

УДК 378.037.1

ББК74.267

О-66

Орлова Эльвира Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры философии, культуроведения и социальных коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, e-mail: spag@mail.ru;

Прокопчук Юрий Андреевич, кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории, истории и методики физической культуры ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, e-mail: yaprokopchuk@mail.ru;

Бич Юлия Геннадьевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры философии, культуроведения и социальных коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, e-mail: yulia_bich@mail.ru

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВСЕРОССИЙСКОГО
ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА ГТО
В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ
(рецензирована)**

В статье на основе социологического исследования показано, как студенты вуза физической культуры воспринимают Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО). На первом этапе кампании по продвижению имиджа комплекса ГТО определены представления студентов о нем. Осуществлена подготовка ко второму этапу имиджевой кампании – определению сильных и слабых сторон комплекса ГТО.

Ключевые слова: студенческая молодежь, законодательство в области ГТО, комплекс ГТО, имидж комплекса ГТО, отношение студентов к комплексу ГТО, формирование имиджа ГТО, символика ГТО, визуальный и социальный имидж ГТО.

Orlova Elvira Anatolievna, Candidate of Pedagogics, an associate professor of the Department of Philosophy, Culturology and Social Communications of FSBEI HE “Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism”, e-mail: spag@mail.ru;

Prokopchuk Yuriy Andreevich, Candidate of Pedagogics, an associate professor of the Department of Theory, History and Methods of Physical Culture of FSBEI HE “Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism”, e-mail: yaprokopchuk@mail.ru;

Bich Yulia Gennadievna, Candidate of History, an associate professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications of FSBEI HE “Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism”, e-mail: yulia_bich@mail.ru

SOME ASPECTS OF FORMING AN IMAGE OF ALL-RUSSIA GTO PHYSICAL CULTURE AND SPORTS COMPLEX IN STUDENT ENVIRONMENT

(reviewed)

On the basis of sociological research it is shown how the students of a Physical Culture university perceive the All-Russia GTO Physical Culture and Sports Complex. At the first stage of the campaign to promote the image of the GTO complex students' ideas about it were defined. Preparations for the second stage of the image campaign have been carried out - identifying strong and weak points of the GTO complex.

Key words: *student youth, legislation in the field of GTO, GTO complex, image of the GTO complex, attitude of students to the GTO complex, formation of the GTO image, GTO symbols, visual and social image of GTO.*

Актуальность. Победа России на XXII зимних Олимпийских и XI Паралимпийских играх в Сочи в 2014 году продемонстрировала спортивную мощь страны, подняла моральный дух граждан, но и высветила узкие места в системе подготовки спортивного резерва. Президентом страны В.В. Путиным было дано поручение о разработке Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса нового формата, как программно-нормативной основы физического воспитания населения. В сентябре 2014 года Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) был введен в действие. Был дан старт процессу повсеместного внедрения комплекса. Это сопровождалось выходом ряда нормативных документов, ставших законодательной базой комплекса ГТО. [4] Одновременно с выходом этих документов был разработан и комплекс мер по продвижению комплекса ГТО: методические рекомендации для граждан и организаторов, программа «послов ГТО», были разработаны современные версии значков (символов) ГТО. У страны уже был опыт масштабного продвижения.

Известно, что продвижение комплекса ГТО проходит в три этапа. И скорость и глубина этого процесса будут зависеть от его имиджа, от восприятия комплекса различными группами населения, которое должно привести к процедуре выполнения нормативов. Принимая во внимание историю советского комплекса ГТО, мы предположили, что именно студенческая молодежь может стать проводником идей комплекса в массы. В первую очередь молодые люди в возрасте от 18 до 21 года, получающие высшее образование, должны встать в авангарде движения ГТО. Студенты XXI тысячелетия в большинстве своем открыты, информированы, достаточно амбициозны. Чтобы участвовать в продвижении они сами, прежде всего, должны обладать набором знаний и мотивов.

Объектом исследования стал существующий (сложившийся на настоящий момент времени) имидж Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ВФСК ГТО) глазами студентов, а *предметом исследования* – процесс совершенствования имиджа в среде студенческой молодежи. *Целевая аудитория* – студенты Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма (КГУФКСТ). *Методы исследования:* анализ литературы по тематике ГТО и имиджевых технологий, наблюдение, социологический опрос.

По мнению Чумикова А.Н., имидж объекта есть целостное восприятие, понимание и оценка этого объекта (в нашем случае комплекса ГТО) различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности объекта [3]. Другой специалист в области интегрированных коммуникаций Г.Г. Почепцов предлагает модель создания имиджа, состоящую из четырех актов и получившую соответствующее название «четырёхактная». В ней автор рассматривает следующие этапы построения информационной кампании по созданию и управлению имиджем объекта. На первом этапе определяются требования (представления) аудитории. Это достигается с помощью исследований. Второй этап – определение сильных и слабых сторон объекта. На третьем этапе необходимо сконструировать объект под мнение (требование, желание) аудитории. На последнем, четвертом, этапе необходимо перевести требуемые характеристики объекта в нужные слова, образы и действия [2]. Было решено прибегнуть к модели Почепцова Г.Г. и провести кампанию по совершенствованию социального и визуального имиджа комплекса ГТО.

Итак, первым этапом нашей работы стало исследование отношения студентов к комплексу ГТО. Результаты опроса приведены в таблицах 1-3.

В исследовании приняли участие 300 студентов дневного отделения КГУФКСТ: 157 студентов физкультурных направлений подготовки (физическая культура, адаптивная физическая культура, спортивный менеджмент) и 143 студента нефизкультурных направлений (факультет сервиса и туризма, направления подготовки: «Туризм», «Режиссура театрализованных представлений и праздников», «Реклама и связи с общественностью») в возрасте от 18 до 21 года. Анкета включала 28 вопросов закрытого и полужакрытого типа. Вопросы анкеты в ходе обработки данных были разделены на четыре блока: рациональный, информационно-коммуникационный, мотивационный и поведенческий.

В таблице 1 представлены результаты опроса о знаниях студентов о комплексе ГТО и его нормативах. Подавляющее большинство студентов физкультурных и нефизкультурных направлений правильно отвечало на исторические вопросы. Респонденты также знакомы со старыми и новыми символами – значками ГТО. Гораздо меньшее число студентов знает о современном комплексе ГТО.

Студенты физкультурных направлений подготовки больше знают о нормативах комплекса ГТО для своего возраста. Это и логично, ведь физическая культура и спорт – их профессия. Также студенты физкультурных специальностей лучше понимают, что именно «добровольность» и «доступность» – основа комплекса. Высокий процент студентов всех направлений подготовки могут анализировать требования нормативов ГТО и не считают их завышенными. В таблице 2 представлены результаты опроса студентов, отнесенные к информационно-коммуникационному блоку.

Таблица 1 – Результаты опроса студентов: рациональный блок, %

Вопросы анкеты	Физкультурные направления		Нефизкультурные направления	
	юн. (n=69)	дев. (n=88)	юн. (n=60)	дев. (n=83)

1. Когда зародился комплекс ГТО?				
а) в 30-е годы XX века.	94	97	89	91
б) в 2000-е годы.	2	3	-	2
в) в 2007 году.	4	-	11	7

Продолжение таблицы 1

2. Кто явился инициатором введения норм комплекса ГТО?				
а) В.В. Путин.	3	3	15	7
б) коммунистическая партия Советского Союза.	20	23	18	22
в) комсомол (Всесоюзный ленинский коммунистический союз молодежи/ ВЛКСМ).	77	74	67	71
5. Доводилось ли Вам видеть старые и новые значки – символы комплекса ГТО?				
а) да	77	67	56	64
б) нет	23	33	44	36
16. Когда введен в действие современный комплекс ГТО?				
а) 1 сентября 2014 года.	45	47	33	48
б) 1 октября 2015 года.	21	27	18	19
в) 1 ноября 2016 года.	11	16	11	11
г) затрудняюсь ответить.	23	10	38	22
17. Знакомы ли Вы с нормативами комплекса ГТО для своего возраста?				
а) да.	58	53	41	46
б) нет.	4	3	22	22
в) в общих чертах.	27	37	30	22
г) затрудняюсь ответить.	11	7	7	10
21. Согласны ли Вы, что добровольность и доступность – основные принципы реализации комплекса ГТО?				
а) да.	87	90	52	55
б) нет.	3	3	19	26
в) затрудняюсь ответить.	10	7	29	19
22. Если Вы знакомы с нормативами, не считаете ли их требования завышенными?				
а) не считаю.	75	64	59	58
б) считаю завышенными.	7	13	11	10
в) затрудняюсь ответить.	18	23	30	32

Таблица 2 – Результаты опроса студентов:
информационно-коммуникационный блок, %

Вопросы анкеты	Физкультурные направления		Нефизкультурные направления	
	юн. (n=69)	дев. (n=88)	юн. (n=60)	дев. (n=83)
3. Из каких источников Вы узнали о комплексе ГТО?				
а) обсуждали в семье.	15	13	18	25
б) из средств массовой информации (СМИ).	11	10	18	20
в) на занятиях в школе, в колледже, вузе.	74	77	64	55
7. Что, по Вашему мнению, нужно сделать для продвижения комплекса ГТО в молодежной среде?				
а) информировать в школе, колледже, вузе.	21	27	15	20
б) информировать через СМИ.	17	17	15	18
в) использовать потенциал социальных сетей.	36	33	33	39
г) повысить мотивацию молодежи к сдаче нормативов.	59	77	70	63
8. С чем у Вас ассоциируется комплекс ГТО?				
а) с занятиями физическими упражнениями.	55	53	37	35
б) со здоровым образом жизни.	47	43	26	36
в) с Советским периодом в истории нашей страны.	4	10	37	39
14. Как бы Вы назвали национальную кампанию по продвижению комплекса ГТО?				
а) «ГТО – от мала до велика».	19	20	22	25
б) «ГТО – в жизнь каждого».	71	77	41	49
в) иное	10	3	37	26
15. Откуда бы Вы хотели получать информацию о комплексе ГТО?				
а) из печатных СМИ	7	13	15	12
б) из электронных СМИ.	25	23	26	15
в) из социальных сетей.	77	73	63	79
г) из личных контактов.	11	10	27	14

20. Как Вы считаете, существует ли в настоящее время положительный информационный «фон» для развития и продвижения комплекса ГТО?				
а) да.	31	27	33	37
б) нет.	5	3	30	8
в) больше да, чем нет.	41	47	30	38
г) больше нет, чем да.	23	23	7	17
28. Если бы нормативы комплекса ГТО сдавали бы по месту работы/ учебы, приняли бы Вы участие в тестировании?				
а) да.	73	60	55	51
б) нет.	6	7	26	21
в) скорее да, чем нет.	21	33	19	28

В связи с темой исследования, информационно-коммуникационный блок был особенно важен для нас. Часть вопросов блока (20,28) в интерпретированном варианте была заимствована из исследования Виноградова П.А. [1]. Ответы на вопросы блока показали, что информацию о комплексе ГТО студенты получают, преимущественно, на занятиях в учебных заведениях. Важной компонентой продвижения комплекса ГТО в молодежной среде студенты называют «мотивацию». То есть студенты открыто заявляют, что они недостаточно мотивированы сегодня для сдачи нормативов ГТО.

Ответ на вопрос 8 показывает достаточно широкое представление о комплексе ГТО у студентов. Он ассоциируется и со здоровым образом жизни, и с физическими упражнениями, и у студентов нефизкультурных направлений – «с Советским периодом в истории нашей страны» (треть ответов). Ответ на 14 вопрос предполагал творчество студентов. Тут в большей степени себя проявили студенты нефизкультурных специальностей. Анализ ответов на полузакрытые вопросы (в том числе на 14-й) будет приведен в отдельном исследовании, т.к. предполагает глубокий анализ этих ответов. Слоган «ГТО – в жизнь каждого» выбрали две трети студентов физкультурных направлений и менее половины студентов нефизкультурных направлений подготовки.

Вполне ожидаемый ответ был получен на 15 вопрос. От 63 до 79 % студентов всех направлений подготовки хотели бы получать информацию о ГТО из социальных сетей. Все студенты сошлись во мнении о том, что в стране существует положительный информационный фон, благоприятный для продвижения комплекса ГТО. Ответ на 28 вопрос показал, что доступность ГТО может быть обеспечена возможностью сдачи нормативов по месту учебы/работы. В таком случае в среднем более 74% студентов сдали бы нормативы. Результаты ответов на вопросы мотивационного блока легли в основу следующего этапа исследования и не рассматриваются в данной статье.

Перейдем к поведенческому блоку (таблица 3).

Таблица 3 – Результаты опроса студентов: поведенческий блок, %

Вопросы анкеты	Физкультурные направления		Нефизкультурные направления	
	юн. (n=69)	дев. (n=88)	юн. (n=60)	дев. (n=83)
9. Хотите ли Вы сами выполнить нормативы ГТО?				
а) да	98	87	70	66
б) нет.	2	3	20	25
в) не задумывался(ась) об этом.	-	10	10	9
12. Считаете ли Вы комплекс ГТО нужным, социально полезным делом?				
а) да.	96	87	63	58
б) нет.	-	-	22	23
в) не задумывался(ась) об этом.	4	13	15	19
18. Планируете ли Вы проводить подготовку к выполнению нормативов ГТО?				
а) да.	48	40	30	32
б) нет.	2	3	26	24
в) я и так готов(а).	45	43	33	29
г) не определился (ась).	5	14	11	15
23. Как Вы полагаете, носит ли комплекс ГТО воспитательный, патриотический характер?				
а) безусловно, да.	86	77	44	51
б) нет.	8	7	26	26
в) не задумывался(ась) об этом.	6	16	30	23

Продолжение таблицы 3

24. Какова, по Вашему мнению, роль учителя физической культуры в подготовке детей и подростков к сдаче нормативов ГТО?				
а) учитель должен способствовать популяризации комплекса ГТО.	56	53	30	42
б) учитель должен уделять время подготовке на уроках физической культуры.	52	50	33	39
в) это личное дело каждого, а не учителя.	2	10	37	29
г) иное мнение	-	-	-	-

25. Считаете ли Вы, что существуют группы граждан, обязанные сдавать нормативы комплекса ГТО?				
а) военные, сотрудники полиции.	59	60	56	55
б) школьники, студенты.	41	40	44	45
в) иные категории граждан	-	-	-	-
27. Хотели бы Вы стать волонтером комплекса ГТО?				
а) да.	52	50	33	39
б) нет.	13	23	41	26
в) не задумывался(лась) об этом.	35	27	26	35

Ответы на вопросы поведенческого блока демонстрируют готовность респондентов к действию – к выполнению нормативов. Эту готовность на физкультурных направлениях подготовки демонстрируют 87-98 % респондентов, на нефизкультурных 66-70 %, что также является высоким показателем. Ответы на вопросы 9-24, 27 показывают, что студенты физкультурных направлений по всем позициям (за исключением 25-го вопроса) проявляют большую социальную активность: и в вопросе о значимости ГТО, и в вопросе подготовки к выполнению нормативов, понимают (как будущие педагоги) воспитательно-патриотическую составляющую комплекса ГТО и роль учителя физической культуры и выражают готовность стать волонтерами ГТО. Более 40% студентов всех направлений считает, что школьники и студенты «обязаны сдавать нормативы комплекса ГТО».

Таким образом, на основании проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

1. Комплекс ГТО ассоциируется у студентов с добровольной сдачей нормативов, физическими упражнениями, здоровым образом жизни, связью поколений.
2. Для продвижения ГТО в стране существует положительный информационный фон.
3. Студенты хотят получать информацию о комплексе ГТО, в том числе, в социальных сетях.
4. Студенты хотят выполнять нормативы ГТО.
5. Комплекс ГТО носит социально-патриотический характер и направлен на оздоровление населения.
6. Преподавателям дисциплины «История физкультурно-спортивного движения» и волонтерам ГТО необходимо регулярно знакомить студентов с новейшей историей комплекса ГТО и официальным сайтом.

Продолжение исследования позволит перейти ко второму этапу – «определение сильных и слабых сторон комплекса ГТО».

Литература:

1. Виноградов П.А., Окуньков Ю.В. Изучение отношения различных групп населения к Всероссийскому физкультурно-спортивному комплексу «Готов к труду и обороне» (ГТО) // Вестник спортивной науки. 2015. №3. С. 38-42.

2. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Москва: Рефл-бук, 2006. 574 с.
3. Чумиков А.Н. Имидж-репутация-бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 106 с.
4. Официальный сайт Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gto.ru> (дата обращения 20.11.2017).

Literature:

1. *Vinogradov P.A., Okunkov Yu.V. Study of the attitude of various groups of population to the All-Russia GTO physical culture and sports complex // Bulletin of Sports Science. 2015. № 3. P. 38-42.*
2. *Pochepstov G.G. Image science. Moscow: Refl-Book, 2006. 574 p.*
3. *Chumikov A.N. Image reputation-brand: traditional approaches and new technologies: a collection of articles. Moscow; Berlin: Direct -Media, 2015. 106 p.*
4. *The official site of the All-Russia GTO physical culture and sports complex [Electronic resource]. Access mode: <http://www.gto.ru> (reference date is November 20, 2017)*