каждого тематического раздела тестовых заданий полностью соответствует перечню должностных обязанностей учителя, утвержденному постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 29.07.2020 № 69, и учитывает специфику преподаваемого учебного предмета «Физическая культура и здоровье».

Результаты тестирования учителей по каждому тематическому разделу представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Результаты тестирования учителей по тематическим разделам

Название раздела	Результаты тестирования (в %)		
	мини-мальный	макси-мальный	средний
1. Законодательные акты системы образования, системы физической культуры и спорта	59%	78%	**68,5%**
2. Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся	60%	65%	**62,5%**
3. Программно-методическое обеспечение учебного предмета «Физическая культура и здоровье»	65%	80%	**72,5%**
4. Правила безопасного поведения обучающихся, санитарно-эпидемиологические требования к содержанию и эксплуатации учреждений образования, нормы и требования охраны труда и пожарной безопасности	62%	73%	**67,5%**
5. Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся	60%	65%	**62,5%**
Суммарный средний показатель			66,7%

Наиболее информативным результатом тестирования учителей для определения степени их профессиональной компетентности в рамках преподавания учебного предмета «Физическая культура и здоровье» является средний показатель суммы всех пяти разделов, который составляет **66,7%.**

По завершении освоения содержания образовательной программы повышения квалификации руководящих работников и специалистов по теме «Актуальные вопросы профессиональной деятельности учителей физической культуры» слушатели ИПКиП демонстрируют наиболее высокие профессиональные знания в таких тематических разделах, как «Программно-методическое обеспечение учебного предмета «Физическая культура и здоровье» (55,6% правильных и 29,4% частично правильных ответов), «Законодательные акты системы образования, системы физической культуры и спорта» (51,7% правильных и 33,0% частично правильных ответов), «Правила безопасного поведения обучающихся, санитарно-эпидемиологические требования к содержанию и эксплуатации учреждений образования, нормы и требования охраны труда и пожарной безопасности» (51,2% правильных и 30,1% частично правильных ответов).

В то же время учителя испытывают наибольшие трудности при определении правильных ответов на вопросы тематических разделов «Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся» (45,0% правильных и 30,9% частично правильных ответов) и «Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся» (42,9% правильных и 32,9% частично правильных ответов).

Также тестирование выявило более 24% неправильных ответов учителей на вопросы каждого из двух тематических разделов «Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся» и «Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся».

Таким образом, по итогам исследования уровня профессиональной компетенции учителей учебного предмета «Физическая культура и здоровье» на этапе завершения

освоения содержания образовательной программы повышения квалификации с использованием тестовой программы MyTestX можно сделать следующие выводы:

- уровень теоретических знаний, определяющих профессиональные компетенции учителей, позволяет грамотно или с незначительными ошибками ответить на 84,7% тестовых заданий в первом, на 75,0% – во втором, на 85,0% – в третьем, на 81,3% – в четвертом и на 75,8% – в пятом тематических разделах;

- наибольшее число допущенных ошибок наблюдается в ответах на тестовые задания по теоретико-методическим основам физического воспитания обучающихся, а также по нормативным правовым актам, регулирующим физическое воспитание обучающихся;

- установлена степень сложности (от наибольшей к наименьшей, таблица 2) освоения слушателями тематики разделов образовательных программ повышения квалификации в ИПКиП;

Таблица 2. – Степень сложности освоения тематики разделов образовательных программ

Название раздела	Степень сложности
Теоретико-методические основы физического воспитания обучающихся	5
Нормативные правовые акты, регулирующие физическое воспитание обучающихся	4
Законодательные акты системы образования, системы физической культуры и спорта	3
Программно-методическое обеспечение учебного предмета «Физическая культура и здоровье»	2
Правила безопасного поведения обучающихся, санитарно-эпидемиологические требования к содержанию и эксплуатации учреждений образования, нормы и требования охраны труда и пожарной безопасности	1

- результаты педагогических исследований рекомендованы к использованию при разработке новых образовательных программ повышения квалификации руководителей физического воспитания и учителей физической культуры и здоровья учреждений общего среднего образования по теме «Актуальные вопросы профессиональной деятельности учителей физической культуры».

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : 14 января 2022 г., № 154-З : принят Палатой представителей 21 декабря 2021 г. : одобр. Советом Респ. 22 декабря 2021 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 14 января 2022 г. № 154-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. 31.01.2022, 2/2874. – Минск, 2024.

2. Об утверждении выпуска 28 Единого квалификационного справочника должностей служащих, занятых в образовании [Электронный ресурс] : постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 29.07.2020 № 69 / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 27.02.2021, 8/36368. – Минск, 2024.

3. Красников, А. А. Тестирование теоретико-методических знаний в области физической культуры и спорта: уч. пособие / А. А. Красников, Н. Н. Чесноков. – М. : Физическая культура. 2009. – 176 с.

Подлисских В.Е., Гусарова О.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

РАЗРАБОТКА КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ МОДЕЛИ ТЕХНИКО-ТАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ИНСТРУКТОРОВ-МЕТОДИСТОВ ПО ТУРИЗМУ – ВЫПУСКНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Podlisskikh V., Gusarova O.
Belarusian State University of Physical Culture

DEVELOPMENT OF A COMPETENCE MODEL OF TECHNICAL AND TACTICAL TRAINING OF TOURISM INSTRUCTORS AND METHODOLOGISTS – GRADUATES OF A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION

Аннотация. В статье представлены результаты разработки исследовательской компетентностной модели спортивно-туристской технико-тактической подготовленности выпускника учреждения высшего образования – будущего инструктора методиста по туризму. Определены соответствующие обобщенная и частные специализированные компетенции. Представлены необходимые индикаторы освоенности компетенций студентами в рамках образовательного процесса и дескрипторы уровней освоения компетенций.

Ключевые слова: специализированные компетенции, компетентностная модель выпускника, технико-тактическая подготовка, инструктор-методист по туризму.

Abstract. The article presents the results of a research competency model development. These model reflect a technical and tactical preparedness of a graduate of a higher education institution – a future instructor and methodologist in tourism. The corresponding generalized and private specialized competencies are defined. The necessary indicators of mastering competencies by students within the educational process and descriptors of levels of mastering competencies are presented.

Keywords: specialized competencies, graduate competency model, technical and tactical training, tourism instructor-methodologist.

Применение компетентностного подхода – мировой тренд в подготовке специалистов с высшим образованием [1, 2]. Внедрение компетентностной модели высшего образования подразумевает следующие коренные изменения в содержании и организации образовательного процесса:

– результатами обучения являются ожидаемые и измеряемые конкретные достижения студентов и выпускников, выраженные на языке компетенций, которые описывают, что будет в состоянии делать студент/выпускник по завершении всей или части образовательной программы [3, С.9];

– содержание образовательного процесса сформировано таким образом, чтобы научить обучающихся применять полученные знания и умения, эффективно дей-

ствовать в ситуациях профессиональной, личной и общественной жизни, в том числе в условиях нестандартных, неопределенных ситуаций [2];

– для достижения необходимого качества подготовки специалистов в образовательном процессе, наряду с традиционными, применяются инновационные личностно-ориентированные и предметно-ориентированные технологии и методы обучения [4].

Таким образом, образовательные результаты, называемые компетенциями, рассматриваются, как способности выпускника решать сложные реальные задачи в профессиональной и социальной деятельности. Компетенция включает совокупность знаний, умений, навыков, способов деятельности, задаваемых по отношению к определенному кругу процессов, и необходимых для продуктивной деятельности по отношению к ним [5].

Внедрение компетентностной образовательной парадигмы в процесс подготовки туристских кадров и, в частности, инструкторов-методистов по туризму может значительно повысить уровень профессиональной готовности обучающихся к решению как конкретных, так и инвариантных профессиональных задач в области активного рекреационного и спортивного туризма, является фактором их личностного, гражданского и профессионального развития.

Компетентностный подход к процессу подготовки специалиста в учреждении высшего образования предполагает конструирование и применение 2-х основополагающих моделей: *компетентностной модели выпускника* (КМВ) и *модели формирования компетентности*. КМВ отражает результат подготовки специалиста с высшим образованием, а модель формирования – процесс достижения необходимого результата [6, 7]. Разработка данных моделей с учетом специфики каждой образовательной программы является базовым этапом внедрения компетентностного подхода и требует специального научно-методического обоснования.

В настоящее время в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (БГУФК) идет модернизация образовательного процесса в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта общего высшего образования 2023 г. Крайне важно в этот период решить существующие проблемы внедрения компетентностного подхода в процесс подготовки специалистов, в том числе разработать научно обоснованные базовые модели компетентностно-ориентированного образовательного процесса. Для упрощения задачи и получения достоверных, практико-ориентированных результатов эту работу можно выполнять на примере отдельных компетенций, соответствующим отдельным обобщенным трудовым функциям выпускника (такие КМВ назовем «исследовательскими»). В представленной работе обсуждается одна из таких моделей, характеризующая необходимый уровень компетенции выпускников в аспектах владения техникой и тактикой спортивного туризма.

Цель настоящей работы – разработать компетентностную модель спортивно-туристской технико-тактической подготовленности выпускника БГУФК для специальности 6-05-1012-01 «Физическая культура» (профилизация «Спортивный и рекреационный туризм»).

Для разработки исследовательской КМВ выпускника вышеуказанной специальности и профилизации следовало, *во-первых*, на основании содержания профессиональной

деятельности и обобщенных трудовых функций инструктора-методиста по туризму сформулировать специализированную интегрированную компетенцию, касающуюся аспектов его технико-тактической подготовленности; провести ее декомпозицию и выделить ее отдельные компоненты (частные, дисциплинарные компетенции), формируемые в рамках образовательного процесса на первой ступени высшего образования. *Во-вторых*, следовало определить индикаторы и дескрипторы освоения дисциплинарных компетенций, для разработки в дальнейшем модели формирования технико-тактической подготовленности выпускников и определения необходимых для ее реализации педагогических технологий (методов).

Квалификационная характеристика выпускника – будущего инструктора методиста по туризму была выполнена нами ранее (В.Е. Подлисских, А.М. Черный-Карась, неопубликованные данные). Объектами профессиональной деятельности выпускника, являются учебно-тренировочный процесс по профилю подготовки; технологические процессы, в том числе, технологии и методы спортивно-туристской подготовки, технологии управления туристскими походами и соревнованиями, жизнеобеспечения, обеспечения безопасности участников туристских походов и соревнований. Инструктор-методист по туризму выполняет среди прочих следующие функции: планирует и осуществляет учебно-тренировочный процесс в виде спорта «Туризм спортивный»; планирует, организует и проводит туристско-спортивные и туристско-рекреационные мероприятия; оказывает услуги населению в области активного рекреационного туризма; обеспечивает безопасность туристско-спортивной и туристско-рекреационной деятельности.

Для выполнения данных обобщенных трудовых функций выпускник должен обладать определенным уровнем спортивно-туристской технико-тактической подготовленности, а КМВ должна включать соответствующую специализированную междисциплинарную (обобщенную) компетенцию ($СК_{ттп}$). Нами была предложена следующая ее формулировка «Применять технику и тактику туризма для эффективного и безопасного проведения спортивных и рекреационно-спортивных туристских мероприятий в условиях Республики Беларусь». В соответствии с таксономией Б. Блума $СК_{ттп}$ относится к уровню «применение» (способность использовать изученный материал в различных ситуациях, в том числе относящихся к квазипрофессиональной и профессиональной деятельности).

Для операционализации процесса формирования $СК_{ттп}$ (определения содержания учебных дисциплин, технологий и методов ее формирования) необходимо провести ее декомпозицию – определить частные компетенции, индикаторы их достижения, учебные дисциплины в рамках которых осваиваются компоненты частных компетенций по принятым индикаторам, а также дескрипторы (результаты освоения учебных дисциплин, сформулированные в категориях «знать», «уметь», «владеть») (рисунок) [6, 7].

Рисунок – Декомпозиция обобщенных компетенций (по [8])

Частные компетенции – компоненты обобщенной компетенции $СК_{ттп}$ по логике должны быть сформулированы на основе компонентов технико-тактической подготовленности, принятых в спортивном туризме, а именно, подготовленности в технике и тактике преодоления препятствий, ориентирования на местности, бивачных и спасательных работ. В представленной работе, для формирования исследовательской КМВ мы ограничились двумя компонентами туристской техники и тактики: техникой и тактикой преодоления препятствий и ориентирования на местности. Соответственно сформулировали две частных компетенции: «Применять технику и тактику передвижения и страховки для эффективного и безопасного преодоления маршрутов туристских походов и дистанций туристских соревнований» ($СК_{ттп}$-1) и «Применять технику и тактику ориентирования на местности для эффективного и точного движения по маршрутам туристских походов и дистанциям туристских соревнований» ($СК_{ттп}$-2).

Для гарантированного поэтапного формирования необходимой совокупности компетенций важно согласовать КМВ и компетентносно-ориентированную образовательную программу – определить не только в каких учебных дисциплинах, практиках формируются те или иные компетенции (их структурные компоненты), но и зависимость формируемых компетенций одной учебной дисциплины (практики) от компетенций, формируемых другой дисциплиной (практикой). В этом случае речь идет о проектировании *компетентностно-дисциплинарной модели*, которая представляет связь КМВ и компетентностно-ориентированной образовательной программы с учетом планируемых результатов обучения, выраженных в категориях «знать», «уметь», владеть» [9]

Для построения исследовательской КМВ приняли, что $СК_{ттп}$ у обучающихся, в соответствии с учебным планом подготовки инструкторов-методистов по туризму, формируется в результате освоения учебных материалов *условного образовательного модуля*, в который входят две учебные дисциплины – «Основы спортивного и рекреационного туризма» (далее – ОСиРТ) и «Специальная профессиональная подготовка» (далее – СПП). Считали, что в процессе изучения учебной дисциплины ОСиРТ (1-й курс, дневная форма получения образования) формируется в основном

когнитивный компонент изучаемых обобщенной и частных компетенций. В процессе освоения учебной программы по учебной дисциплине СПП формируются их деятельностный и мотивационно-личностный компоненты (учебная дисциплина преподается в течение всех 4-х лет подготовки; включает практические занятия, учебные походы и соревнования).

Система *индикаторов* достижения компетенций определяет структуру деятельности – показывает какие действия (профессиональные функции) сможет выполнять выпускник. Система *дескрипторов* «знать», «уметь», «владеть» позволяет определить допустимые уровни сформированности компетенций и осуществлять мониторинг степени сформированности $СК_{ттп}$ и ее компонентов в процессе освоения обучающимися условного образовательного модуля. Индикаторы достижения частных компетенций $СК_{ттп}$-1 и $СК_{ттп}$-2, а также учебные дисциплины, при освоении учебных материалов которых формируются их когнитивные и деятельностные компоненты, представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Индикаторы освоения компетенции $СК_{ттп}$ и соответствующие им учебные дисциплины плана подготовки инструкторов-методистов по туризму

Код, наименование и категория составляющей компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование учебных дисциплин, обеспечивающих формирование компонентов компетенции
1	2	3
СКттп: «Применять технику и тактику туризма для эффективного и безопасного проведения спортивных и рекреационно-спортивных туристских мероприятий в условиях Республики Беларусь»		
СКттп-1: «Применять технику и тактику передвижения и страховки для эффективного и безопасного преодоления маршрутов туристских походов и дистанций туристских соревнований»	Знает классификацию туристской техники преодоления препятствий.	ОСиРТ
	Знает и понимает содержание технико-тактических действий, направленных на преодоление классифицированных препятствий маршрутов спортивных походов и технических этапов соревнований по туристско-прикладному многоборью (ТПМ).	ОСиРТ
	Вяжет узлы, применяемые в туристской походной и соревновательной практике	
	Применяет технику и тактику передвижения и страховки на маршрутах пешеходных спортивных походов 1-2 категорий сложности по территории Республики Беларусь.	СПП СПП
	Применяет технику и тактику передвижения и страховки для преодоления дистанций соревнований по ТПМ 1-3 класса (техника пешеходного туризма)	СПП

Продолжение таблицы 1

1	2	3
СКттп-2: «Применять технику и тактику ориентирования на местности для эффективного и точного движения по маршрутам туристских походов и дистанциям туристских соревнований»	Знает основные принципы, методы и средства построения различных геоизображений; читает топографические, туристские, спортивные карты по условным знакам и проводит на картах необходимые измерения.	ОСиРТ
	Знает классификацию технических приемов ориентирования на лесной равнинной местности; понимает их содержание.	ОСиРТ
	Применяет технику и тактику ориентирования на местности на маршрутах пешеходных спортивных походов 1-2 категорий сложности по территории Республики Беларусь.	СПП
	Применяет технику и тактику ориентирования на местности для преодоления длинных дистанций соревнований по ТПМ 1-3 класса (техника пешеходного туризма)	СПП
Примечания: 1. ОСиРТ – Учебная дисциплина «Основы спортивного и рекреационного туризма». 2. СПП – Учебная дисциплина «Специальная профессиональная подготовка»		

Предполагается, что формирование обобщенной $СК_{ттп}$ проходит по «аддитивному» механизму (отдельные компоненты компетенции формируются последовательно, в ходе освоения учебного материала учебных дисциплин условного образовательного модуля; уровень сформированности обобщенной компетенции оценивается путем сложения ее отдельных компонентов.

Пример системы дескрипторов, отражающих уровень освоения обучающимися частной компетенции $СК_{ттп}$-1, представлен в таблице 2.

Таблица 2. – Пример системы дескрипторов, отражающих уровень освоения обучающимися частной компетенции $СК_{ттп}$-1 «Применять технику и тактику передвижения и страховки для эффективного и безопасного преодоления маршрутов туристских походов и дистанций туристских соревнований»

Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Желательный (высокий) уровень освоения (отметки-9 и10 баллов)
1	2	3
Знает и понимает содержание технико-тактических действий, направленных на преодоление классифицированных препятствий маршрутов спортивных походов и технических этапов соревнований по туристско-прикладному многоборью	Знать, быть способным описать и объяснить существо технико-тактических действий (ТТД), применяемых для преодоления классифицированных препятствий маршрутов походов по территории (водным объектам) Республики Беларусь и технических этапов соревнований по туристско-прикладному многоборью (ТПМ) в технике пешеходного туризма (1-3 класса)	Знает содержание характерных ТТД, направленных на преодоление классифицированных препятствий маршрутов спортивных походов по территории Республики Беларусь и технических этапов (ТЭ) ТПМ в технике пешеходного туризма, устанавливаемых на дистанциях 1-3 класса. Способен провести различия между ТТД по преодолению отдельных ТЭ ТПМ при повышении их класса сложности. Способен выбирать оптимальную технику и тактику преодоления в зависимости от характера препятствия
	Уметь: дать характеристику технике и тактике преодоления препятствий (ТЭ), в техническом описании маршрута спортивного похода (в документе «Условия проведения соревнований на дистанции ТПМ»)	Способен выполнить системный анализ параметров препятствий (ТЭ соревнований по ТПМ в технике пешеходного туризма) и составить точные и подробные описания ТТД по их преодолению
Применяет технику и тактику передвижения и страховки для преодоления дистанций соревнований по ТПМ 1-3 класса (техника пешеходного туризма)	Уметь: Выбирать и выполнять оптимальные приемы туристской техники передвижения и страховки; использовать необходимые предметы туристского снаряжения (технические средства) для преодоления дистанций соревнований по ТПМ 1-3 класса в пределах установленного контрольного времени	Отлично подготовлен технически и тактически. Выполняет широкий круг приемов индивидуальной и командной техники передвижения и страховки для преодоления ТЭ ТПМ 1-3 класса в установленное контрольное время. Способен быстро осуществлять оптимальный выбор необходимых ТТД, эффективно руководить «связкой», командой. На контрольных соревнованиях (дистанциях 1-3-го класса) все ТЭ преодолевает в установленное КВ с минимумом штрафного времени.
	Владеть: навыками выполнения технических приемов передвижения и страховки, применяемых на соревнованиях по ТПМ; опытом преодоления дистанций ТПМ 1-3 класса в технике пешеходного туризма	Владеет навыками выполнения технических приемов в личной и командной технике передвижения и страховки; опытом успешного преодоления личных и командных дистанций ТПМ 3 класса (результат не менее 90% от победителя). Выполняет нормативы для присвоения 2-го спортивного разряда

В итоге выполненной работы разработана исследовательская компетентностная модель выпускника, обучавшегося по специальности 6-05-1012-01 «Физическая культура» (профилизация «Спортивный и рекреационный туризм»), отражающая требования к его спортивно-туристской технико-тактической подготовленности.

Сформулирована соответствующая обобщенная специализированная компетенция и выполнена ее декомпозиция:

– определены частные (составляющие) компетенции;

– построена матрица их освоения в рамках условного образовательного модуля;

– определены индикаторы достижения частных компетенций, уровни достижения и соответствующие им дескрипторы – результаты освоения учебных программ по учебным дисциплинам, сформулированные в категориях «знать», «уметь», «владеть».

Разработанная исследовательская КМВ, с одной стороны, основана на квалификационных требованиях, связывающих профессиональную деятельность инструктора-методиста по туризму с предметами и объектами труда, с другой стороны, она отражает междисциплинарные требования к результату образовательного процесса.

1. Гайсенок, В. А. Глобальные вызовы и развитие высшего образования в Республике Беларусь / В. А. Гайсенок // Инновационные подходы в образовательном процессе высшей школы: национальный и международный аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф., посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 8–9 февр. 2018 г. / Полоцкий государственный университет ; под. ред. Ю. П. Голубева, Н. А. Борейко. – Новополоцк, 2018. – С. 186–189.

2. Жук, О. Л. Проблемы проектирования компетенций как результатов освоения образовательных программ высшего образования / О. Л. Жук // Вышэйшая школа. – 2017. – № 4. – С. 7–10.

3. Байденко, В. И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения: Методическое пособие / В. И. Байденко. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 72 с.

4. Макаров, А. В. Инновационные образовательные системы в высшей школе: проблемы качественного развития / А. В. Макаров // Вышэйшая школа. – 2018. – № 2. – С. 15–18.

5. Останина, С. А. Компетентностный подход к обучению студентов вуза в условиях реализации образовательных стандартов третьего поколения [Электронный ресурс] / С. А. Останина, Е. В. Птицына // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – № 5. – Режим доступа: https://mir-nauki.com/PDF/54PDMN519.pdf. – Дата доступа: 10.10.2024.

6. Макаров, А. В. Реализация компетентностного подхода при проектировании стандартов высшего образования поколения 3+ / А. В. Макаров // Высшее техническое образование. – 2017. – Т 1, № 1. – С. 13–23.

7. Методические рекомендации по разработке и реализации на основе деятельностно-компетентностного подхода образовательных программ ВПО, ориентированных на ФГОС третьего поколения/ Афанасьева Т. П. [и др.]. – М.: МГУ, 2007. – 96 с.

8. Серова, А. В. Образовательная программа с точки зрения компетентностного подхода. Индикаторы и дескрипторы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://social.hse.ru/data/2018/06/01/1150192949/%D0%9F% D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%90%D0%92%20%20%D0%90%D0%9A%D0%A3%D0%A0.pptx. – Дата доступа: 10.10.2024.

9. Шафоростова, Е. Н. Проектирование компетентностной модели выпускника как средство оценки качества обучения / Е. Н. Шафоростова, А. А. Валова // Открытое образование. – 2019. – 23. – № 5. – С. 54–63.

Рукавицына С.Л., Самойленко Н.С.
Белорусский государственный университет физической культуры

К ВОПРОСУ ПЛАНИРОВАНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Rukavitsyna S., Samoilenka N.
Belarusian State University of Physical Culture

TO THE QUESTION OF PLANNING A PEDAGOGICAL EXPERIMENT IN PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS RESEARCH

Аннотация. В статье представлены подходы, позволяющие исследователю на начальном этапе организации эксперимента обоснованно подойти к выбору такого важного параметра, как объем выборочной совокупности. Грамотный подход к решению данного вопроса поможет исследователю заложить определенные гарантии для получения статистически достоверных результатов планируемого эксперимента.
Ключевые слова: планирование эксперимента, объем выборки, расчет характеристик, исследование, математическая статистика, выборочная совокупность.

Abstract. The article presents approaches that allow the researcher at the initial stage of organizing the experiment to reasonably choose such an important parameter as the size of the sample population. A competent approach to solving this issue will help the researcher to lay down certain guarantees for obtaining statistically reliable results of the planned experiment.
Keywords: experimental planning, sample size, calculation of characteristics, research, mathematical statistics, sample population.

Начальным этапом подготовки эксперимента является его планирование. На этом этапе исследователю необходимо проработать целый ряд организационно-методических вопросов, продумать ход и условия проведения эксперимента, обратить внимание на факторы, которые впоследствии могут оказать значительное влияние на достоверность экспериментальных выводов. Уже на начальном этапе планирования исследователь должен выяснить, будет ли он использовать для проверки научной гипотезы независимые выборки (контрольную и экспериментальную группы) или по ряду причин будет применять попарно зависимую выборку. Также ему необходимо определить, носит ли измеряемый признак количественный или качественный характер и другие вопросы. Хорошо продуманный и четко спланированный эксперимент позволит исследователю избежать ошибок в будущем статистическом анализе и получить обоснованные, надежные выводы.

Одним из проблемных вопросов, с которым сталкивается исследователь, является определение объема выборочной совокупности. Данная проблема главным образом связана с необходимостью обеспечения репрезентативности выборки, т.е. соответствия характеристик выборки характеристикам генеральной совокупности. Так, выборочная совокупность должна полно и адекватно представлять свойства

генеральной, чтобы по расчетам, выполненным с ее использованием, полученный результат можно было экстраполировать на генеральную совокупность. Неверно установленный объем выборки может привести к тому, что количество исходных данных будет недостаточно для убедительного доказательства выдвинутой научной гипотезы. В итоге экспериментатор будет вынужден либо отказаться от дальнейшего исследования, признав результаты ошибочными, либо заново формировать более основательную базу и проводить повторные исследования, чтобы убедиться в статистической достоверности полученных результатов.

В специальной литературе имеется большое количество материала, обосновывающего значимость объема выборки. Многие авторы указывают на то, что он должен быть оптимальным, т.е. минимально достаточным [1, 2, 3]. Ошибки его выбора как в большую, так и в меньшую стороны нежелательны. Действительно, чрезмерный объем выборки значительно усложнит этап сбора исходных данных, может потребовать существенного увеличения временных и экономических затрат. В то же время недостаточный объем, как уже отмечалось, может не обеспечить необходимую репрезентативность выборки.

Цель настоящей работы состояла в том, чтобы систематизировать наиболее известные и используемые подходы определения объема выборки применительно к исследованиям по физической культуре и спорту.

Для достижения поставленной цели был проанализирован ряд источников специальной литературы, посвященных вопросу определения объема выборки. В данной статье рассматриваются два наиболее типичных подхода к планированию объема выборочной совокупности.

В случае, когда исследователь не планирует проведение предварительного эксперимента, он практически не имеет возможности точного вычисления наиболее пригодного для него объема выборки и вынужден действовать вслепую, либо использовать информацию из уже проведенных подобных исследований других авторов. Однако специфика его исследования может не допускать такого решения данного вопроса, так как помимо численного значения выборки, на качество экспериментального исследования воздействуют и другие факторы. В связи с этим необходимо четко представлять, что влияет на репрезентативность выборки помимо ее объема и учитывать все условия, которые могли бы повысить вероятность получения достоверных будущих результатов исследования.

Первое, на что исследователь может ориентироваться, находясь в подобной ситуации – это объем генеральной совокупности. Во многих видах спорта, когда объектом изучения являются спортсмены высокой квалификации, объем генеральной совокупности, как правило, невелик. К тому же следует учитывать, что в реальности спортсмены могут находиться на соревнованиях, длительных сборах или временно не тренироваться из-за полученной травмы.

Другое дело, если речь идет о массовом исследовании. Генеральная совокупность в этом случае, как правило, является значительной, соответственно и число выборочных результатов измерений должно быть довольно большим. Таким образом, опора на генеральную совокупность позволит экспериментатору предварительно определить, будет ли он использовать выборку малого объема ($n \leq 30$), либо ему следует использовать выборку, превосходящую эту величину, то есть большого объема. Понимание этого вопроса поможет исследователю не только «прикинуть» объ-

ем выборки, но и даст ключ к выбору наиболее подходящих методов и критериев будущей статистической обработки.

Кроме объема выборки, на качество предполагаемого эксперимента влияет также способ ее формирования. В соответствии с теорией статистического вывода, организация выборки должна проводиться случайным образом. Это значит, что для всех объектов генеральной совокупности должна быть обеспечена одна и та же вероятность отбора. В теории существует много способов случайного отбора, на практике чаще используют метод жеребьевки или лотереи. Следует подчеркнуть, что только при такой организации, параметры выборки, при достаточном ее объеме, приближаются к параметрам генеральной совокупности [4, 5].

Часто в практике спортивных исследований стоит задача оценки эффективности новой экспериментальной методики. В таких случаях экспериментатор должен сформировать две выборки: контрольную и экспериментальную, взятые из одной генеральной совокупности. В этой ситуации группа рассматривается как единица генеральной совокупности, а сама генеральная совокупность представляет собой множество всех однотипных групп. Исследователь должен способом случайного отбора (методом лотереи или по схеме, например, каждая 3-я или 10-я и др.) сформировать две однотипные выборки, одна из которых будет являться контрольной, другая будет играть роль экспериментальной группы.

Еще одним важным фактором, влияющим на представительность выборки, является ее однородность. Количественно однородность выборки можно установить двумя путями:

– на основании расчета коэффициента вариации. Принято считать, что если коэффициент вариации не превышает 10-15%, то выборка однородна. В случае превышения указанного интервала, она таковой считаться не может;

– на основании сравнения мер центральной тенденции (мода, медиана и среднее арифметическое). Если в результате сравнения величин этих параметров, различие между ними невелико, группу исследуемых результатов можно считать однородной. Наиболее однородную выборку можно получить в исследованиях, проводимых для спортсменов высокой квалификации. Как правило, в таком случае участвуют спортсмены одного уровня подготовки, возраста и пола. В связи с этим в исследованиях такого рода допустим сравнительно небольшой объем выборки (n=10-15 человек).

Учет фактора однородности позволяет снизить объем выборочной совокупности. В то же время следует отметить, что обеспечить достаточную степень однородности выборки исследователь может только, если в момент планирования эксперимента, повысит требования к ее отбору.

Кроме указанных требований, позволяющих исследователю запланировать необходимый объем выборки, существует более надежный подход, расчетный. Сложность его использования заключается в том, что для проведения вычислений требуется наличие некоторых статистических параметров.

В связи с этим рассматриваемый подход может применяться в том случае, если исследователь проводит предварительный эксперимент. Так у него появляется реальная возможность для расчета и коррекции запланированного объема выборки благодаря получению необходимой информации о тех статистических параметрах, которые участвуют в вычислении ее объема. В специальной литературе предлагает-

ся много вариантов расчета объема выборки, однако для того, чтобы воспользоваться существующими формулами, исследователь должен обладать довольно глубокими знаниями в области математической статистики. Поэтому математическая формализация этого вопроса для многих оказывается затруднительной.

Наиболее простым способом решения этой проблемы, по нашему мнению, является нахождение требуемой величины выборочной совокупности с помощью максимально допустимой ошибки S_{max}, заложенной исследователем при планировании эксперимента.

Предположим, что в результате предварительных исследований выборки n=10 экспериментатор получил следующие статистические характеристики: $\bar{x} = 80$ мс, $\sigma = 20$ мс, $s_{\bar{x}} = 6{,}32$ мс.

Максимальная ошибка в этом случае составит:

$$s_{max} = \left(3 + \frac{6}{n-4}\right) \cdot s_{\bar{x}} = 25{,}28 \text{ мс.}$$

В то же время максимальная допустимая ошибка не должна превышать 10 мс, по решению исследователя. Очевидно, что использованный объем не удовлетворяет требованию репрезентативности.

Рассчитаем, какой допустимый объем выборки должен использовать исследователь в этом случае:

$$n = 10\left(\frac{\sigma}{s_{\text{макс.допуст.}}}\right)^2 + 5 = 45 \text{ человек.}$$

Следовательно, для получения статистически достоверных результатов, исследователь должен запланировать объем выборки n=45.

В данной статье были рассмотрены наиболее важные вопросы статистического анализа, которые необходимо учитывать на начальном этапе планирования педагогического эксперимента.

В результате проведенного аналитического исследования были выделены два возможных подхода к определению объема выборки исходя из условий организации и планирования эксперимента. Проведена систематизация факторов, которые оказывают существенное влияние на репрезентативность выборочной совокупности с учетом некоторых особенностей, присущих спортивным исследованиям, а также предложен наиболее простой способ расчета оптимального объема выборки.

Учет выделенных статистических факторов на этапе планирования эксперимента позволит исследователю грамотно спланировать оптимальный объем выборки и тем самым обеспечить благоприятную основу для получения статистически обоснованных, надежных результатов.

1. Информационные технологии и математическая статистика в физической культуре, спорте и туристической индустрии : пособие / Ю. О. Волков [и др.]. – Минск : БГУФК, 2022, – 229 с.

2. Лихванцев, В. В. Определение объема выборки / В. В. Лихванцев, М. Я. Ядгаров, Л. Б. Берикашвили // Анестезиология и реаниматология. – 2020. – Т. 6. – С. 77–87.

3. Начинская, С. В. Спортивная метрология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С. В. Начинская. – М. : Академия, 2005. – 240 с.

4. Зациорский, В. М. Основы спортивной метрологии / В. М. Зациорский. – М.: Физкультура и спорт, 1982. – 254 с.
5. Коренберг, В. Б. Спортивная метрология : учебник / В. Б. Коренберг. – М.: Физическая культура, 2008. – 368 с.

Самойлова В.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПОДГОТОВКУ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Samoilava V.
Belarusian State University of Physical Culture

THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON TEACHER TRAINING: CHALLENGES AND PERSPECTIVES

Аннотация. В статье рассматривается влияние глобализации на подготовку педагогических кадров, акцентируется внимание на новых вызовах и требованиях, возникающих в современных образовательных системах. Описываются ключевые аспекты, такие как интеграция информационных и коммуникационных технологий в образовательный процесс, работа с культурным многообразием и соответствие международным стандартам.
Ключевые слова: образование; глобализация; культура; педагогические кадры; технологии; учреждения образования.

Abstract. The article examines the influence of globalization on teacher training, with a focus on the new challenges and requirements arising in modern educational systems. Key aspects are described, such as the integration of information and communication technologies into the educational process, working with cultural diversity, and compliance with international standards.
Keywords: education; globalization; culture; pedagogical staff; technologies; educational institutions.

Введение. Глобализация представляет собой многоаспектный процесс, который значительно трансформирует структуру и функции образовательных систем во всем мире. В условиях глобализированного мира меняются требования к подготовке педагогических кадров, что предопределяет необходимость формирования новых стандартов и подходов в образовательной практике. Данный процесс приводит к существенным изменениям как в содержании образовательных программ, так и в методах обучения, что, в свою очередь, создает новые вызовы для будущих педагогов [1].

Таким образом, в условиях глобализирующегося мира, где динамика изменений становится неотъемлемой частью, подготовка педагогических кадров сталкивается с уникальными вызовами и требованиями. Понимание этих изменений и их влияния

на образовательную сферу является предпосылкой для эффективной адаптации к новым условиям.

Основная часть. Глобализация служит детерминантой образовательной политики, принципиально новые требования, предъявляемые к педагогам в контексте интеграции технологий, работа с культурным многообразием и соответствие международным стандартам – все это является факторами, служащими основой для переосмысления методов подготовки педагогических кадров, что непосредственно определяет качество образования и готовность будущих специалистов педагогической отрасли к профессиональной деятельности.

В данной статье объектом исследования является глобализация образовательного процесса. Цель исследования – выявить тенденции глобализации в контексте подготовки педагогических кадров.

Анализируя вышеприведенные факторы, следует отметить, что глобализация влияет на все сферы человеческой деятельности, включая образование. Этот процесс проявляется не только в интеграции экономики, но и в обмене информацией и культурными ценностями. В свою очередь, это требует от педагогов высокой квалификации, а также способности адаптироваться к быстро меняющимся условиям образовательной среды [2].

В настоящее время педагоги сталкиваются с рядом нововведений, вызванных глобализацией:

– интеграция технологий: быстрые темпы технологического прогресса обуславливают необходимость внедрения информационных и коммуникационных технологий в образовательный процесс. Будущие педагоги должны быть компетентны в использовании этих технологий для оптимизации учебного процесса и повышения его эффективности;

– работа с культурным многообразием: глобализация способствует интернационализации образовательной среды, что подразумевает наличие педагогов, способных работать в многонациональном контексте. Это требует от них понимания культурных особенностей, уважения к культурным различиям и способности создавать соответствующую образовательную среду [3];

– соответствие международным стандартам: При подготовке педагогов необходимо учитывать требования, выдвигаемые международными организациями. Программы подготовки должны ориентироваться не только на национальные стандарты, но и на критерии, установленные международными институтами образования, что обеспечивает признание квалификации педагогов на глобальном уровне.

В связи с новыми вызовами, стоящими перед образовательной системой, возникла необходимость в регулярном пересмотре и обновлении учебных программ и методов подготовки педагогических кадров. Данный процесс характеризуется несколькими ключевыми аспектами:

– анализ потребностей: регулярный анализ потребностей образовательного рынка и выявление новых тенденций в глобальной образовательной практике способствуют актуализации содержания учебных программ;

– инновационные методики: включение инновационных методик обучения, таких как проектное обучение, смешанное обучение, использование мобильных при-

ложений и других цифровых инструментов, становится необходимостью для подготовки гибких и востребованных специалистов;

– непрерывное профессиональное развитие: образовательные учреждения обеспечивают условия для непрерывного профессионального развития педагогов, включая курсы повышения квалификации, семинары, мастер-классы, конференции и др., что способствует их профессиональному росту и готовности к изменениям.

Также следует акцентировать внимание на ряде аспектов учреждений образования, играющих неотъемлемую роль в процессе подготовки педагогических кадров, обеспечивая их формирование и развитие:

– международное сотрудничество: эффективные партнерства с зарубежными университетами и исследовательскими центрами способствуют обмену опытом и внедрению успешно зарекомендовавших себя практик в подготовку педагогических кадров.

– формирование компетенций: в настоящее время образовательные учреждения формируют у будущих педагогов не только профессиональные знания, умения и навыки, но и способность к критическому мышлению, исследовательской деятельности и межкультурной коммуникации;

– формирование благоприятной среды для внедрения инноваций: внедрение инновационных подходов в образовательный процесс не только повышает качество подготовки педагогов, но и мотивирует их к активной профессиональной деятельности.

Заключение. Глобализация оказывает весомое влияние на подготовку педагогических кадров, внося изменения в требования и стандарты в области образования. Для успешной адаптации к современным вызовам будущие педагоги должны обладать необходимыми знаниями и навыками для работы в условиях быстро меняющегося мира, включая интеграцию технологий, знание культурного многообразия и соответствие международным образовательным стандартам. Образовательные учреждения, в свою очередь, активно внедряют инновационные подходы, что позволяет обеспечить высокое качество образования и подготовить квалифицированных специалистов, способных эффективно справляться с вызовами времени. В конечном итоге, качественная подготовка педагогических кадров – основа для формирования эффективной образовательной среды, обеспечивающей высокий уровень образования для студентов педагогических специальностей.

1. Мелоян, В. Г., Глобализация высшего образования / В. Г. Мелоян, А. И. Шевченко // Вестник КРУ МВД России. – 2017. – № 1(35). – С. 171–173.

2. Игнатьев. В. П., Варламова ЛФ. «И» Глобализации высшего образования / В. П. Игнатьев, Л. Ф. Варламова // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 2(42). – С. 13–17.

3. Омирзакова, Д. Д. Образование и наука в условиях глобализации / Д. Д. Омирзакова // Инновационная наука. – 2023. – № 5-1. – С. 132–133.

Смотрицкий А.Л., Смотрицкая Г.Е.
Белорусский государственный университет физической культуры

РЕЗУЛЬТАТЫ ДИАГНОСТИКИ СТРУКТУРЫ МОТИВАЦИИ ТРЕНЕРОВ ПО БАСКЕТБОЛУ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

Smotritsky A., Smotritskaya G.
Belarusian State University of Physical Culture

THE RESULTS OF DIAGNOSTICS OF THE MOTIVATION STRUCTURE OF BASKETBALL COACHES IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL ADULT EDUCATION

Аннотация. В содержании статьи рассматриваются особенности мотивационной структуры тренерских кадров Республики Беларусь на примере баскетбольного клуба «Минск», выявленной на основе использования теста Герцберга.

Ключевые слова: диагностика; мотивация; тренер; баскетбол; клуб; дополнительное образование взрослых.

Abstract. The content of the article discusses the features of the motivational structure of the coaching staff of the Republic of Belarus on the example of the Minsk basketball club, identified based on the use of the Herzberg test.

Keywords: diagnosis; motivation; coach; basketball; club; additional adult education.

В рамках разрабатываемой в Институте повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов физической культуры, спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (далее – Институт) научной проблематики, связанной с теоретическим обоснованием и практической реализацией системы профессиональной диагностики кадров отрасли физической культуры и спорта проведена апробация возможности использования теста Герцберга для изучения особенностей мотивации тренерских кадров Республики Беларусь на примере баскетбольного клуба «Минск».

Тест американского психолога и социолога Фредерика Герцберга основан на представлении о том, что для эффективного выполнения трудовой деятельности того или иного специалиста, необходимо создание не только хороших условий труда (внешний стимул), но и наличие у работника высокого уровня мотивации (внутренний стимул) [1].

В соответствии с указанным подходом при тестировании оцениваются две основные группы факторов, влияющие на результаты труда: гигиенические, в структуре которых выделяют: финансовые мотивы; общественное признание; отношения с руководством и сотрудничество в коллективе, а также мотивационные, к которым относят: ответственность работы; карьеру, продвижение по службе; достижение личного успеха и содержание работы. Указанные группы факторов оцениваются на основании выбора, сделанного тестируемым из 56 утверждений, разделенных на 28 пар вопросов, представляющих собой противоположные по значению ситуации.

Каждое утверждение оценивается по пятибалльной шкале, в зависимости от того значения, которое оно имеет для испытуемого. При этом утверждения оцениваются попарно, то есть при их оценке необходимо определить не просто количественное значение каждого утверждения, а то, на сколько одно из них важнее другого, например, в паре утверждений: что для человека важнее: хорошо оплачиваемая работа или общественное признание своих заслуг необходимо выбрать одно из соотношений: 5:0, 4:1, 3:2, 2:3, 1:4 или 0:5 [2, 3].

В проведенном исследовании приняли участие 22 действующих тренера баскетбольного клуба «Минск». Тестирование проходило на базе Института с использованием компьютерного варианта теста Герцберга [2, 4].

Полученные в результате тестирования данные свидетельствуют о том, что для большинства тренеров внутренние (мотивационные) факторы значительно превышают внешние (гигиенические) факторы, что отражено на рисунке 1. Превышение составляет 37 %.

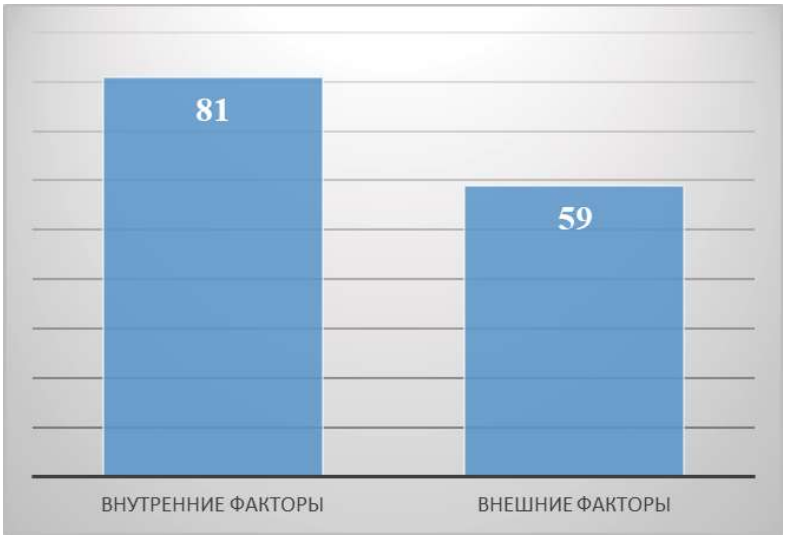


Рисунок 1. – Соотношение внешних и внутренних факторов мотивации тренеров по баскетболу

На рисунке 2 отражена структура и средние величины внутренних факторов мотивации тестируемых тренеров.

Рисунок 2. – Средние значения внутренних факторов мотивации тренеров по баскетболу

Анализ данных, представленных на рисунке 2, показывает, что наиболее значимым внутренним фактором в работе тренеров является «содержание работы». Этот фактор опережает остальные три фактора в среднем на 38 %. Вторым по значимости является фактор «достижение личного успеха». Его среднее процентное значение по отношению к другим факторам составляет – 7 %. Факторы «карьера, продвижение по службе» и «ответственность работы» в среднем менее значимы на 22 %, и 17 % соответственно.

На рисунке 3 отражена структура и средние величины внешних факторов мотивации тренерских кадров.

Рисунок 3. – Средние значения внешних факторов мотивации тренеров по баскетболу

Как свидетельствуют данные, представленные на рисунке 3, наиболее значимым внешним фактором мотивации для тренеров является фактор «Финансовые мотивы». Он превышает все остальные внешние факторы в среднем на 18 %. На 6 % значимее остальных фактор «сотрудничество в коллективе». На 5 % и 18 % соответственно менее значимы оказались факторы «общественное призвание», «отношения с руководством».

Таким образом, результаты исследования показали возможность оперативной оценки системы внешних и внутренних стимулов, оказывающих влияние на эффективность профессиональной деятельности тренерских кадров с наглядным графическим отображением полученных данных на основании применения методики «тест Герцберга».

Результаты тестирования тренеров баскетбольного клуба «Минск» свидетельствуют, что для большинства из них наибольшее значение в работе имеют внутренние (мотивационные) факторы (81 %), что может говорить, как о наличии хороших условий труда, так и о выраженных личностных приоритетах, связанных, прежде всего, с достижением высоких спортивных результатов и содержанием осуществляемой деятельности.

1. Двухфакторная теория Герцберга: что это и как применить на практике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ispring.ru/elearning-insights/dvuhfactornaya-teoriya-gercberga/. – Дата доступа: 01.09.2024.

2. Тест мотивационной структуры Герцберга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psytests.org/work/herz.html/. – Дата доступа: 01.10.2024.

3. Мотивационный тест Герцберга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fb.ru/article/281108/motivatsionnyiy-test-gertsberga/. – Дата доступа: 01.08.2024.

4. Мотивационный тест Герцберга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://testograd.com/test/test-gertsberga/. – Дата доступа: 01.08.2024.

Солтанович Л.Л., Санько О.А.
Белорусский государственный университет физической культуры

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕСТОВЫХ ШКАЛ (НА ПРИМЕРЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СПОРТИВНАЯ МЕТРОЛОГИЯ»)

Soltanovich L.L., Sanko O.A.
Belarusian State University of Physical Culture

STATISTICAL ANALYSIS OF TEST SCALES (EXAMPLE OF DISCIPLINE «SPORT METROLOGY»)

Аннотация. Статья посвящена выявлению наиболее применимых методов статистического анализа, позволяющих на достаточно высоком профессиональном уровне определить качество образовательных процессов в контексте применения тестовых сред.

Ключевые слова: измерение, шкалы измерений, шкалы оценок, тесты.

Abstract. The article is devoted to the identification of the most applicable methods of statistical analysis, allowing to determine the quality of educational processes in the context of the application of test environments at a sufficiently high professional level.

Keywords: measurement, measurement scales, rating scales, tests.

В настоящее время трудно себе представить какую-либо деятельность человека, в которой не использовались бы измерения. Измерения ведутся в науке, промышленности, сельском хозяйстве, медицине, торговле, спорте, в быту.

Проблема измерения – одна из центральных в науке, Любое теоретическое утверждение можно считать справедливым (истинным) только в том случае, если оно или его логическое следствие подтверждены в прямом эксперименте. До его проверки утверждение в лучшем случае признается гипотезой [1].

По утверждению Макса Планка «Существует только то, что можно измерить». Еще в XV веке Николай Кузанский выразил следующую мысль: «Только через измерение и удается связать наблюдаемый нами и описываемый словами естественного языка окружающий мир с миром естественных наук, закрепляющих результаты постижения этого мира языком математики» [2].

В классическом понимании измерение можно осуществить, когда имеется два основных инструмента: эталон единицы измерения и шкала измерения. Однако, в

гуманитарных науках, таких как педагогика, психология, социология, нет узаконенных эталонов. Поэтому педагогические измерения необходимо рассматривать несколько шире, чем измерения с точки зрения общей метрологии. Так, используя измерительные приборы и классические методы измерения, понятно, как измерять длину, массу, время, температуру, силу тока и т.п. А такие величины, как уровень знаний, степень мастерства преподавателя, с позиций общей метрологии неизмеримы, Для их определения необходимы другие методы. На современном этапе разработан ряд методов, позволяющих измерять вышеупомянутые показатели и статистически обработать результаты измерений. Одним из самых распространенных методов измерения качества знаний учащихся стали методы с применением тестовых сред.

В практике педагогических измерений, также как и в общей метрологии, основой для измерения любой величины служит шкала измерений. В различных источниках приводятся разные определения шкал измерения, но суть их сводится к одному и тому же.

Шкала (от лат. scala – лестница) – упорядоченное множество действительных чисел (индексов), соответствующих последовательному ряду возможных значений измеряемой величины.

В различных источниках авторы расходятся в вопросе, касающемся количества шкал, но принцип разделения на измерительные шкалы остается неизменным.

В педагогических измерениях, как и в общей метрологии, используется классификация шкал, предложенная С. Стивенсом, которого называют отцом современной теории измерений. Согласно классификации Стивенса существуют четыре шкалы измерения: наименований (номинальная), порядка (ранговая), интервалов и отношений [3].

Разработка заданий и тестов начинается с общего педагогического замысла, составления заданий и их композиции [4].

Далее необходимо проверить качество заданий и теста. Это не только оценка его содержательной правильности, но и использование математико-статистических методов, которые позволяют решать указанные выше задачи, абстрагируясь от предметного содержания теста.

Апробация теста проводится с целью уточнения меры трудности заданий, выбора оптимального времени проведения теста, изъятия некачественных заданий, определение качества теста в целом, т.е. надежности, валидности, эффективности и др.

Поэтому «сырой» балл тестируемого определяется простым суммированием количества правильно выполненных тестовых заданий.

Для определения меры трудности каждого задания необходимо подсчитать количество неправильных ответов. Мера трудности задания равна отношению количества неправильных ответов к общему количеству заданий. Рекомендуется задания в тесте размещать в порядке возрастания их трудности. Для этой цели необходимо определить новый номер задания как ранг меры трудности в порядке ее увеличения.

Для определения согласованности тестовых заданий необходимо рассчитать коэффициент корреляции ряда результатов каждого задания с итоговыми результатами теста.

Следующий этап: разработка оценочной шкалы для перевода «сырых» баллов в оценки, которые могут выставляться как результат контроля знаний.

В начале полученные результаты можно оценить «зачет / не зачет». Для получения удовлетворительного результата необходимо выполнить более 50 % заданий.

Чтобы определить положение испытуемого относительно всей выборки, его результат тестирования надо перевести в некую относительную шкалу. Одной из простейших шкал является нормированная Z-шкала, в которой среднее значение оценивается как 0, а отклонение на одно стандартное отклонение, приводит к изменению результата на единицу:

$Z = \frac{x - \bar{x}}{\sigma}$, где $\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$ – стандартное отклонение.

Основной недостаток Z-шкалы – наличие отрицательных результатов, что в ряде случаев составляет определенное неудобство при статистической обработке. Поэтому часто применяются другие стандартные шкалы, формула расчета которых включает в себя результат Z-шкалы.

Для получения ряда положительных результатов в случаях, когда не требуется большая точность, используется С-шкала, рассчитываемая по формуле:

$C = 5 + 2 \times Z$.

Эта шкала может рассматриваться как шкала для перевода в используемые в учебном процессе 10-балльные отметки. Минимальная «зачетная» оценка в вузе – 4 балла. При переводе в С-шкалу эту оценку получат студенты, правильно выполнившие более 50 %, что соответствует зачетной шкале.

Для проведения текущего контроля знаний студентов на кафедре биомеханики БГУФК был разработан и успешно используется тест по дисциплине «Спортивная метрология», который проверяет знание студентов основных понятий и методов проведения измерений, методов статистической обработки результатов измерений, умение проводить статистическую обработку результатов измерений, оценивать достоверность статистических характеристик.

Тест построен в форме закрытых заданий с одним правильным вариантом ответа. С целью уменьшения вероятности случайного угадывания в каждом задании имеется 5 вариантов ответов.

В ходе пробного тестирования и статистической обработки его результатов было протестировано 60 студентов с помощью теста, состоящего из 20 вопросов. Была получена матрица результатов тестирования, поддающаяся статистической обработке. В ходе статистической обработки была определена мера трудности заданий, а также характер корреляционной связи с результатом целого теста. По результатам теста были выставлены оценки с использованием различных оценочных шкал. Было выяснено, что наилучшей шкалой для оценки знаний студентов является 10-балльная С-шкала. Была оценена надежность теста. Оказалось, что наш тест можно считать вполне надежным для оценки знаний студентов.

В настоящее время мы усовершенствовали тесты и для их проведения используем компьютерную программу «MyTestStudent». Эта программа предлагает широкий выбор заданий, отличающихся по сложности. Также, данная программа позволяет гибко настроить условия для прохождения тестирования: время тестирования, количество ошибок для завершения теста, наличие или отсутствие подсказок.

Для дисциплины «Спортивная метрология» были выбраны следующие типы заданий:

задание с одним вариантом ответа;

задания с несколькими вариантами ответа;

свободны ввод ответа (с клавиатуры);

задания с альтернативными вариантами ответа;

задания на определение ложности или истинности понятий.

Программа MyTest Student является частью системы MyTestXPro, предназначенной для создания и проведения тестов, а также анализа их результатов. Она представляет собой платформу или инструмент для создания, проведения и оценки тестов и экзаменов для студентов. Этот сервис обычно используется образовательными учреждениями, учителями или репетиторами для упрощения процесса тестирования учащихся [5].

В связи с этим следует констатировать, с внедрением тестов в образовании появилась возможность использовать статистические подходы к оценке эффективности образовательной среды, позволяющие объективно судить о качестве ее проектирования. Кроме того, тестовый контроль способствует совершенствованию методов, способов, методик и приемов обучения, позволяя оценивать их результативность на основе объективных критериев и превращая тем самым педагогическое проектирование в допускающую измерение точную науку.

1. Бородкин, Ф. М. Социальные индикаторы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Статистика» и другим экономическим специальностям / Ф. М. Бородкин, С. А. Айвазян. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 607 с.

2. Кузнецов, О. Л. Система природа – общество – человек: Устойчивое развитие / О. Л. Кузнецов, П. Г. Кузнецов, Б. Е. Большаков. – Государственный научный центр Российской Федерации ВНИИ геосистем; Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2000. – 392 с.

3. Сидоренко, Е. В. Методы математической обработки в психологии / Е. В. Сидоренко. – СПб.: Социально-психологический центр, 1996. – 350 с.

4. Основы педагогических измерений. Вопросы разработки и использования педагогических тестов : учеб.-метод. пособие / В. Д. Скаковский [и др.]; под общ. ред. В. Д. Скаковского. – Минск: РИВШ, 2009. – 340 с.

5. Справочное руководство по программе MyTestXPro [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mytest.klyaksa.net/wiki/Заглавная_страница. – Дата доступа: 11.10.2024.

Хармонова А.А., Шукаева А.В.
Смоленский государственный университет спорта

ОЦЕНКА КРЕАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ СПОРТИВНЫХ И ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ

Harmonova N., ShukaevaV.
Smolensk State University of Sports

ASSESSMENT OF CREATIVE ABILITIES OF STUDENTS OF SPORTS AND HUMANITARIAN PEDAGOGICAL UNIVERSITIES

Аннотация. В статье дана оценка развития креативных способностей студентов физкультурного вуза, на примере Смоленского государственного университета спорта и социально-гуманитарного, на примере Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Представлена сравнительная характеристика развития креативных способностей у студентов первого года обучения выше названных вузов. Дан анализ полученных данных, сделаны выводы.
Ключевые слова: высшее образование, креативные способности, студенты.

Abstract. The paper evaluates the development of creative abilities of students of a physical education university, using the example of the Smolensk State University of Sports and Social-Humanitarian, on the example of the Perm State Humanitarian Pedagogical University. A comparative characteristic of the development of creative abilities among first-year students of the above-mentioned universities is presented. The analysis of the obtained data is given, conclusions are drawn.
Keywords: higher education, creative abilities, students.

Привычное понимание образования как усвоения человеком опыта прошлого сегодня вступает в противоречие с его потребностью в творческой самореализации обучающихся. Понимание образования как усвоения человеком опыта прошлого вступает сегодня в противоречие с его потребностью в творческой самореализации обучающихся. Креативность мышления предполагает нестандартные подходы в решении постоянно изменяющихся, отличающихся высокой степенью неопределенности проблемных ситуаций, позволяет адаптироваться к изменяющимся условиям жизни, оптимально использовать свой внутренний потенциал, совершенствоваться и не бояться нового. На сегодняшний день перед образовательными организациями стоит задача формирования творческой личности. Поэтому одним из приоритетных направлений государственной образовательной политики в нашей стране является построение инновационной, компетентностной и профессионально ориентированной системы образования, нацеленной на развитие молодежи как основного интеллектуального и творческого потенциала государства. Об этом свидетельствуют и правительственные документы Российской Федерации: «Национальная доктрина образования в Российской Федерации до 2025 года» [2].

Креативность развивается, формируется и проявляется в процессе осуществления любого вида деятельности. Следовательно, целенаправленно организуя само-

стоятельную познавательную деятельность студентов, мы можем формировать их способность к творчеству, новаторству. Для определения уровня креативности студентов первого года обучения мы использовали экспресс-метод диагностики «Опросник креативности Д. Джонсона» (адаптированный вариант Е.Е.Туник), состоящий из восьми утверждений, включающих в себя характеристики, позволяющие определить уровень креативности [1]. Студентам предлагалось оценить, используя пятибалльную систему, в какой степени у них проявляются приводимые характеристики творческого мышления и поведения. В соответствии с полученными результатами мы распределили всех респондентов по пяти уровням креативности: I уровень (очень низкий); II уровень (низкий); III уровень (средний); IV уровень (высокий) и V уровень (очень высокий). Результаты исследования представлены в таблице 1. В исследовании принимали участия студенты первого курса Смоленского государственного университета спорта (СГУС), в количестве 42 человек и Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета (ПГГПУ) направления подготовки «Педагогическое образование», в количестве 40 человек.

Таблица 1. – Уровень креативности студентов СГУС и ПГГПУ (самооценка)

Уровень креативности	Шкала общих оценок опросника (баллы)	СГУС, кол-во студентов (%)	ПГГПУ, кол-во студентов (%)
Очень высокий	40-34	14	10
Высокий	33-27	29	25
Средний	26-20	52	55
Низкий	19-15	5	10
Очень низкий	14-8	-	-
Итого		100	100

Полученные данные свидетельствуют о том, что большинство студентов СГУС (52%) и ПГГПУ (55%) обладают средним уровнем креативности, что свидетельствует о частом проявлении их креативности, но в отдельных (значимых для студента) видах деятельности, 29% студентов СГУС и 25% студентов ПГГПУ имеют высокий уровень креативности, что указывает уже на постоянное проявление ими творчества, созидательности, новаторства, но не во всех, а в некоторых видах деятельности. Соответственно 14% и 10% студентов СГУС и ПГГПУ имеют очень высокий уровень креативности, эти студенты постоянно проявляют креативность в осуществлении любого вида деятельности. Периодически проявляют творчество, инициативу во всех видах деятельности 5% и 10% студентов СГУС и ПГГПУ соответственно.

Но при этом необходимо отметить, что данную диагностику можно использовать не только для самооценки, но и для оценки проявлений креативности доступных внешнему наблюдению. Результаты оценки преподавателями проявлений креативности у студентов, принимавших участие в исследовании, представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Уровень креативности студентов СГУС и ПГГПУ (оценка внешних наблюдателей)

Уровень креативности	Шкала общих оценок опросника (баллы)	СГУС, кол-во студентов (%)	ПГГПУ, кол-во студентов (%)
Очень высокий	40-34	-	5
Высокий	33-27	23	20
Средний	26-20	59	60
Низкий	19-15	18	15
Очень низкий	14-8	-	-
Итого		100	100

Результаты оценки уровня креативности свидетельствуют о том, что 59% студентов СГУС и 60% студентов ПГГПУ имеют средний уровень креативности, 23% и 20 % студентов СГУС и ПГГПУ соответственно – высокий уровень, низкий уровень – 18% и 15% студентов СГУС и ПГГПУ соответственно. Преподаватели ПГГПУ отметили очень высокий уровень креативности у двух студентов, а по оценке преподавателей СГУС, студентов с очень высоким уровнем, среди респондентов, не наблюдается.

Таким образом, результаты диагностики уровня развития креативности показывают, что большинство студентов первого курса готовы и способны на самостоятельное осмысление действительности и поиск инноваций, проявление нестандартности и оригинальности мышления, гибкости при выполнении отдельных видов деятельности.

1. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. – М.: Просвещение, 1989. – 271 с.
2. Развитие креативных способностей студентов вузов гуманитарного профиля: концептуальные подходы/ И. А. Синицина [и др.]// Педагогическое образование в России. – 2017. – № 2. – С. 74–81.

Чусовитина О.М.
Сибирский государственный университет физической культуры и спорта

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СПОРТИВНЫМИ ФЕДЕРАЦИЯМИ КАК УСЛОВИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ТРЕНЕРСКИХ КАДРОВ

Chusovitina O.M.
Siberian state university of physical education and sports

INTERACTION WITH SPORTS FEDERATIONS AS A CONDITION FOR IMPROVING THE SYSTEM OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF COACHES

Аннотация. В статье рассматривается актуальный вопрос развития системы дополнительного профессионального образования для решения задач кадрового обеспечения сферы физической культуры и спорта. Автором предлагается и обосновывается модель взаимодействия университета со спортивными федерациями по реализации программ повышения квалификации тренеров.

Ключевые слова: дополнительное профессиональное образование, повышение квалификации, спортивная федерация, тренеры.

Abstract. The article deals with the topical issue of the development of the system of additional professional education to solve the problems of staffing in the field of physical culture and sports. The author proposes and substantiates a model of interaction between the university and sports federations for the implementation of training programs for coaches.

Keywords: additional professional education, advanced training, sports federation, coaches.

В современных условиях дополнительное профессиональное образование, включающее повышение квалификации и профессиональную переподготовку, становится неотъемлемой составляющей трудовой деятельности специалиста любой сферы. Необходимость систематического повышения уровня квалификации законодательно обусловлена. В сфере физической культуры и спорта дополнительное профессиональное образование тренерских кадров стратегически определяется приоритетами и целями государственной политики Российской Федерации, обозначающими условия кадрового обеспечения физкультурно-спортивных организаций.

Во-первых, в Государственной программе «Развитие физической культуры и спорта» при оценке текущего состояния сферы физической культуры и спорта в Российской Федерации ключевым вызовом отмечается «недостаточная ресурсная обеспеченность сферы физической культуры и спорта, в том числе системы профессионального образования». Поэтому ставится задача: «развитие системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадрового резерва в сфере физической культуры и спорта» [1].

Во-вторых, в стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года при анализе научного и кадрового обеспечения подчеркивается, что «…достижение целевого показателя «доля граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом…» возможно только в условиях роста количества тренеров и иных специалистов, повышения их квалификации и производительности труда…» [2].

Кроме этого, вопросы развития кадрового потенциала отражены в Концепции подготовки спортивного резерва в Российской Федерации до 2025 года [3], в которой одним из запланированных мероприятий была разработка Методических рекомендаций по совершенствованию системы дополнительного профессионального образования тренеров и иных специалистов, осуществляющих подготовку спортивного резерва [4].

В связи с вышесказанным, актуальной становится повестка развития системы дополнительного профессионального образования в сфере физической культуры и спорта. Ключевую роль в реализации программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки тренерских кадров, на наш взгляд, играют организации высшего образования, подведомственные Министерству спорта России, которые имеют необходимую физкультурно-спортивную инфраструктуру и высококвалифицированный профессорско-педагогический состав.

Одним из ведущих физкультурных вузов России является Сибирский государственный университет физической культуры и спорта (СибГУФК). Коллектив

преподавателей СибГУФК ежегодно разрабатывает и реализует более 50 программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки, направленных на выполнение запросов работодателей физкультурно-спортивной отрасли.

Эффективная реализация программ дополнительного профессионального образования в вузе, на наш взгляд, определяется многими условиями, в числе которых:

- стратегическое планирование развития дополнительного профессионального образования;
- создание и поддержание богатого ассортимента предлагаемых программ;
- использование разнообразных форм работы (очная, заочная, очно-заочная, дистанционная, гибридная, смешанная, стажировка);
- высокий уровень профессиональной компетентности профессорско-преподавательского состава;
- регулярное повышение квалификации профессорско-преподавательского состава, участвующего в реализации программ;
- привлечение к реализации программ высококвалифицированных специалистов-практиков сферы физической культуры и спорта;
- наличие материальной базы для реализации программ;
- социальное партнерство на разных уровнях: федеральном, региональном, муниципальном;
- высокий уровень заинтересованности руководителей физкультурно-спортивных организаций в качественном повышении квалификации тренерских кадров.

При реализации программ повышения квалификации магистральной линией деятельности СибГУФК стало взаимодействие с Федерациями видов спорта России. Алгоритм данного взаимодействия отражен в предлагаемой модели (рис. 1), которая раскрывает технологию разработки и реализации программ повышения квалификации, направленных на «совершенствование или получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в рамках уже имеющейся квалификации» [5].

Рисунок 1 – Модель взаимодействия СибГУФК со спортивными Федерациями России

В соответствии с предлагаемой моделью СибГУФК выстраивает взаимодействие с Федерациями видов спорта России по повышению квалификации тренерских кадров. В частности, университет активно сотрудничает с Федерацией гандбола России по реализации программ повышения квалификации тренеров разных категорий.

На первом этапе сотрудничества были разработаны три программы повышения квалификации для тренеров (табл. 1). Все программы включают три модуля, отражающих медико-биологические, психолого-педагогические и теоретико-методические аспекты спортивной подготовки. Вместе с тем, содержание каждой программы отражает специфику деятельности тренера, претендующего на определенную аттестационную категорию.

Таблица 1 – Программы повышения квалификации, реализуемые СибГУФК совместно с Федерацией гандбола России (с 2022 по 2024 годы)

№ п/п	Наименование программы / количество часов	Количество слушателей			ИТОГО
		2022	2023	2024	
1.	Современные аспекты теории и методики спортивной тренировки в гандболе (1 категория – тренеры команд любого уровня, включая главных тренеров команд суперлиги и национальных сборных команд) / 102 часа	2	-	11	**13**
2.	Современные аспекты теории и методики спортивной тренировки в гандболе (2 категория – тренеры детских, юношеских, молодежных и клубных команд первой, высшей и суперлиги, кроме главных тренеров команд суперлиги и национальных сборных команд) / 72 часа	6	78	22	**106**
3.	Современные аспекты теории и методики спортивной тренировки в гандболе (3 категория – тренеры детских, юношеских и молодежных команд) / 72 часа	24	115	54	**193**
	ИТОГО	32	193	87	**312**

Реализация программы осуществляется в смешанной форме: часть занятий проводится в онлайн формате, часть занятий проводится очно. Эффективность реализации данной программы достигается наличием достаточно большой доли очных практических занятий, которые проводят эксперты Федерации гандбола России. Итоговая аттестация проводится в форме собеседования с участием преподавателей университета и представителей федерации.

В результате такого сотрудничества за последние три года в обучении приняли участие более трехсот тренеров по гандболу из разных регионов России (рис. 2).

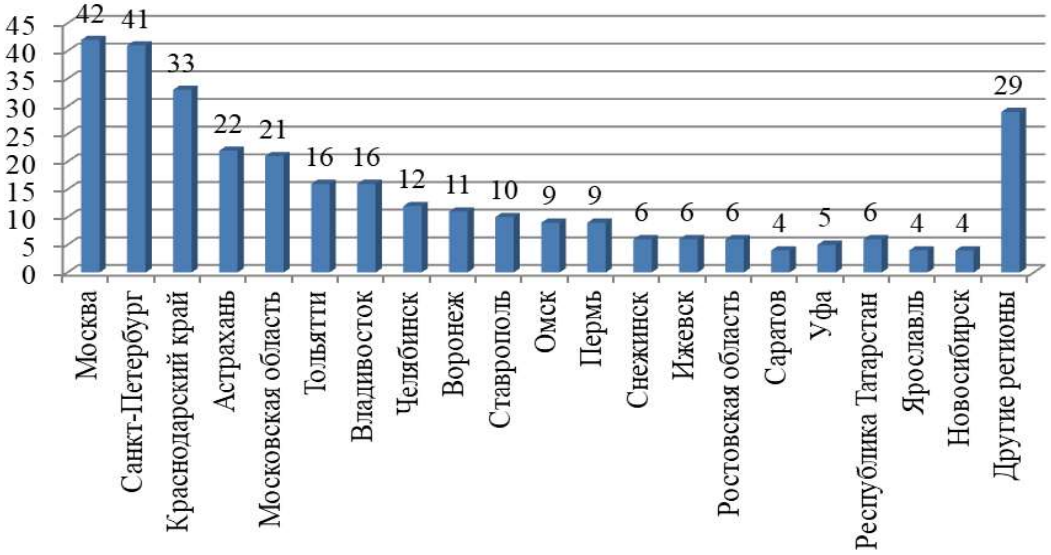


Рисунок 2 – Количество слушателей СибГУФК по регионам РФ (с 2022 по 2024 годы)

С 2023 года СибГУФК была проведена аналогичная работа по взаимодействию с Федерацией фигурного катания России. Совместно была разработана программа повышения квалификации «Актуальные проблемы подготовки фигуристов в фигурном катании на коньках», объемом 72 часа. В 2024 году в реализации программы приняли участие 37 тренеров по фигурному катанию из разных регионов России: ХМАО, ЯНАО, г. Новосибирск, г. Омск, г. Барнаул, г. Пермь, г. Кемерово, г. Воронеж, Челябинская область, Красноярский край, республика Коми, республика Башкортостан.

В настоящее время ведется работа с федерациями других видов спорта. Итоги работы показывают, что взаимодействие со спортивными федерациями

по разработке и реализации программ повышения квалификации тренеров является эффективной формой социального партнерства, способствует повышению качества реализации программ дополнительного профессионального образования в сфере физической культуры и спорта.

1. Государственная программа РФ «Развитие физической культуры и спорта» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru›Document/View/

2. Стратегия развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru›media/files/….pdf

3. Концепция подготовки спортивного резерва в Российской Федерации до 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru›media/files/….pdf

4. Методические рекомендации по совершенствованию системы дополнительного профессионального образования тренеров и иных специалистов физической культуры и спорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://base.garant.ru

5. Статья 76. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/

Щенникова М.Ю.
НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
Вишнякова Ю.Ю.
ФГБУ «Санкт-Петербургский научно-исследовательский институт физической культуры»
Овсюк Т.М.
НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург;
ФГБУ «Санкт-Петербургский научно-исследовательский институт физической культуры»

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ СПОРТА И ДВИГАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

Shchennikova M.Y.
Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health,
St. Petersburg
Vishnyakova Y.Y.
Federal State Budget Institution «Saint-Petersburg scientific-research institute for physical culture»
Ovsyuk T.M.
Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg;
Federal State Budget Institution «Saint-Petersburg scientific-research institute for physical culture»

HR POTENTIAL OF THE MOST POPULAR SPORTS AND MOTOR ACTIVITIES

Аннотация. В статье раскрыта кадровая проблематика в области физической культуры и двигательной активности населения. Представлен анализ социологических онлайн-опросов работодателей в Российской Федерации (далее – РФ). Показаны тенденции развития кадрового потенциала наиболее популярных видов спорта и двигательной активности в РФ. Представлено ранжирование видов спорта по числу занимающихся, по числу штатных работников в области физической культуры. Представлен сравнительный анализ развития видов спорта за период с 2014 по 2023 г.г. по данным статистических форм ФК-1 и ФК-5. Наглядно представлена востребованность в тренерских кадрах по приоритетным для организаций видам спорта в различных регионах РФ.

Ключевые слова: виды спорта; кадровый потенциал; социологические опросы; мониторинг.

Abstract. The article reveals personnel issues in the field of physical culture and physical activity of the population. An analysis of sociological online surveys of employers in the Russian Federation (hereinafter referred to as the RF) is presented. The trends in the development of personnel potential of the most popular sports and physical activity in the Russian Federation are shown. The ranking of sports according to the number of participants and the number of full-time employees in the field of physical education is presented. A comparative analysis of the development of sports for the period from 2014 to 2023 is presented. according to statistical forms FC-1 and FC-5. The demand for coaching staff in

priority sports for organizations in various regions of the Russian Federation is clearly presented.

Keywords: types of sports; human resources potential; sociological surveys; monitoring.

Введение. Отраслевые особенности сферы физической культуры и спорта характеризуется значительным разнообразием квалификаций как в силу широкого спектра видов спорта и двигательной активности, возрастных и половых особенностей контингента занимающихся, организационных форм проведения мероприятий, так и быстрого технологического развития спортивных сооружений, инвентаря и оборудования, массового использования гаджетов и внедрения удаленных онлайн форматов взаимодействия участников мероприятий, что требует формирования у специалистов соответствующих компетенций. Существующая ситуация планирования и реализации программ подготовки кадров недостаточно отражает данное разнообразие, повышение квалификации зачастую имеет направленность на определенную предметную область знаний, не ориентировано на востребованные практические умения и компетенции, новые и перспективные направления профессиональной деятельности.

Значимость решения кадровой проблемы обусловлена ее непосредственным влиянием на качество и доступность занятий физической культурой и спортом для населения, а, следовательно, и на удовлетворенность и увеличение количества занимающихся. Достижение целевых показателей Стратегии по увеличению количества граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, невозможно без развития кадрового потенциала физической культуры и спорта, что обуславливает необходимость повышения взаимосвязи системы подготовки и повышения квалификации кадров с запросами рынка труда. При этом, отмечается недостаточность учитывающих отраслевые особенности занятости знаний о текущей и перспективной потребности в квалификациях и компетенциях специалистов.

Потенциал социологических онлайн опросов работодателей позволяет получить информацию не только о качественных и количественных показателях потребности в специалистах, выявить общие тенденции потребности в развитии кадрового потенциала, обеспечить охват респондентов из различных регионов Российской Федерации, а также по результатам анализа, обобщения и систематизации полученных результатов обосновать современные отраслевые подходы развития кадрового потенциала по программам подготовки и повышения квалификации кадров с учетом актуальной текущей и перспективной потребности в квалификациях и компетенциях специалистов в разрезе видов организаций, видов спорта и двигательной активности, регионов. Актуальное представление о ситуации на рынке труда требует регулярного мониторинга с целью оценки текущей и перспективной потребности в кадрах с разным уровнем профессиональной подготовки.

Цель исследования. Определить тенденции развития кадрового потенциала наиболее популярных видов спорта и двигательной активности в Российской Федерации.

Методы: теоретический анализ и обобщение данных федерального статистического наблюдения, опрос.

Результаты. Для изучения динамики развития видов спорта и двигательной активности (далее – ВС и ДА) сравнивались данные федерального статистического наблюдения по формам 1-ФК и 5-ФК за 2014 и 2023 годы, потребность в тренерах и тренерах-преподавателях по видам спорта по данным социологических опросов работодателей 2023 и 2024 годов, объемы выпуска специалистов по видам спорта в образовательных организациях, подведомственных Минспорту России [1,2].

По данным федерального статистического наблюдения в Российской Федерации в 2014 году выделены 125 видов спорта, прикладные виды спорта, 5 национальных видов спорта. В 2023 году выделены 178, в том числе 141 вид спорта, 2 прикладных вида спорта, 8 национальных видов спорта, 23 вида спорта, признанных в Российской Федерации, 5 иных видов двигательной активности. В числе 21 добавившихся видов спорта: воздушно-силовая гимнастика (воркаут), пилонный спорт, функциональное многоборье, гонки с препятствиями, роул скиппинг (спортивная скакалка), роллер спорт, скейтбординг, серфинг, ездовой спорт, спортивное метание ножа, страйкбол, всестилевое карате, киокушин, кудо, компьютерный спорт, спортивное программирование, виды адаптивного спорта – спорт глухих, спорт лиц с нарушениями интеллекта, спорт слепых, спорт лиц с поражениями опорно-двигательного аппарата, футбол лиц в заболеваниями ЦП.

По количеству штатных работников ВС и ДА выделенные в 2023 году можно разделить на несколько групп: менее 100 штатных работников – 59 ед., от 101 до 250 штатных работников – 29 ед., от 251 до 1000 работников – 48 ед., более 1000 штатных работников – 27 ед. Не имеют штатных работников 15 ВС и ДА.

В число наиболее популярных видов спорта и двигательной активности (далее ВС и ДА) включались ВС и ДА, которыми суммарно занимаются более 50% (первая группа) и в которых работают более 50% штатных работников физической культуры и спорта (вторая группа). При анализе данных формы ФК-1 за 2023 год из анализа исключен вид спорта «спортивное программирование» из-за парадоксальных значений. В первую группу вошли 12 ВС и ДА (таблица 1), которые суммарно насчитывают 19 379,2 тыс. занимающихся, что составляет 50,1% от общего численности занимающихся ВС и ДА, в этих ВС и ДА суммарно работают 48,5 тыс. чел, что составляет 40,1%. Между 27 ВС и ДА распределились 70,3% от общей численности занимающихся, в этих ВС и ДА суммарно работают 77,5 тыс. чел, что составляет 65,4%.

Таблица 1. – Анализ данных статистической формы ФК-1 за 2023 год первой группы видов спорта и двигательной активности

№ п\п	ВС и ДА	Число занимающихся	доля	Соотношение	Прирост в период с 2014	Прирост %
1	футбол	3 408 327	9,0	329	833 700	132,4
2	плавание	2 764 264	7,3	295	1 118 837	175,5
3	волейбол	2 537 055	6,7	285	551 511	177,8
4	легкая атлетика	2 066 097	5,4	239	686 433	149,8
5	баскетбол	1 821 263	4,8	273	246 658	115,7
6	фитнес аэробика	1 637 908	4,3	317	726 511	179,7
7	лыжные гонки	1 085 012	2,9	229	137 335	114,5
8	шахматы	1 058 243	2,8	204	479 154	182,7
9	настольный теннис	857 871	2,3	253	101 030	113,3
10	вело и пешие походы	764 091	2,0	26681	337 196	179,0
11	хореография	708 011	1,9	438	272 140	162,4
12	хоккей	671 019	1,8	169	142 853	127,0
	12 ВС и ДА	19 379 161	53,2			
	27 ВС и ДА	26 730 287	0,3			

Во вторую группу вошли 13 ВС и ДА (таблица 2), в которых суммарно работают 60118 чел., что составляет 50,8% от общего числа работников по ВС и ДА, этими ВС и ДА занимаются 17 753,7 тыс. занимающихся, что составляет 46,7%. 83,7 тыс. тренеров и тренеров-преподавателей по 32 ВС и ДА составляют 70,7% от общей численности.

Таблица 2. – Анализ данных статистической формы ФК-1 за 2023 год второй группы видов спорта и двигательной активности

№ п\п	ВС и ДА	Число занимающихся	доля	Соотношение	Прирост в период с 2012	%
1	футбол	10366	8,8	239	-387	96,4
2	волейбол	6426	5,4	285	-532	92,4
3	спортивная борьба	5823	4,9	69	889	118,0
4	плавание	5748	4,9	295	406	107,6
5	легкая атлетика	5094	4,3	239	-678	88,3
6	баскетбол	5056	4,3	273	-721	87,5
7	хоккей	3891	3,3	169	757	124,2
8	дзюдо	3675	3,1	83	21	100,6
9	лыжные гонки	3615	3,1	229	-517	87,5
10	художественная гимнастика	2973	2,5	53	396	115,4
11	шахматы	2557	2,2	204	-282	90,1
12	самбо	2510	2,1	95	410	119,5
13	настольный теннис	2384	2,0	253	-611	79,6
	13 ВС и ДА	60118	50,8			
	32 ВС и ДА	83701	70,7			

9 ВС и ДА совпадают в группах, в первой группе присутствуют фитнес-аэробика, хореография, вело и пешие походы, во второй группе – спортивная борьба, дзюдо, самбо, художественная гимнастика.

ВС и ДА, по которым отмечается наибольший прирост и снижение численности тренеров за последние 10 лет представлены в таблице 3.

Таблица 3. – Анализ численности штатных работников (ШР) – тренеров по виду спорта

№ п\п	ВС и ДА	Изменение численности ШР, чел.	Доля от общей численности ШР в 2014 году, %	Прирост численности занимающихся, чел.
1	Спортивная борьба	889	18,0	60 934
2	Теннис	759	66,9	17 519
3	Хоккей	757	24,2	142 853
4	Тхэквондо	670	44,6	184 716
5	Фигурное катание на коньках	530	45,4	134 736
6	Самбо	410	19,5	210 953
7	Плавание	406	7,6	1 188 837
8	Художественная гимнастика	396	15,4	123 851
9	Смешанные боевые единоборства	343	562,3	104 804
10	Чир спорт	295	117,1	36 851
11	Джиу джитсу	293	177,6	42 163
12	Бадминтон	203	29,3	117 641
…..				
113	Спортивная гимнастика	-232	-10,7	34 857
114	Карате	-235	-13,7	34 312
115	Танцевальный спорт	-275	-18,9	73 467
116	Шахматы	-282	-9,9	479 154
117	Футбол	-387	-3,6	833 700
118	Спортивная аэробика	-491	-35,4	-46 264
119	Лыжные гонки	-517	-12,5	137 335
120	Волейбол	-532	-7,6	551 511
121	Фитнес аэробика	-584	-20,3	726 511
122	Настольный теннис	-611	-20,4	101 030
123	Легкая атлетика	-678	-11,7	686 433
124	Баскетбол	-721	-12,5	246 658

В 2023 году был проведен социологический онлайн-опрос, в котором приняли участие представители 685-ти организаций сферы физической культуры и спорта (далее – организации) из 59 субъектов Российской Федерации. Ответы респондентов формировались по нескольким направлениям, отражающих особенности организаций-участниц: сведения об организации, текущая и перспективная потребность организации в работниках, кадровая политика.

Охарактеризовать организации-респонденты по типу организации можно следующим образом: 60,5% – муниципальные организации; 37,8% – государственные организации; 0,87% – смешанный тип организаций; 0,72% – частные организации.

По видам организаций респонденты разделились: 88 % – относятся к организациям и учреждениям физической культуры и спорта; к организациям дополни-

тельного образования детей относится 60 %; к категории предприятия, организация, учреждение – 15 %; 12 % – образовательные организации; 8,9 % являются спортивными сооружениями; в категорию «другие организации (в том числе АФК и АС)» вошел 2,1 %; аппараты физкультурно-спортивных организаций всех уровней (физкультурно-спортивных обществ и организаций, федераций, ассоциаций, союзов по видам спорта) – 1,1%; к физкультурно-спортивным клубам относится 0,9 %.

Общее количество штатных сотрудников в организациях дополнительного образования детей составило 52,2%; в предприятиях, организациях, учреждениях – 24,7%; в образовательных организациях – 10,6%; в спортивных сооружениях – 8,2%; в категории «другие организации (в том числе АФК и АС)» – 1,8%; физкультурно-спортивные клубы –0,8%; в аппараты физкультурно-спортивных организаций всех уровней – 0,1%.

Наиболее высокий процент дополнительной потребности составило 37,7% в должности тренер, тренер-преподаватель по виду спорта; 16,1% – в должности «инструктор»; далее – 14,9% «инструктор-методист».

Наибольшая потребность в тренерских кадрах в 2023 году выявлена в виде спорта легкая атлетика и составляет 7,8% от общей кадровой потребности на 2023 год, далее следуют виды спорта плавание – 7,2%; лыжные гонки– 6,0%; баскетбол, волейбол, хоккей– по 5,6% соответственно; далее следуют футбол и бокс – по 5,3%.

Ели рассматривать кадровую потребность под призмой общего числа штатных сотрудников организаций-респондентов (46,4 тыс. человек), то общая потребность составляет 1,9% по данным 685 организаций.

Кадровая потребность в тренерских кадрах организаций, принявших участие в опросе в 2023 году, на примере избранных видов спорта: футбол, плавание, волейбол, легкая атлетика, баскетбол, лыжные гонки, шахматы, настольный теннис, на период до 2030 года, суммарно составляет 39,4% от общей кадровой потребности.

Заключение. В результате проведенного анализа удалось определить тенденции развития кадрового потенциала наиболее популярных видов спорта и двигательной активности в различных регионах Российской Федерации.

Проведенные социологические онлайн опросы работодателей доказали свою информативность не только в обобщенных показателях, но и позволили определить актуальное состояние кадровой потребности в локальных регионах РФ с высоким уровнем числа респондентов. Данный мониторинг рынка труда позволяет достоверно оценивать текущий и перспективный уровень кадровой востребованности в специалистах, обладающих компетенциями, учитывающих вид организации, вид спорта и двигательной активности, а также региональные особенности реализуемых видов спорта в регионе, в том числе базовых видов спорта.

1. Приказ Росстата от 23.06.2023 № 303 «Об утверждении формы федерального статистического наблюдения с указаниями по ее заполнению для организации Министерством спорта РФ федерального статистического наблюдения в сфере физической культуры и спорта».

2. Приказ Росстата от 18.09.2023 № 445 «Об утверждении формы федерального статистического наблюдения с указаниями по ее заполнению для организации Министерством спорта РФ федерального статистического наблюдения за деятельностью организаций, осуществляющих спортивную подготовку или обеспечивающих подготовку спортивного резерва».

Ярош А.М.
Государственное учреждение образования «Средняя школа № 16 г. Мозыря»

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧИТЕЛЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ЗДОРОВЬЯ В УЧРЕЖДЕНИИ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Yarosh A.M.
State educational institution “Secondary school No. 16 of Mozyr”

DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF A PHYSICAL EDUCATION AND HEALTH TEACHER IN A GENERAL SECONDARY EDUCATION INSTITUTION

Аннотация. В статье проанализированы особенности развития профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья в учреждении общего среднего образования, раскрывается роль системы повышения квалификации педагогов, значение аттестации педагогических работников, роль самообразования, участие в конкурсах профессионального мастерства педагогических работников.

Ключевые слова: профессиональная компетентность; повышение квалификации; аттестация педагогов; самообразование.

Abstract. The article analyzes the features of the development of professional competence of a physical education and health teacher in a general secondary education institution, reveals the role of the system of advanced training of teachers, the importance of certification of teaching staff, the role of self-education, participation in competitions of professional skills of teaching staff.

Keywords: professional competence; advanced training; teacher certification; self-education.

Философ и психолог У. Джемс писал, что обновление нации всегда начинается в головах мыслящих, медленно распространяясь и постепенно спускаясь в низы общества. Учителя, можно сказать, держат в своих руках будущую судьбу страны; а потому та страстность и настойчивость, с какими они стремятся к просвещению и к развитию своих сил, должны служить показателем способности народа ко всякого рода успехам в духовной области [1].

Учитель физической культуры призван решать широкий круг задач по всестороннему гармоническому развитию личности учащихся. Воспитательные функции специалиста физического воспитания, следовательно, далеко не исчерпываются руководством физическим образованием и воспитанием физических способностей; он несет ответственность перед обществом за воспитание полноценных членов общества – активных деятелей общественного развития. Отсюда вытекают и требования к личности самого учителя физической культуры и здоровья [2].

Следует отметить, что одним из факторов, определяющих качество образования, является содержание предметных компетенций учителя физической культуры и здоровья. Они представляют собой педагогическую адаптированную систему: на-

учных знаний; способов деятельности (умения действовать по образцу); опыта творческой деятельности в форме умения принимать эффективные решения в проблемных ситуациях; опыта эмоционально-ценностного отношения к природе, обществу и человеку [3].

Очень важным является тот факт, что развитие профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья в учреждении общего среднего образования – это развитие творческой индивидуальности, формирование восприимчивости к педагогическим инновациям, способностей адаптироваться в меняющейся педагогической среде. Вполне закономерно и то, что от профессионального уровня педагога напрямую зависит социально-экономическое и духовное развитие общества. Постоянные изменения, происходящие в современной системе образования, создают предпосылки для систематического повышения квалификации и профессионализма учителя физической культуры и здоровья, то есть его профессиональной компетентности. Актуальным является то, что основной целью современного образования является соответствие актуальным и перспективным потребностям личности, общества и государства, подготовка всесторонне развитой личности гражданина своей страны, способной к социальной адаптации в обществе, началу трудовой деятельности, самообразованию и самосовершенствованию. Неоспоримым является тот факт, что свободно мыслящий, прогнозирующий результаты своей деятельности и моделирующий образовательный процесс учитель физической культуры и здоровья является гарантом достижения поставленных целей. Поэтому совершенно не случайно в настоящее время повысился спрос на квалифицированную, творчески мыслящую, конкурентно способную личность учителя физической культуры и здоровья, способную воспитывать учащихся в современном, динамично меняющемся мире.

Одним из приоритетных направлений развития профессиональной компетентности современного учителя физической культуры и здоровья является система повышения квалификации. Следует отметить, что активно проходит обучение педагогов на курсах повышения квалификации раз в 3 года и профессиональной переподготовки по актуальным проблемам преподавания учебного предмета «физическая культура и здоровье», а также проведения учебных занятий с учащимися, отнесенных по состоянию здоровья к специальной медицинской группе.

Очень важным и актуальным аспектом в наше время является аттестация педагогических работников на соответствие занимаемой должности и квалификационную категорию. Совершенно не случайной является основная задача аттестации – стимулирование роста профессионализма и продуктивности педагогического труда. Большое значение в педагогической деятельности учителя физической культуры и здоровья имеет межаттестационный период, где поле деятельности для совершенствования уровня педагогической деятельности не имеет границ. Особенно перспективным направлением в аттестации учителей физической культуры и здоровья является поэтапное повышение квалификационной категории с завершающим присвоением категории «учитель-методист».

Огромную роль в развитии профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья играет самообразование педагогов. Ведь научить учиться может только тот педагог, который сам совершенствуется на протяжении всей своей

педагогической деятельности. В современных условиях учитель физической культуры и здоровья для реализации задач самообразования должен изучать современные психологические и педагогические методики, участвовать в семинарах, мастер-классах, конференциях, посещать уроки коллег, знакомиться с современной педагогической и методической литературой, использовать в своей педагогической деятельности интернет-ресурсы, демонстрировать собственный педагогический опыт, уделять большое внимание собственному здоровью.

Следует отметить, что особую роль в процессе профессионального самосовершенствования учителя физической культуры и здоровья играет инновационная деятельность, определяющая готовность педагога к инновациям.

Одним из важных путей развития профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья является участие в республиканском конкурсе профессионального мастерства педагогически работников «Учитель года Республики Беларусь».

При этом следует иметь в виду, что для успешного развития профессиональной компетентности учитель физической культуры должен осознать необходимость повышения уровня собственных профессиональных качеств. Очевидным становится тот факт, что воспитать учащихся с современным мышлением, способных успешно самореализоваться в жизни, могут только учителя физической культуры и здоровья, обладающие высоким профессионализмом. Важно иметь в виду, что в понятие «профессионализм» входят не только профессиональная, коммуникативная, информационная и правовая составляющие компетентности учителя физической культуры и здоровья, но и личностный потенциал педагога, система его профессиональных ценностей, его убеждения, установки, в целостности, дающие качественные образовательные результаты.

Таким образом, в современных условиях требования к профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья в учреждениях общего среднего образования предъявляет не только новый государственный школьный стандарт, но и время, в котором мы живем. И в этом случае актуальными являются очень важные и правильные слова русского педагога, писателя, основоположника научной педагогики в России, Константина Дмитриевича Ушинского, который считал, что: «В деле обучения и воспитания, во всем школьном деле ничего нельзя улучшить, минуя голову учителя. Учитель живет до тех пор, пока он учится. Как только он перестает учиться, в нем умирает учитель».

1. Джемс, У. Психология в беседах с учителями / У. Джемс. – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
2. Матвеев, Л. П. Теория и методика физической культуры (введение в теорию физической культуры; общая теория и методика физического воспитания) : учеб. для высших учеб. заведений физкультурного профиля / Л. П. Матвеев. – 4-е изд. – М.: Спорт, 2021. – 520 с.
3. Хуторской, А. В. Педагогика: учеб. для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2019. – 608 с.

СОДЕРЖАНИЕ

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА ИНДУСТРИИ СПОРТА

Адамина Д.Д. Влияние спортивного маркетинга на поведение потребителей 3

Воеводина С.С., Турбин А.Ю. Спортивная инфраструктура региона в системе развития физической культуры и спорта 7

Гёзалян А.Г. Спортивный менеджмент как необходимая специальность в Армении 12

Иванова И.В., Лебедь А.А. Роль спортивного права в Республике Беларусь 14

Игнатович Д.В., Сковорода Е.В. Внебюджетная деятельность государственных спортивных клубов в Республике Беларусь 20

Каган О.Ф. Цифровые технологии в деятельности организации ФКиС 23

Кринко Я.С. Анализ влияния брендинга на успех спортивных команд организаций 28

Кузьма Е.К. Мерчандайзинг как элемент формирования комьюнити в спорте 32

Кучинская Е.А. Инновации в спортивном маркетинге 36

Лесецкая Я.И. Анализ формирования сильного бренда и его идентичности в спортивных клубах 39

Мартинчик Е.С. Социальные медиа и их влияние на популяризацию спорта и брендов 44

Сакович Д.П. Маркетинг спортивных мероприятий 47

Скрипченко Л.В. Эко-маркетинг в спортивной индустрии 52

Стефанович Е.В. Использование маскота как эффективного инструмента спортивного маркетинга 56

Юшкевич Е.И. Социальные сети в спортивном маркетинге 60

Якубик Д.С. Маркетинг в спорте: стратегии успеха и привлечения фанатов 63

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ИНСТРУМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Gu Zhuangzhuang. Research on precision exercise prescription development based on traditional chinese medicine constitution and genomics 69

Li Mengyao. Opportunities, values and inspirations for promoting sustainable development in chinese sports under the background of the new era 71

Wu Wenhai, Su Shuijun. Water safety: focus, strategy, implementation – nvivo-based text analysis 78

Берсенева Т.П., Пальчиковская П.Д. Социокультурные факторы и их влияние на состояние танцевального спорта в Омской области 89

Дворкина Н.И., Бойко Т.В. Влияние занятий силовым фитнесом на физическое состояние женщин 25–30 лет в условиях физкультурного клуба 98

Деговцев Н.С. Спорт как сфера формирования самооценки 101

Романенко Н.И., Шахбанова О.Р., Попова Э.С. Влияние занятий фитбол-гимнастикой на развитие гибкости и равновесия у детей 8–9 лет 104

Семенов А.С., Шумихина И.И., Гуштурова И.И. Методика развития координационных способностей у мужчин зрелого возраста 35–40 лет, занимающихся айки-кен 107

Сошко Н.И., Лещинская Д.С. Пилатес как средство формирования здорового образа жизни 111

Терентьев К.А., Смольникова В.И. Инновационные подходы для реализации целей устойчивого развития в подготовке кадров спортивного профиля (из опыта работы УО «БГУОР») 113

Трифонова М.В., Кудяшева А.Н. Комплекс упражнений для развития подвижности тазобедренного сустава у девушек 18–20 лет танцевального коллектива «O BLIK» 118

Хроменкова Е.В. Темпы прироста показателей уровня развития двигательных способностей детского населения Республики Беларусь 127

Чжан Цинюнь, Куан Маньлин. Анализ фитнес-ценности йоги 132

ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА, РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ

Latyshev O., Pavlovich S., Luisetto M. Propaganda of sports, physical education and healthy lifestyle of the artist Alexander Aleksandrovich Deineka 136

Барановский Д.В. Туристический потенциал детского санатория «Свислочь» 141

Бескостова А.А., Ткаченко Т.Н. Медицинский туризм в Смоленской области: ключевые направления и тенденции развития 144

Бутько А.В. Рекреационный потенциал Чашникского района в системе туристических ресурсов Витебской области 150

Буханова О.Н. Творчество как элемент профессиональной подготовки студентов колледжа специальности «Туризм» 153

Гордеев Ю.А. Методические подходы к формированию эффективной инфраструктуры в системе управления региональным туризмом 157

Дранкевич О.Г., Салей Р.С. Анализ способов продвижения услуг ОАО «Авиакомпания “Белавиа”» 164

Кожухова Е.Д., Высоцкая Л.В. Тенденции развития туризма
в Российской Федерации в современной обстановке 167

Ли Чон Ку, Лешук С.В. Инновационный маркетинг в спортивном туризме 172

Матасова А.К., Евсеева М.Э. Особенности формирования экскурсионного
маршрута для глухих и слабослышащих людей 177

Романова О.В., Андросова Е.В. Разработка программы потребительской
лояльности гостиничного комплекса «Орбита» 180

Савицкая Ю.В., Сазонова А.В., Врублевская В.И. Современные особенности
трансформации туристической отрасли с использованием
цифровых технологий 186

**ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ
И РАЗВИТИЯ СПОРТА И ТУРИЗМА**

Chen Lu. Sports and tourism: a study on the kung fu training journey
in China under the historical and cultural context – a case study of Henan province 190

Kuang Manling, Zhang Qingyun, Huang Shiyu. Reflecting on the evolution
of value of chinese wushu routines from the evolution of bayu wushu culture 197

Li Ke. The formation and development of sports tourism in new China
from a historical perspective 201

Liu Yixi. Exploring the formation and development history
of sports tourism in China 207

Александрова О.В., Соломахин О.Б., Уразгильдеева В.Ф. Эволюция
оборудования для тренировок и проведения соревнований по армрестлингу 214

Белюков Д.А. Физическая культура и спорт в городе Великие Луки
Псковской губернии в начале XX века (по воспоминаниям Д.А. Крадмана)..... 218

Буйко Т.Н., У Сяоянь. Философия человеческой телесности:
китайская традиция и европейская постклассика 222

Бутрехин Ю.А., Коновалов В.Н. История развития велоспорта-шоссе
в мире и России 227

Ефременков К.Н., Терехова А.А. Историческая оценка конкурсов искусств,
проходивших во время Олимпийских игр 233

Ли Сяолун, Михеев А.А. Китайские традиционные национальные
виды спорта: история и современность 240

Люкевіч Ул.П. Філасофія футбола. Прэзідэнты ФІФА. Рабэр Герэн 245

Сидорова С.О. Исторические аспекты становления
лечебно-профилактических и курортных учреждений Республики Беларусь 251

Цымбалюк Е.А. Специфика культурологической подготовки студентов
спортивного университета 255

ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ, ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ ОТРАСЛИ «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ТУРИЗМ»

Muratov J. Improving the competence of physical education teachers in the field of physiology 258

Niu Qingyi. Research on the influencing factors of job satisfaction of middle school physical education teachers based on the hierarchy of needs theory 261

Вонсович Л.В. Использование инновационных технологий в преподавании социально-гуманитарных дисциплин (на примере ИПКиП Белорусского государственного университета физической культуры) 267

Кирсанова О.Г. К вопросу об организации профессионального образования руководителей и сотрудников учреждений физической культуры и спорта: опыт Смоленского государственного университета спорта 271

Колмогорова Е.К., Кравчук Т.А., Колмогорова Н.В. Организационные структуры и формы научно-исследовательской работы обучающихся в вузах физической культуры и спорта России..... 278

Логвина Т.Ю., Баркова В.В. Актуальные вопросы системы повышения квалификации в реализации социально-образовательной интеграции обучающихся с особенностями психофизического развития 286

Луцевич О.И., Смотрицкий А.Л., Зайцев В.М. Развитие спортивного педагогического образования в Республике Беларусь 290

Ничипорко Н.Н., Ничипорко С.Ф. Физкультурно-оздоровительная технология пилатес в системе непрерывного образования в сфере физической культуры и спорта..... 293

Ню Йиндон, Яковлев А.Н. Организационно-методическое сопровождение подготовки физкультурных кадров в вузах Беларуси и Китая 298

Овчаров В.С. Компетентность физкультурных педагогических кадров учреждений общего среднего образования: алгоритм определения и оптимизация деятельности 304

Подлисских В.Е., Гусарова О.А. Разработка компетентностной модели технико-тактической подготовленности инструкторов-методистов по туризму – выпускников учреждения высшего образования 309

Рукавицына С.Л., Самойленко Н.С. К вопросу планирования педагогического эксперимента в исследованиях по физической культуре и спорту 317

Самойлова В.А. Влияние глобализации на подготовку педагогических кадров: вызовы и перспективы 321

Смотрицкий А.Л., Смотрицкая Г.Е. Результаты диагностики структуры мотивации тренеров по баскетболу в системе дополнительного образования взрослых 324

Солтанович Л.Л., Санько О.А. Статистический анализ тестовых шкал (на примере дисциплины «Спортивная метрология») 327

Хармонова А.А., Шукаева А.В. Оценка креативных способностей студентов спортивных и гуманитарно-педагогических вузов 331

Чусовитина О.М. Взаимодействие со спортивными федерациями как условие совершенствования системы повышения квалификации тренерских кадров 333

Щенникова М.Ю., Вишнякова Ю.Ю., Овсюк Т.М. Кадровый потенциал наиболее популярных видов спорта и двигательной активности..... 338

Ярош А.М. Развитие профессиональной компетентности учителя физической культуры и здоровья в учреждении общего среднего образования 344

Научное издание

ЦЕННОСТИ, ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СПОРТА

Материалы III Международного научного конгресса

14–15 ноября 2024 г.

В трех частях

Часть 3

В авторской редакции

Компьютерная верстка *Е. Э. Сафаровой*

Подписано в печать 11.11.2024. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 20,2. Уч.-изд. л. 18,6. Тираж 100 экз. Заказ 65.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий
№ 1/153 от 24.01.2014.
Пр. Победителей, 105, 220020, Минск.