

SOCIAL-ECONOMICAL ASPECTS OF INTERACTION OF SPORTS AND POLITICS IN THE TRANSFORMATION SOCIETY.

Olexiy LEVCHENKO

Kharkiv State Academy of Physical Culture

Abstract. The article is devoted to the problem of interaction between sports and politics in the social-economical aspects. Analysis of sociological research in Italy, using the modern methods, showed that there is confrontation between professional sports and politics. On author's opinion, it is not only in Italy. Ukrainian societies have been transformed.

Key words: social-economical aspects, transformation society, sports and politics.

МОДЕЛЬ ІМІДЖУ УКРАЇНСЬКОГО СПОРТУ, СФОРМОВАНА НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Олена САДОВНИК

Львівський державний інститут фізичної культури

Актуальність. У сучасному комунікаційному середовищі масове уявлення будь-який об'єкт формують засоби масової комунікації (ЗМК). Чи буде це уявлення позитивним чи негативним, залежить не стільки від об'єктивних факторів, скільки від того, як подадуть інформацію про об'єкт оператори, коментатори, кореспонденти, редактори. "Про людину повинні говорити інші люди". І це повідомляє уявленню спеціалістів, які трактують імідж як зовнішній образ певного об'єкту [1, 5].

Імідж – об'єктивний фактор, який відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища чи процесу [2]. Це мислене уявлення про певний об'єкт, яке спрямовано формується чи утворюється стихійно [4].

Часто імідж є результатом свідомої роботи. Особливо це стосується ситуацій, де імідж є частиною професійного успіху. Найбільше значення формуванню позитивного суспільного уявлення приділяють у політиці, поп-культурі та бізнесі [3, 4]. А також у професіональному спорті, де імідж спортсмена є брендом, який приноситиме значні прибутки. В олімпійському ж спорті соціальне уявлення про спортсменів найчастіше утворюється стихійно.

Мас-медіа мають дві суттєві можливості впливу на формування іміджу об'єкту: зміна новин та зміна їх важливості. Як результат, інформація може бути прихованою, а також може бути змінено її статус. Це здійснюється шляхом зміщення акценту на іншу інформацію, акцентування на негативі або, навпаки, висвітлення подій у спосіб, який має сприятливий характер. Так, ЗМК виконують роль воротаря, що вирішує, які повідомлення пропускати до споживача, а які ні. В цілому мас-медіа будують свою

картинку дійсності, масштаби та сутність якої не співпадають з реальними вимірами [5, 6]. Таким чином, у свій спосіб інтерпретуючи дійсність, ЗМК спричиняє створення медіареальності, яка в свою чергу впливає на формування масової свідомості – уявлення, оцінки дійсності, смаків.

Формування ЗМК смаків щодо привабливості певних видів спорту, як правило, відбувається з урахуванням комерційних інтересів спортивних проектів. Тому частіше при висвітленні спортивних подій не враховується той факт, що спортивний імідж країни є однією з головних складових загального іміджу держави. Разом з дипломатами, політиками та відомими діячами культури уявлення про будь-яку країну створюють спортсмени. Останнє передусім стосується України: негативному політичному та економічному іміджу нашої держави за кордоном протистоїть уявлення про Україну як потужну спортивну державу.

Цим і зумовлено наше дослідження, метою якого є визначення іміджевих характеристик українського спорту у друкованих засобах масової комунікації.

Методи дослідження: аналіз літературних джерел, узагальнення практичного досвіду, структурно-змістовний аналіз, опитування (анкетування, інтерв'ю), метод абстрагування, метод логічних висновків.

Результати дослідження та їх обговорення. З метою виявлення іміджевих характеристик українського спорту нами було проаналізовано спеціалізовані спортивні видання України “Весь Спорт”, “Команда” та “Спортивна газета”. При формуванні моделі іміджу українського спорту було враховано відповіді респондентів-експертів (заслужених тренерів України з різних видів спорту, спортсменів вищої кваліфікації, викладачів професійно орієнтованих дисциплін вищих навчальних закладів фізкультурного профілю та факультетів фізичного виховання педагогічних університетів, спортивних журналістів та постійних читачів спеціалізованої спортивної преси) щодо іміджевих аспектів спорту України. Виділені приклади було узагальнено на їх основі сформовано модель, в основі якої лежать позитивні та негативні характеристики.

Негативні іміджеві характеристики українського спорту:

1. Недостатнє фінансування галузі спорту в Україні. З цієї причини витікають такі наслідки, як:

1.1. Недосконалість наявних умов для тренування спортсменів високого класу

- Спортсмени, які представляють збірні команди України на змаганнях міжнародного рівня, проходять підготовку на об'єктах, які часто не відповідають мінімальним необхідним вимогам.
- Проблеми зі спортивним обладнанням.
- Незадовільний рівень науково-методичного, медичного та фармакологічного забезпечення спорту вищих досягнень.

1.2. Недосконалість наявних умов для залучення дітей до занять спортом у загальноосвітніх школах та підвищення спортивної майстерності талановитої молоді у дитячо-юнацьких спортивних школах. Втрата багатьох спортивних традицій, у першу чергу у масовому спорті.

Недосконалі умови для занять спортом дітей та молоді, незначна кількість масових спортивних заходів є причиною зменшення кількості дітей, які прагнуть займатися у спортивних секціях, а отже, зменшується основа піраміди спорту вищих досягнень, величина якої є передумовою для відбору найталановитіших спортсменів, які в свою чергу є потенційними чемпіонами та рекордсменами.

2. Проблема з тренерськими кадрами.

- Велика кількість кваліфікованих та досвідчених українських тренерів працює за кордоном.
- Не мають бажання працювати за спеціальністю молоді тренери-викладачі – випускники вищих навчальних закладів фізкультурного профілю. Дефіцит молодих спеціалістів – найбільша проблема ДЮСШ.
- В Україні футбольні клуби, які входять до Професіональної футбольної ліги, зазвичай мають кошти оплатити роботу тренерів. Але заради швидких результатів президенти футбольних клубів запрошують до співпраці західних спеціалістів.

3. Перехід у закордонні клуби та національні збірні інших країн елітних українських спортсменів, прийняття спортсменами України іноземного громадянства.

4. Незначна кількість престижних міжнародних турнірів з видів спорту, які проводять в Україні. Перешкоди та недоліки при організації масштабних спортивних заходів.

5. Допінгові скандали за участю українських спортсменів.

6. Скандальна та неетична поведінка спортсменів, тренерів та спортивних функціонерів під час змагань та поза межами спортивних арен.

7. Проблема необ'єктивного суддівства та нечесної гри.

8. Космополітизм та відсутність почуття патріотизму багатьох українських спортсменів.

9. Низький рівень розвитку більшості видів спорту у країні в цілому. Наявність одного лідера і великої кількості команд чи спортсменів-представників індивідуальних та індивідуально-командних видів спорту, рівень яких є нижчим за середній.

10. Недостатньо якісна робота спортивних мас-медіа у популяризації спорту та створенні позитивного іміджу українського спорту та спортсменів.

- Засоби масової комунікації приділяють недостатню увагу багатьом видам спорту, в яких українські спортсмени досягли визначних результатів і є світовими лідерами (плавання, гімнастика, легка атлетика, фехтування, стрільба та інші). Але навіть у наявних матеріалах, як правило, повідомляють лише про подію та результат, і майже нічого про особистість спортсменів та їх тренерів.
- Переважна більшість матеріалів у ЗМК присвячена футболу, а також професійним видам спорту, де українські спортсмени участі не беруть. Натомість ні національна збірна України з футболу, ані окремі клуби не показують високих результатів на міжнародній арені. Тому уявлення про невисокий рівень футболу переноситься на весь український спорт.
- Немає чіткої політики державних тренерів та функціонерів щодо спілкування з пресою.

Позитивні іміджеві характеристики українського спорту:

1. Талановиті спортсмени, які є світовими лідерами у своїх видах спорту, дисциплінах виду спорту.

1.1. Спортсмени-фанати своєї справи, які всупереч обставинам перемагають на найпрестижніших міжнародних змаганнях та своїми перемогами представляють Україну як потужну спортивну державу.

1.2. Спортсмени, які уособлюють найкращі людські якості і своїм

професіоналізмом, а також поведінкою, манерами та зовнішнім виглядом формують позитивний імідж культурної та освіченої людини.

2. Наявність в Україні професійних тренерів з видів спорту та навчальних закладів, де готують тренерські кадри.

2.1. Наявність відомих у всьому світі шкіл з видів спорту (школи Дерюгіних, Лобановського, Турчина).

2.2 Підготовка тренерських кадрів та арбітрів.

3. Добročинність українських спортсменів.

4. Якісна організація та промоушн міжнародних турнірів з видів спорту.

5. Розвиток в Україні масового та дитячо-юнацького спорту.

6. Реконструкція та побудова стандартних спортивних споруд та спортивних центрів для підготовки спортсменів з особливими потребами.

7. Високий рівень розвитку спортивної науки. Видавництво підручників та спортивної художньої літератури, яку перекладають в інших країнах, журналів та буклетів до спортивних змагань.

8. Активна робота окремих національних федерацій у Міжнародних спортивних федераціях. Визначна діяльність Сергія Бубки в міжнародному Олімпійському русі.

Висновки

1. У спорті імідж є результатом свідомої роботи лише у професійному спорті, де імідж спортсмена є брендом, який приносить значні прибутки. В олімпійському ж спорті соціальне уявлення про спортсменів найчастіше утворюється стихійно.
2. Часто при висвітленні спортивних подій не враховується той факт, що спортивний імідж країни є однією з головних складових загального іміджу держави.
3. У сучасному комунікаційному середовищі масове уявлення про будь-який об'єкт, у тому числі спорт, формують засоби масової комунікації.
4. Соціальне уявлення про спорт, яке формують ЗМК, не є однозначним. Імідж українського спорту складають як позитивні, так і негативні характеристики.

Література

1. Гуськов С. И., Гуськов С. С. Телевидение и спорт. – М., Полиграф сервис, 2000. – 336 с.
2. Королько В.Г. Паблік рилейшнз: Наукові основи, методика, практика. Підручник. – 2-е вид., доп. – К.: Скарби, 2001. – 400 с.
3. Паблік рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса / Авт. кол.: Э. Уткин и др. – М.: Экмос, 1999. – 352 с.
4. Public relations: Для громадських організацій. Практичні поради на щодень / Уклад. А. Куліш. – К., 2001. – 80 с.
5. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – 2-е изд., испр. и доп. – К.: ИМСО МО Украины, НФВ “Студцентр”, – 1998. – 256 с.
6. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2001. – 506 с.

THE MODEL OF IMAGE OF UKRAINIAN SPORTS WHICH ARE FORMING ON THE BASIS OF INFORMATION COMMUNICATION BY MASS-MEDIA

Olena SADOVNYK

Lviv State Institute of Physical Culture

Abstract. The problem of forming of the image of Ukrainian sports in mass-media is analysed in this article. Positive and negative image characteristics also are shown in our work.

Key words: mass-media, image characteristics, information communication.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (СОЦІАЛЬНО – ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИХОВНИМ ПРОЦЕСОМ)

Ніна ЗУБОВА

Київський національний університет будівництва і архітектури

Науково-технічний прогрес людства впливає на всі сфери суспільного життя. Об'єктом його впливу стала і сама людина. Науково-технічний прогрес ставить у центр суспільного розвитку проблему всебічної підготовки людини до активної творчої діяльності. Від успіхів у розв'язку даної проблеми багато у чому залежать й темпи створення матеріально-технічної бази новітнього українського суспільства.

Відношення між людьми, котрі виникають у процесі наукової, технічної, культурно-спортивної, виховної та іншої діяльності, визначені наперед науково-технічним прогресом і змінюються у ході його розвитку. Вони пов'язані зі змінами характеру та змісту праці, положення людини у системі суспільного та технічного поділу праці, з виникненням нових вимог щодо психічних та фізичних якостей людини (в умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції – особливо!), яка інтегрована у процес матеріального та духовного виробництва, а також розвитком її особистих властивостей. Наслідком розвитку науково-технічного прогресу є й удосконалення системи суспільних відносин у політиці, освіті, управлінні, мистецтві, культурі, фізичному вихованні, фізичній культурі та спорті і т.п. Все це справляє вплив на розвиток та зміну відносин між соціальними групами (кластерами), у тому числі й між групами та колективами у сфері фізичного виховання, фізичної культури та спорту, а також на відносини людей всередині них. І, крім того, слід особливо згадати про зміну темпу та стилю життя, побуту, штучного та природного середовища існування людини, систем інформацій, розвиток нових структур та суспільних потреб й інтересів.

Сучасний спосіб життя, народжений ходою науково-технічного прогресу, характеризується індивідуально неповторним розмаїттям та високим потенціалом