

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ
ИМЕНИ П.Ф. ЛЕСГАФТА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»

На правах рукописи

КАЛАШНИКОВА Елена Васильевна

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ
К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ
В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

13.00.08 – Теория и методика профессионального образования

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата педагогических наук

Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент Т.Э. Круглова

Санкт-Петербург – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО- ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ.....	19
1.1 Теоретические аспекты агитационно-пропагандистской работы.....	19
1.2 Анализ пропаганды спорта в структуре подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе	30
1.3 Ключевые подходы к обучению агитационно-пропагандистской работе в структуре профессиональной подготовки студентов вузов физической культуры.....	46
Заключение по главе 1.....	56
ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	58
2.1 Организация исследования.....	58
2.2 Методы исследования.....	63
ГЛАВА 3 ТЕОРЕТИКО-ЭКСПЕРТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ	68
3.1 Определение факторов влияния на процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.....	68
3.2 Сравнительный анализ содержания образовательных и профессиональных стандартов в сфере физической культуры и спорта.....	78
3.3 Разработка и обоснование структурно-содержательной модели подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно- пропагандистской работе.....	92

3.3.1	Разработка и применение методики практико-ориентированного обучения в образовательном процессе.....	95
3.3.2	Разработка и применение методики практико-ориентированного обучения во внеаудиторной работе со студентами.....	104
	Заключение по главе 3.....	110
	ГЛАВА 4 ПРОВЕРКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ.....	113
4.1	Организация педагогического эксперимента по оценке методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе.....	113
4.2	Анализ результатов опытно-экспериментальной работы по реализации методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе.....	127
4.3	Оценка эффективности методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе	140
	Заключение по главе 4.....	147
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	151
	ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	156
	СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....	158
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	159
	СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	184
	ПРИЛОЖЕНИЕ А Перечень универсальных, общепрофессиональных и рекомендуемых профессиональных компетенций направления подготовки 49.03.01 Физическая культура.....	188
	ПРИЛОЖЕНИЕ Б Выборка трудовых функций и действий профессиональных стандартов, соответствующих способности к агитационно-пропагандистской работе.....	191

ПРИЛОЖЕНИЕ В Соответствие компетенций, трудовых функций, планируемых результатов освоения дисциплины, методов и средств обучения.....	195
ПРИЛОЖЕНИЕ Г Положение о XIV Всероссийском Слёте студентов-отличников вузов физической культуры и спорта.....	199
ПРИЛОЖЕНИЕ Д Анкета №1 «Определение уровня сформированности представлений студентов о пропаганде и их отношения к агитационно-пропагандистской работе».....	204
ПРИЛОЖЕНИЕ Е Анкета №2 «Определение уровня сформированности представлений студентов Слёта о пропаганде и их отношения к агитационно-пропагандистской работе».....	206
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Анкета №3 «Определение уровня удовлетворенности студентами учебно-познавательной деятельностью».....	208
ПРИЛОЖЕНИЕ И Терминологический диктант.....	209
ПРИЛОЖЕНИЕ К Оценочный лист эксперта «Дебаты».....	211
ПРИЛОЖЕНИЕ Л Рефлексирующий тест.....	212
ПРИЛОЖЕНИЕ М Матрица подготовки и оценки публичного выступления.....	215
ПРИЛОЖЕНИЕ Н Матрица подготовки и оценки рекламно-пропагандистского сообщения.....	216
ПРИЛОЖЕНИЕ П Оценочный лист эксперта «Проект».....	217
ПРИЛОЖЕНИЕ Р Акты внедрения.....	218

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Место и роль физической культуры и спорта (ФК и С) в жизнедеятельности общества определяются их влиянием на здоровье людей, процессы сохранения и приумножения человеческих ресурсов. Одним из важнейших инструментов реализации интересов государства и общественных институтов в области укрепления здоровья населения является пропаганда физической культуры и спорта.

В настоящее время пропаганда физической культуры и спорта представляет собой объёмное по содержанию и сложное по структуре явление, сущность которого раскрывается в целенаправленной деятельности по распространению идей и ценностей здорового образа жизни в целях формирования соответствующего общественного мнения и поведения людей.

Пропаганда физической культуры и спорта базируется на определенном историческом наследии, которое свидетельствует о том, что формы пропаганды физической культуры и спорта видоизменялись в соответствии с историческими этапами и задачами государства внутри страны и на международной арене, что отражалось в различных программных и нормативных документах. На современном этапе ключевыми из них являются:

- Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ [5], который определяет полномочия органов государственной власти и местного самоуправления в области пропаганды спорта;

- Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года [9], где приоритетными направлениями развития физической культуры и спорта обозначены совершенствование и развитие механизмов пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни через построение адресных коммуникаций с основными группами потребителей физкультурно-спортивных услуг и спортивной продукции; организация просветительно-образовательной работы; совершенствование форм и методов гражданско-патриотического воспитания; совершенствование механизмов

информационно-коммуникационного сопровождения деятельности в сфере физической культуры и спорта и др., что на новом уровне продолжает реализацию основных направлений комплекса мер по пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни, закрепленных в «Стратегии развития физической культуры и спорта в России на период до 2020 года» [11];

- Федеральный проект «Спорт – норма жизни» (2019-2024 гг.), в рамках которого разрабатываются и реализуются информационно-коммуникационной кампании и пропагандистские мероприятия (акции) в средствах массовой информации и субъектах Российской Федерации [194];

- «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» [10], которая формирует повестку по развитию в детской и семейной среде системы мотивации к активному и здоровому образу жизни, занятиям физической культурой и спортом, культуры здорового питания, что так же требует эффективного действия в информационном поле, привлечения к участию детей в массовых общественно-спортивных мероприятиях;

- «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [8], которая создает основу для более широкого использования современных информационных и коммуникационных технологий. Условия меняющегося информационного пространства, основными компонентами которого являются средства коммуникации, потребители массовой информации и сам информационный продукт, вносят свои коррективы в современный процесс агитационно-пропагандистской деятельности в сфере физической культуры и спорта, приобретая новые формы.

Пропаганда физической культуры и спорта, направленная на массовую аудиторию, апеллирует к тем ценностям, которые разделяет большинство населения. При этом пропаганда должна иметь высокую избирательность и адресность коммуникационного влияния, учитывать возрастные, демографические, социальные и иные параметры целевой аудитории, что определяет необходимость наличия знаний и представлений об объекте агитационно-пропагандистской работы.

Вызовы, связанные с сохранением здоровья населения требуют, в свою очередь, подготовки компетентных специалистов по физической культуре и спорту, владеющих навыками пропагандистской работы, использования современных коммуникаций с различными целевыми группами в условиях тотальной информатизации общества, что в целом направлено на формирование потребностей граждан в занятиях физической активностью в режиме работы и отдыха.

В рамках рассмотрения подготовки специалистов необходимо отметить, что государственные образовательные стандарты (ФГОС) высшего образования по направлению «Физическая культура» уровня бакалавриата включали до 2017 года профессиональные компетенции, сугубо направленные на овладение студентами методами и приёмами осуществления пропаганды и агитации в сфере физической культуры и спорта с использованием средств массовой информации в целях реализации культурно-просветительского вида деятельности. Это обусловило на том этапе введение в учебный план вузов физической культуры дисциплин коммуникативной направленности, таких как «реклама», «связи с общественностью», «пропаганда». Утверждение в 2017 году новых образовательных и профессиональных стандартов [12, 14, 193] для сферы физической культуры и спорта, повлияло на требования к содержанию образовательных программ, определив тем самым фокус внимания на трудовые функции и действия будущих специалистов, в том числе, реализующих информационную и агитационно-пропагандистскую работу с населением в различном формате.

Исходя из этого, при решении задач формирования компетенций, заданных в ФГОС и профессиональных стандартах, в образовательном процессе необходимо ориентироваться на современное информационное пространство, обучать студентов не только классическим, исторически сложившимся способам агитационно-пропагандистской работы, но и включать в процесс обучения инновационные интерактивные технологии, использовать средства электронной коммуникации. Сегодня большая часть населения, прежде всего, молодежь,

ориентированы на пространство Интернета, который является, в свою очередь, мощным инструментом обмена информацией во всех сферах деятельности, в том числе в спорте.

Однако, результаты исследований показывают недостаточную изученность и научную разработанность проблемы подготовки студентов вузов физической культуры к эффективной агитационно-пропагандистской работе в будущей профессиональной деятельности, отмечается потребность в теоретических и методических разработках по продвижению ценностей спорта и здорового образа жизни, по привлечению населения, прежде всего молодежи, к физической активности с использованием современных средств коммуникации, что и определило актуальность данного исследования.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Первые работы по изучению и осмыслению феномена пропаганды физической культуры и спорта в России появились в 20-х годах XX века как методические указания для лекторов от подвижников физкультурного дела Л.О. Каневского [80], А.Н. Шифрина [169], И.Л. Солоневича [146], А.П. Пустовалова [133], в послевоенный период представлялись в виде обобщающих сборников практических материалов в помощь пропагандистам, в работах А.А. Волкова [38], А.А. Афанасьева [32], Ю. Метаева [109], Н. И. Любомирова [157].

Планомерное изучение пропаганды физической культуры и спорта и роли средств массовой информации началось со второй половины XX века с исследований М.В. Шишигина [170, 171]. Социально-педагогические аспекты влияния пропаганды спорта на молодежь и общество в целом рассматривались в работах В.У. Агеевца [16, 164], Е.Ф. Долгополовой [51]. Проблема развития информационно-образовательной среды и роли информационно-пропагандистской деятельности в процессе формирования интереса общества к физической культуре – в центре научных работ П.А. Виноградова [34, 35, 36]. Предметом научного поиска становятся вопросы информационно-пропагандистского воздействия на школьников как фактора приобщения их к

физкультурно-спортивной деятельности в работах О.Э. Аксеновой [20], С.С. Филиппова [52, 159].

На современном этапе исследования акцентируются на роли органов исполнительной власти в пропаганде спорта в работах О. Вдовина [33]; социальных и педагогических аспектах управления пропагандой – Л.Б. Шороховой [172], влиянии средств массовой информации на уровень пропаганды и организации рекламной и маркетинговой деятельности – М.Ю. Бувалина [31], Л.Б. Шороховой [173, 174]. Особое внимание исследователи П.А. Виноградов и Ю.В. Окуньков [112] уделили мониторингу пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни средствами массовой информации; О.В. Тиунова, Д.А. Фильченков [152] – оценке эффективности пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни. В последнее время получили развитие вопросы использования спортивно-исторического наследия в работах Е.А. Истягиной-Елисейевой [61, 62, 63], В.И. Аксельрода [19]; изучения средств и приёмов связей с общественностью в пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни в исследованиях Г.Х. Муртазиной [113], Б.А. Алмазова [21]; образовательного и воспитательного потенциала пропаганды в работах Г.В. Дивиной [49], Л.Н. Бережновой и О.Л. Поминовой [27], Шороховой [175], Е.Ю. Комевой [85], в том числе развития молодёжного волонтерского движения как средства популяризации спорта в работах К. С. Астафьева, А. Б. Преображенского [23] и др. Важным для понимания феномена пропаганды являются исследования Е.Ф. Филатовой [158], С. И. Крамского [89], А.И. Ненашева [115] в области восприятия информации молодежью, которые свидетельствуют о трансформации современного информационного пространства, что неизбежно ведет к образованию новых систем ценностей, изменению познавательных и практических приоритетов человека.

Анализ педагогических исследований в области профессиональной подготовки показал, что большое количество работ на современном этапе связано с решением задач повышения качества высшего профессионального образования. Работы И.А. Зимней [57], В.В. Серикова, В.А. Слостёнина, И.А. Колесниковой

[139], А.В. Хуторского [163] направлены на структурирование содержания образования на основе компетентного подхода, разработку моделей профессиональных стандартов. Авторы отмечают возрастающую роль надпредметности, междисциплинарных связей, многофункциональности в содержании учебных дисциплин, в том числе, при организации образовательного процесса – Г.Я. Гревцева, М.В. Циулина, Э.А. Болодурина, М.И. Банников [59], Л.А. Липская [102]. Одним из важных направлений исследований в работах В.И. Звонникова [56]; Ю.Г. Татура [151] и др. является вопрос разработки технологий оценивания в процессе обучения; экспертизы качества освоения компетенций студентами – в исследованиях Н.Ф. Ефремовой [53, 54, 55]; В.С. Аванесова [15]; изучение показателей компетентности в профессиональной деятельности – В.И. Блинова, Б.А. Сазонова, А.Н. Лейбовича, О.Ф. Батровой, И.А. Волошиной [114] и др.

Предметом исследования в области профессиональной подготовки специалистов по физической культуре и спорту становятся проблемы модернизации, рассматриваемые в работах Л.И. Лубышевой [103, 104, 105]; А.Г. Казаковой [64]. Авторы раскрывают внедрение инновационных технологий физического воспитания, в том числе, влияние культуuroобразующего потенциала спорта.

Введение профессиональных стандартов (ПС) в области физической культуры и спорта привело к необходимости изучения вопросов формирования новых образовательных программ с учетом требований данных документов. Эту задачу решают в своих работах В.Ф. Костюченко, Е.Ф. Орехов [132], М.Ю. Щенникова, Т.М. Овсяк [177, 178]. В исследованиях Л.А. Липской и В.А. Анисимовой [22, 102] отмечается, что новые образовательные стандарты физкультурно-спортивного профессионального образования должны предусматривать интегрированное описание результатов образования, которые ориентированы, не только на обучение, но и на воспитание, развитие культуры личности будущего специалиста, его творческих и коммуникативных способностей, а для повышения эффективности подготовки преподавателям вузов

физической культуры, делает акцент А.Е. Митин [110], следует применять гуманитарные технологии при обучении студентов.

Изучение процесса подготовки к агитационно-пропагандистской работе и формирования компетенций у студентов вузов физической культуры представлены в исследованиях Н.Б. Пухаревой [134], диссертационных работах Л.Б. Шороховой [172], Н.А. Шакиной [166, 167, 168].

Анализ и обобщение научно-методической литературы определил **противоречия:**

- между задачами государства по усилению пропаганды спорта, здорового образа жизни и результатами работы по пропаганде в части привлечения занимающихся к занятиям физической культурой и спортом;

- между воспитательно-образовательным потенциалом пропаганды в новых социально-культурных и информационных условиях и использованием сложившихся традиционных подходов к содержанию подготовки специалистов для сферы физической культуры и спорта, в том числе отсутствием инновационных методик обучения студентов агитационно-пропагандистской работе на современном уровне.

Данные противоречия позволили сформулировать научную задачу исследования, которая состоит в необходимости обоснования учебно-методического обеспечения подготовки студентов вузов физической культуры и спорта к агитационно-пропагандистской работе среди населения с учетом объективных условий среды.

Объект исследования – агитационно-пропагандистская работа в системе профессиональной подготовки студентов вузов физической культуры.

Предмет исследования – педагогические подходы, структура и содержание подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

Цель исследования – теоретическое и экспериментальное обоснование методики обучения студентов вузов физической культуры

агитационно-пропагандистской работе в структуре профессиональной деятельности.

Гипотеза исследования – предполагается, что процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе по привлечению населения к занятиям физической активностью будет эффективным, а практическая деятельность будущих специалистов результативной и конкурентоспособной при условии, если:

1) содержание подготовки будет строиться с учетом основных характеристик структуры функционирования пропаганды в сфере физической культуры и спорта, определения места и роли пропаганды спорта в общем комплексе социальных задач государства;

2) определены структурно-содержательные компоненты модели подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе;

3) разработана и применена в учебном процессе методика обучения, основанная на практико-ориентированных заданиях, построенная с учётом таксономии образовательных целей;

4) выявлены и обоснованы основные критерии, показатели и диагностический инструментарий оценки эффективности обучения студентов агитационно-пропагандистской работе.

Задачи исследования:

1. Выявить теоретические аспекты агитационно-пропагандистской работы в сфере физической культуры и спорта.

2. Определить факторы влияния на процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

3. Разработать и обосновать структурно-содержательную модель подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

4. Разработать и внедрить методику обучения студентов физкультурных вузов агитационно-пропагандистской работе, определить её эффективность в условиях педагогического эксперимента.

Теоретико-методологическую основу исследования составили научные идеи, теории и концепции в области:

- теории коммуникации и пропаганды (Э. Бернейс У. Липпман, Г. Лассуэлл, С.Г. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов, П.А. Виноградов, и др.);
- совершенствования форм, методов и средств обучения и воспитания (И.Я. Лернер; М.Н. Скаткин, В.И. Звонников и др.);
- личностно-деятельностного подхода (Л.С. Выготской, В.А. Кан-Калик, Н.В. Кузьмина, А.Н. Леонтьев и др.);
- компетентностного подхода (В.И. Байденко, В.А. Болотов, И.Я. Зимняя, В.В. Сериков, Дж. Равен, Б.Д. Эльконин и др.);
- профессионального образования, в том числе, в сфере физической культуры и спорта (В.И. Жолдак, Л.И. Лубышева, С.С. Филиппов, В.Ф. Костюченко, Г.Н. Пономарев, С.П. Евсеев, Н.Г. Закревская, Е.В. Утишева, М.Ю. Щенникова и др.).

Для решения поставленных задач применялись взаимодополняющие **методы исследования**: теоретический анализ и обобщение данных научно-методической литературы и учебной документации, педагогический эксперимент (констатирующий, формирующий), опрос (беседа, анкетирование), методы математической статистики.

Научная новизна исследования.

1. Обоснована необходимость применения положений теории коммуникации и пропаганды для сферы физической культуры и спорта в современных условиях при подготовке студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе среди населения на основе парадигмального подхода.

2. Разработана структура функционирования пропаганды в сфере физической культуры и спорта, включающая совокупность пяти компонентов – нормативного, управленческого, потребительского, технологического и образовательного, оказывающих целенаправленное влияние на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.

3. Разработана модель подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе, строящаяся на трех уровнях: стратегическом – в деятельности органов государственной власти, тактическом – в деятельности образовательных организаций, оперативном – в деятельности структурных подразделений образовательных организаций, осуществляющих подготовку по определенным образовательным программам. Модель базируется на определении компетенций ФГОС и трудовых функциях соответствующих профессиональных стандартов, характеризующих деятельность по осуществлению пропаганды согласно блокам – ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому.

4. Разработана и апробирована методика обучения студентов физкультурных вузов к агитационно-пропагандистской работе на основе практико-ориентированного обучения в соответствии с таксономией образовательных целей.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается:

- в расширении представлений о роли и месте пропаганды в сфере физической культуры и спорта;
- в применении парадигмального подхода к описанию исторических этапов развития пропаганды физической культуры и спорта в России;
- в выявлении и обосновании компонентов структуры функционирования пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Практическая значимость работы состоит в возможности использовать материалы исследования специалистами в области пропаганды, связей с общественностью и рекламы; преподавателями вузов физической культуры; в работе педагогов и тренеров с обучающимися в детско-юношеских спортивных школах и с профессиональными спортсменами; в отношении с клиентами спортивно-оздоровительных центров, спортивных учреждений и организаций; в системе профессиональной подготовки и переподготовки сотрудников и руководителей учреждений и организаций физкультурно-спортивного профиля; в деятельности журналистов и работников различных СМИ, функционирующих в области физической культуры и спорта.

Предложенные структура функционирования пропаганды физической культуры и спорта и основные парадигмы развития пропаганды спорта в России, модель подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе, разработанная и внедрённая методика и рекомендации, направленные на совершенствование системы обучения, могут использоваться при подготовке бакалавров в физкультурных вузах, при чтении дисциплин гуманитарного цикла, коммуникативной, управленческой, психолого-педагогической направленности.

Результаты исследования были использованы при разработке рабочей программы по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в рамках учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Физическая культура».

Положения, выносимые на защиту:

1. Эффективность процесса подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе обусловлена применением парадигмального подхода к анализу феномена пропаганды, где социальная парадигма выступает как системообразующее звено, критерий или идея для определения исторических периодов развития пропаганды и ее использования в построении структуры функционирования пропаганды физической культуры и спорта в современных условиях, характеризуемая взаимосвязью факторов – нормативного, управленческого, технологического, потребительского, образовательного, последний из которых определяется комплексом педагогических подходов, соответствующих целям обучения.

Пропаганда физической культуры и спорта – это особый вид коммуникационной деятельности субъекта, осуществляемой в целях формирования устойчивой позиции индивидуума или общественной группы к принятию ценностей физической культуры, спорта и здорового образа жизни и изменения социального поведения людей с помощью комплекса современных средств и инструментов коммуникации в рамках социально-исторической парадигмы.

2. Структурно-содержательная модель процесса подготовки специалистов для агитационно-пропагандистской работы включает в себя следующие звенья и уровни: стратегический уровень раскрывает целевое назначение подготовки студентов в соответствии с государственным заказом на специалистов по ФК и С; тактический уровень определяет содержание образовательной деятельности в соответствии с трудовыми функциями профессиональных стандартов и рекомендуемыми компетенциями ФГОС, систематизированными по новым разработанным критериям; оперативный уровень отражает результативный этап применения педагогических технологий в текущей образовательной деятельности, раскрывает организацию процесса обучения, исходя из разработанной экспериментальной методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей.

3. Экспериментальная методика подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе на основе практико-ориентированных заданий в соответствии с таксономией образовательных целей обеспечивается комплексом педагогических технологий аудиторной и внеаудиторной работы, формами, средствами, методами и приёмами обучения, применяемыми целенаправленно при освоении студентами трёх ключевых блоков компетенций – ценностно-мировоззренческого, профессионально-коммуникативного и организационно-технологического, разработанных в результате исследования как базовые для построения эффективного процесса обучения и оперативного мониторинга уровня сформированности компетенций.

Опытно-экспериментальная база исследования. Исследовательская работа проводилась с 2013 по 2020 гг. В опытно-экспериментальной работе были задействованы: студенты НГУ им. П.Ф. Лесгафта направления подготовки бакалавров «Физическая культура» (281 человек); студенты и преподаватели – участники Всероссийского слёта отличников вузов физической культуры и спорта 2017 года (124 человека).

Личный вклад автора в исследовании состоит в:

- изучении состояния исследуемой проблемы – анализе существующего в

настоящее время теоретического и методического обеспечения процесса подготовки студентов физкультурных вузов к агитационно-пропагандистской работе;

- разработке модели формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов вузов физической культуры для осуществления пропаганды спорта в профессиональной сфере;

- разработке рабочей программы дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта»;

- разработке и реализации программ внеучебной деятельности со студентами («Клуб любителей футбола», Всероссийский слёт отличников вузов физической культуры (2015 – 2017 гг.).

Обоснованность выводов и основных положений, выносимых на защиту обеспечивается чётким определением области изучения, постановкой задач исследования, содержательным анализом источников, логикой, соответствующим набором методов исследования, репрезентативностью выборки испытуемых (более 300 человек), корректными результатами в процессе обработки данных методами математической статистики.

Апробация работы и внедрение результатов исследования. Материалы диссертации докладывались на: Всероссийской с международным участием научно-практической конференции «Физическая культура, спорт и здоровье в современном обществе» (г. Воронеж, 2014 г.), XX Международном научном конгрессе «Олимпийский спорт и спорт для всех» (16-18 декабря 2016 г.); XVI международной научно-практической конференции «Менеджмент XXI века: драйверы социально-экономического развития» (22-25 ноября 2016 г.); Всероссийской научной конференции с международным участием IX Санкт-Петербургские социологические чтения «Социология физической культуры и спорта: состояние и перспективы развития» (14-15 апреля 2017 г.); II Всероссийской научно-практической конференции «Научно-педагогические школы в сфере спорта и физического воспитания» в рамках VIII международного конгресса «Спорт, человек, здоровье», Санкт-Петербург (12-14 октября 2017 г.); VI

международной научно-практической конференции «Менеджмент в спорте. Глобальные вызовы и региональное развитие» (29-30 ноября 2017 г., Санкт-Петербург); Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные подходы к формированию физической культуры работающего населения и использованию физкультурно-оздоровительных технологий в процессе профессиональной деятельности» (10 декабря 2019 г., Екатеринбург); научно-практических конференциях профессорско-преподавательского состава Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург за 2016 – 2018 гг.

Основные положения диссертационного исследования были отражены в 20 публикации, в том числе 6 статьях в научных рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ. Результаты научно-исследовательской работы апробированы и внедрены в образовательную практику, что подтверждается соответствующими актами (приложение Р).

Структура работы. Рукопись диссертации состоит из введения, четырех глав, заключения, практических рекомендаций, списка сокращений и условных обозначений, списка литературы, включающего 194 источника, в том числе 6 на иностранном языке, списка иллюстративного материала и 14 приложений. Работа изложена на 220 страницах, проиллюстрирована 11 рисунками и 29 таблицами.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ

1.1 Теоретические аспекты агитационно-пропагандистской работы

Для определения подходов к подготовке специалистов по агитационно-пропагандистской работе требуется осмысление в отечественной и зарубежной науке основных теоретических положений пропаганды и агитации в рамках общей теории коммуникации, как фактора формирования общественного мнения и управления им, мотивации поведенческих решений индивида или группы людей, в том числе применительно к сфере физической культуры и спорта, для стимулирования физической активности и здорового образа жизни граждан.

В рамках данного исследования важное значение имеет толкование этих понятий как в узком, так и в широком смысле слова.

Анализ термина «пропаганда» в общепризнанных отечественных энциклопедических изданиях даёт представление о различных позициях к определению данного понятия. Так, толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля определяет пропаганду как распространение какого-либо толка, учения; старание об этом самого общества [44]. В такой формулировке акцент делается, на наш взгляд, прежде всего на образовательной и просветительской функции пропаганды.

Подобное толкование представлено в словаре русского языка С.И. Ожегова, но он указывает на общественно-значимый характер пропаганды. В частности, в словаре даётся следующее определение: «пропаганда – распространение в массах и разъяснение каких-нибудь воззрений, идей, учения, знаний» [118, с. 534].

Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона связывает пропаганду с распространением каких-либо идей с целью приобретения сторонников, что переносит акцент на политико-идеологический характер данного явления [30].

В Современном словаре по общественным наукам понятие пропаганды раскрывается как деятельность, направленная на распространение знаний, художественных ценностей и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на социальное поведение людей [144]. В приведённой трактовке появляется новый акцент – результат воздействия пропаганды на сообщества людей, в частности, изменение социального поведения.

В Большой советской энциклопедии пропаганда связана не только с изменением сознания и поведения отдельно взятого человека, но понимается как «распространение политических, философских, научных, художественных и др. взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности» [29].

Термин «агитация» в различных словарях (социологических, политических, толковых) советского и современного российского периодов трактуется близко по значению. Агитация (от лат. *Agitation* – приведение в движение, побуждение к чему-либо), в Советском энциклопедическом словаре – есть «распространение идей для воздействия на сознание, настроение общества, активность масс с помощью устных выступлений, средств массовой информации. Важное средство политического воспитания. Тесно связано с пропагандой» [143, с.20].

Как правило, агитация актуализирует какую-либо идею в виде лозунга, побуждающего массы к активному действию. Формами агитации являются беседы, доклады, выступления на митингах и собраниях, в средствах массовой информации, с использованием средств изобразительного искусства – плакатов, карикатуры, диаграмм, картин, скульптур и пр., кино, театра.

В Большой советской энциклопедии делается акцент на проведение агитационных кампаний, связанных со знаменательными датами, профессиональными праздниками, международными событиями, которые должны вестись на основе информационной базы, «теоретически верной, основанной на достоверных источниках, на данных науки, доказательной, хорошо

аргументированной, убедительной, целеустремлённой, построенной на живых примерах и фактах» [29].

Обратимся к некоторым положениям теории коммуникации, которые входят в поле зрения данного исследования, связанные непосредственно с теоретическими основами пропаганды, изучением общественного мнения, средств массовой информации, их способов воздействия на людей.

Теория коммуникации, рожденная европейской цивилизацией, уходит корнями в эпоху мыслителей Античности (V в. до н.э. – V в. н.э.), еще Платон и Аристотель задумывались над проблематикой формирования и функционирования общественного мнения, определяя степень участие народа в общественных обсуждениях, как поддержку власти [50, с. 38-57]. Эпоха Ренессанса и Реформации (XIV-XVI вв. на территории Западной Европы), подняла вопрос о праве на свободу, что стало предпосылкой для трансформации общественного мнения в один из императивных социально-политических институтов. Так, на формирование «правильного» образа правителя в глазах народа и его значимость обращал внимание итальянский мыслитель и писатель Н. Макиавелли (1469-1527) в книге «Государь» [135].

С XVIII по XIX вв. термин «общественное мнение» наполняется категориальным содержанием, формируется совершенно новое мировосприятие и мироощущение, связанное с развертыванием демократии, – становление массового сознания. В дальнейшем изучение общественного мнения и способов влияния на него через различные виды коммуникации очерчивало все более широкий круг вопросов, связанных:

- с представлением об общественном мнении как о здравом смысле людей, с одной стороны, и с другой – случайности, невежестве, ложности суждений народа (основоположник немецкой классической философии Г.В.Ф. Гегель, 1770-1831);

- с механизмом действия общественного мнения через подражание другому человеку, подражание моде или обычаю (французский социолог и криминолог Г. Тард, 1843-1904);

- с проявлением архетипов («первообразов») – символов, которые объединяют все культуры и проявляются в мифах (швейцарский философ и психиатр К. Юнг, 1875-1961);

- с формированием «массового общества», потребителя материальных благ и массовой информации, обладающее только оценочными суждениями, следовательно, подверженное мнению «сверху», «извне» (испанский философ и социолог Х. Ортега-и-Гассет, 1883-1955);

- с уровнем развития духовно-нравственных отношений между людьми, по которым можно судить о господстве элементов общественного мнения в определенную историческую эпоху для определенной страны (французский философ О. Конт, 1798-1857);

- с местом и ролью общественного сознания, где общественное мнение понимается как «коллективная оценка общественно значимых событий» (немецкий философ и политический мыслитель К. Маркс, 1818-1883);

- с изучением «коллективного» (общественного) (французский социолог Э. Дюркгейм, 1858-1917);

- с анализом культурного развития общества – из доминирующего типа мировоззрения эпохи (суперсистемы) вытекают основные принципы восприятия действительности (американский социолог и культуролог П.А. Сорокин, 1889-1968).

Первые исследования вопроса пропаганды как некой техники влияния на общественное сознание появились в начале XX века. Важнейший вклад в разработку теории пропаганды внёс американский социолог, психолог и журналист У. Липпман (1889-1974), которому удалось детально исследовать механизмы восприятия информации, используя теорию стереотипов, неких стандартов восприятия социального поведения и социальной действительности, которые способствуют лучшей ориентации человека в жизненных обстоятельствах: «Стереотипы служат гарантией нашего самоуважения; проецируют во внешний мир осознание нами собственной значимости; защищают наше положение в

обществе и наши права. Следовательно, стереотипы наполнены чувствами, которые с ними ассоциируются» [101].

Основателем изучения пропаганды по праву считается американский политолог, один из основоположников современной социологии Г.Д. Лассуэлл (1902-1978). В работе «Пропаганда и коммуникация в мировой истории» он обосновал идею о том, что сообщения масс-медиа аудиторией принимаются равностепенно, а позиция, которая распространяется средствами массовой информации, как «магическая пуля», способна попасть из одной головы в другую посредством специально подобранных информационных «пуль» [39]. Наиболее применяемым в современной практике коммуникаций является описанный Г.Д. Лассуэллом процесс массовой коммуникации в виде однонаправленной «пятивопросной» модели, структура которой позволяет выделить определенные пункты-вопросы коммуникаций: 1) анализ управления процессами массовой коммуникации (вопрос «кто?»); 2) анализ содержания сообщений (вопрос «что?»); 3) анализ средств и каналов (вопрос «по какому каналу?»); 4) анализ аудитории (вопрос «кому?»); 5) анализ результата (вопрос «какой эффект?») [96].

В западной литературе до конца 1930-х годов XX века пропаганда рассматривалась как угроза обществу, политическому устройству государства, при том, что запрет «пропагандистских сообщений» мог представляться ограничением свободы слова. Одновременно с этим, считалось, что граждан можно научить противостоять пропаганде путем обучения критическому мышлению в процессе просвещения. Эту идею развивал в своих работах американский философ и педагог Дж. Дьюи (1859-1952). В отличие от Г.Д. Лассуэлла, он полагал, что лишь «новая элита» или «научная технократия» должна контролировать медиапропаганду, он обосновывал то, что пропаганде поможет противостоять даже самое элементарное образование.

Работа американского практика в области рекламы и Public relations (PR) Э. Бернейса (1891-1995) «Пропаганда», вышедшая в 1928 году, содержит в себе все основные элементы теории пропаганды в широком смысле и теории связей с

общественностью в узком. Бернейс стал пионером применения психологии и других социальных наук при разработке общественных коммуникационных кампаний [28].

Идею взаимосвязи изменений в общественном мнении и влияния политических элит разрабатывал американский социолог Дж. Цаллер (род. 1949). Для нашего исследования представилось наиболее интересным описание четырех основных аксиом формирования и изменения общественного мнения, которые возможно использовать при осуществлении пропаганды: восприятия (когнитивная вовлеченность индивида), сопротивления (критичность восприятия аргументов), доступности (время актуализации информации), реакции (мобилизация сознания) [82].

Изучая вопросы современных методов пропаганды, французский философ Р. Барт (1915-1980) обратил внимание на то, как иезуиты в своих проповедях использовали «силу» позы, фокусировки взгляда, необычности места, освещенности, что явилось предпосылками к использованию невербального языка коммуникации [25]. Эмилем Доффатом (1890-1969), автором двухтомного труда «Газетная наука» (1930), были сформулированы принципы (законы) изложения материала в пропагандистской работе – умственного упрощения, ограничения материала, вдалбливающего повторения, субъективности, эмоционального нагнетания [160].

При изучении методов пропаганды целесообразно говорить о применении так называемого «информационного шума», природу которого раскрыл итальянский философ, семиотик, литературный критик Умберто Эко (1932-2016): «Существует цензура из-за избытка шума, о чем знают шпионы или преступники из детективных фильмов. Когда они должны сообщить что-то секретное, то включается радио на полную мощность... Неконтролируемый доступ к различным источникам вызывает риск того, что человек не может отделить существенную информацию от несущественной» [180].

Анализу пропаганды и феномена внушения в современном мире посвящена книга американских исследователей Гарта Джоуэтта (Хьюстонский университет) и

Виктории О'Доннел (Северо-Техасский университет) «Пропаганда и внушение» (1986) [48]. Авторы строят свои выводы на следующих дефинициях: пропаганда – это форма коммуникации, которая отличается от внушения тем, что стремится добиться реакции, способствующей реализации желаемых самим пропагандистом целей. Внушение же напротив основано на принципе взаимодействия и стремится удовлетворить потребности как того, кто внушает, так и объекта внушения.

В российской науке сущность и значимость феномена общественного мнения как социальной силы впервые были определены в трудах известного отечественного социолога и философа М.В. Хвостова (1868-1920). С его точки зрения, общественное мнение предстаёт в виде некой солидарной идеи группы людей, которая неизбежно стремится к реализации, и тем с большей силой, чем больше массы ею воодушевлены [162]. Первые социологические исследования общественного мнения в России были проведены в 70-х гг. XIX в. Н.А. Рубакиным (1862-1946), активным популяризатором науки, библиографом и писателем. Изучая отношение читателей к книгам, он сгруппировал и проанализировал мотивы, которыми руководствовались разные группы читателей при оценки тех или иных книг, сформулировал типологию печатных изданий.

В эпоху политической борьбы на рубеже XIX-XX веков русский философ и видный деятель международного социалистического движения Г.В. Плеханов (1856-1918), обосновывая классовый характер общественной идеологии, установил зависимость общественного бытия и форм общественного сознания, что подготовило теоретическую почву для политической пропаганды следующими поколениями революционеров.

В.И. Ленин (1870-1924), русский теоретик марксизма и профессиональный революционер, в своих работах раскрывал суть агитации и пропаганды не столько с точки зрения теории формирования общественного сознания, сколько с точки зрения разъяснения сути практической работы агитатора и пропагандиста, обучения конкретным методам реализации этой деятельности. «Пропагандист действует поэтому главным образом печатным, агитатор – живым словом» [97, с. 144-145]. Он обосновывал высокую необходимость подготовки агитаторов и

пропагандистов в среде рабочих и крестьян. «Поменьше политической трескотни, побольше внимания самым простым, но живым, из жизни взятым, жизнью проверенным фактам коммунистического строительства – этот лозунг надо неустанно повторять всем нам, нашим писателям, агитаторам, пропагандистам, организаторам и так далее» – писал В.И. Ленин [98, с. 13].

В этой связи, высокую значимость для В.И. Ленина имело создание общерусской политической газеты для систематической и всесторонней агитационно-пропагандистской работы среди простого народа [99, с. 9-13].

В послереволюционный период система образования превращалась в советскую пропагандистскую машину. В статьях и докладах Н.К. Крупской, профессионального революционера, государственного партийного и общественного деятеля, пропагандистская работа представлялась через практическую сторону: «Формы пропаганды весьма различны. Пропаганда ведётся устно – путём всякого рода бесед, лекций. Другая форма пропаганды – это пропаганда через печатное слово – через газету, брошюру, книгу. Третья форма пропаганды – показательная пропаганда через экскурсию, выставку, музей, кино, инсценировку. <...> Надо отдать себе отчёт в том, чтобы широко поставленная пропаганда в нашей стране должна идти рука об руку со школьной учёбой и детей, и подростков, и взрослых» [92, с. 3-32].

Дальнейшие советские исследования пропаганды также носили прикладной характер: изучение пропаганды среди отдельных целевых аудиторий (крестьян, молодежь и т.д.), отдельных видов деятельности (здорового образа жизни, труда и т.д.), изучение буржуазной антисоветской пропаганды, а также отдельных методов и видов пропаганды (экономической, внешнеполитической, военной и даже научной).

В 60-70-е гг. XX века основной задачей проведения социологических исследований по изучению массовых коммуникаций стал ответ на вопрос о том, в действительности ли в стране существует общественное мнение. В итоге, был сделан вывод о том, что общественное мнение представляет собой одну из форм

существования и выражения массового сознания, а не «всемирного», группового или классового, как предполагалось ранее.

Современные российские исследователи и стран ближнего зарубежья продолжают советскую традицию – изучение исторического наследия и политического влияния пропаганды. Однако комплексных исследований современной пропаганды как таковой крайне мало, поскольку авторы предпочитают изучать отдельные аспекты пропаганды: ее психологические инструменты, взаимодействие со СМИ, властью и пр.

Наиболее известным исследователем пропаганды в России в настоящий момент является политолог, социолог, публицист С.Г. Кара-Мурза (род. 1939). В книге «Манипуляция сознанием» (2000) большое внимание уделено влиянию общественных институтов, массовой культуры, а также средств массовой информации на формирование манипулятивной семантики и риторики (инструменты манипуляции сознанием). Автор отмечает, что человечество стоит на пороге создания такого типа общественного жизнеустройства, где главным и почти тотальным средством господства станет манипуляция сознанием [81].

Данный тезис подтверждает Г.Г. Почепцов (род.1949), украинский специалист в области коммуникативных технологий, теоретик вопросов стратегии, информационных войн и маркетинга: «... государства переназвали ее [*пропаганду*] информационной войной или информационными операциями, бизнес – рекламой и публичными реляциями, политтехнологии – избирательными технологиями. Все они направлены на то, чтобы с помощью коммуникации внести изменения в мышление человека, что должно привести его к поведению, выгодному для коммуникатора» [121, 125].

С точки зрения Г.Г. Почепцова современная пропаганда обуславливается спектром ключевых принципов: концептуализация, хаотизация, эмоционализация, феминизация и троллизация. Под концептуализацией автор понимает задействование культурного кода, обращение к сакральному уровню посредством оперирования в СМИ ценностными концептами. Хаотизация – быстрая и радикальная смена

освещения событий в СМИ. Эмоционализация – исключение рационального и замещение его эмоциональным, так как эмоции есть результат автоматической рефлексии. Фейковая информация имеет место тогда, когда отсутствует нужное (реальное) событие, что, в свою очередь вызывает потребность создания события сфабрикованного. Троллизация отражает индивидуальный взгляд на событие, который посредством интернета распространяется в широкие массы и становится уже мнением не индивидуальным, а массовым. И единственным методом борьбы с троллями – это коммуникация – «создание большого числа своих собственных интерпретаций» [128, 129].

Любое общественное явление со временем развивается, тем более, если оно имеет эффективную коммуникационную компоненту. Так, пропаганда сегодня приобретает не столько широкие масштабы, сколько трансформируется в совершенно новый феномен, созданный условиями демократии и мягкой силы, так называемая «пропаганда 2.0». Ее специфичность состоит в том, что он «вживается» не только в контекст средств массовой информации, но и в сферу культуры, искусства, литературы и пр., то есть, пропагандистскую направленность невозможно «прочитать». Кроме того, как выразился исследователь, «прошлая пропаганда [*Пропаганда 1.0*] как бы боялась войны, сегодняшняя пропаганда [*Пропаганда 2.0*], наоборот, боится мира, поскольку, по аналогии с этим солдатом, сложный мир перестает быть понятным» [126, 127].

Основная идея и цель современной пропаганды, по мнению российского философа Г.Л. Тульчинского (род. 1947), состоит в формировании мотивации, которая мобилизует человека на те или иные действия, в создании конкретной картины мира, в которой человек сам делает выбор, принимает решение, адекватное сформированной мотивации и созданной искусственно картине мира. В данном контексте автор сравнивает понятия пропаганды и public relation (связи с общественностью): «Пропаганда имеет цель побуждения к действию на основе формирования определенных убеждений. PR не ставит целью кого-то в чем-то убеждать или переубеждать. <...> Разница в нравственном посыле, если угодно, в

метафизике нравственности, исходной установке на отношение к другим – или как объектам игры без правил, или свободным (и ответственным) партнерам» [156].

Кроме того, пропаганда, по мнению исследователя, отличается как по научным основам своей организации – связью с жизнью, направленностью на социальные интересы, так и по характеру своего воздействия на общественное мнение – наступательностью, активностью и непрерывностью.

Таким образом, подводя итог, отметим, что понятие «агитационно-пропагандистская работа» содержит в себе два термина «пропаганда» и «агитация», объединенных в словосочетание для характеристики сложной широкомасштабной многофункциональной разъяснительной работы, побуждающей к действию.

Толкование понятий «пропаганда» и «агитация» в отечественной и зарубежной научной литературе, рассматривается в широком и узком смысле с философских, политических, исторических, и культурологических позиций. Так, отечественный научный подход к сущности пропаганды строится на ее понимании как вида деятельности, имеющей государственно-политический характер, и выполняющей две важные функции: поддержку господствующей идеологии и просвещение общества.

В зарубежных теориях пропаганды акцент делается на коммуникации как стержневой характеристике пропаганды и ее основной функции – изучении общественного мнения и влиянии на него через средства массовой информации.

Вместе с тем, основные теоретические положения пропаганды и агитации, рассмотренные выше в рамках общей теории коммуникации – «архетипы», теория стереотипов, массовое сознание, коммуникативные модели, невербальный язык коммуникаций, «информационный шум» и пр., являются базой для понимания процессов формирования общественного мнения и управления им через различные формы коммуникаций, раскрывают суть мотивации поведенческих решений индивида или группы людей, в том числе для использования в сфере физической культуры и спорта.

1.2 Анализ пропаганды спорта в структуре подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе

Пропаганда как вид деятельности по распространению взглядов, идей, позиций, как целенаправленная коммуникация и средство регуляции поведения индивида и социальных групп, прочно вошла во все сферы жизни людей, одной из которых является физическая культура и спорт.

М.В. Шишигин писал, что объектами пропаганды физической культуры является многомиллионная аудитория, различаемая по уровню физической подготовленности, возрасту, гендерным характеристикам, профессиональным и другим особенностям. Субъектами пропаганды физической культуры, в свою очередь, могут выступать различные социальные группы. Чтобы понять процессы пропаганды, необходимо учитывать социальные интересы ее субъектов, их соотносимость с интересами общества в целом, а также с отдельными группами, к которым обращена пропаганда. Это позволит определить содержание пропаганды и оказать существенное влияние на выбор ее средств, форм и методов [170, 171].

Применяя научный подход, который предполагает, что эффективная пропаганда строится на базе социально-исторической парадигмы, как системообразующего звена, мы рассматриваем этапы развития пропаганды спорта в России с исторической точки зрения. Под парадигмой в данном контексте подразумевается концептуальная модель постановки проблем и их решений, методов исследования, господствующих в течение определенного исторического периода [143, с. 977].

Рассмотрим каждый период через призму источников, содержание которых отражает, на наш взгляд, характер парадигмы, порождающий формы и средства пропаганды на определенном этапе развития общества.

Данный подход отражен в таблице 1.

Таблица 1 – Периодизация этапов развития пропаганды спорта в России на основе социально-исторической парадигмы

Период	Парадигма	Формы пропаганды
Вторая половина XVIII в. – 1914 г.	Создание школы физического воспитания, вступление России в Международное олимпийское движение	<ul style="list-style-type: none"> • организация спортивных кружков и обществ, • обязательные физические упражнения для детей дворянства, • создание физически крепкого воина Русской армии, • создание специализированных печатных изданий, • курсы П.Ф. Лесгафта
20-40-е гг. XX в.	Формирование нового советского человека, строителя социализма-коммунизма, сильного духом, крепкого телом – «ЗОЖ»	<ul style="list-style-type: none"> • спортивные парады, • наглядная агитация через печатные издания (плакат и т.п.) и кино, • введение норм ГТО, кино, • создание учебных заведений по подготовке специалистов в области ФКиС
Послевоенный период - 80-е гг. XX в.	Холодное противостояние двух систем – участие в международном олимпийском движении, победы на спортивной арене – «Спортивные рекорды» как доказательство преимущества социалистического строя	<ul style="list-style-type: none"> • трансляция международных соревнований по телевидению и радиовещанию, • распространение информации о спорте во всех изданиях, • проведение Олимпиады-80, • популяризация песен о спорте, • вовлечение детей и молодежи в массовый спорт
90-е гг. XX в.	Перевод физкультурно-спортивных деятельности на рыночные отношения	<ul style="list-style-type: none"> • коммерческие турниры, • телешоу, • спортивная реклама
2000-е гг. – по настоящее время	Формирование образа спортсмена высоких достижений, участвующего в общественно-политической жизни; здоровье нации через физическую активность	<ul style="list-style-type: none"> • телешоу, • кино- и телефильмы, • трансляция международных соревнований, • проведение Олимпиады-2014, Универсиад 2019 г., • проведение международных соревнований (Чемпионаты мира, этапы кубка мира и т.п.) по различным видам спорта, • социальная реклама, • спортивные форумы в Интернет, • фанклубы, • группы в социальных сетях

1. Создание школы физического воспитания в дореволюционной России можно изучать на основе анализа литературы о воспитании, устройстве быта и государственном строе. Так, И.И. Бецкой во второй половине XVIII в. составил «Краткое наставление, выбранное из лучших авторов, с некоторыми физическими примечаниями о воспитании детей от рождения до юношества», в котором рассматривает и «популяризирует» физическую активность как неотъемлемую часть воспитательного процесса и становления личности ребенка [90].

Примером пропаганды воинского и духовного подвига, на основе физического воспитания явилась военно-педагогическая система полководца А.В. Суворова (1729-1800), изложенная в трудах «Полковое учреждение» и «Наука побеждать» [149], которая в дальнейшем легла в основу государственного подхода к физической подготовке в военном деле. А именно, привлечение в конце XIX в. выдающихся представителей науки профессора П.Ф. Лесгафта и генерала А.Д. Бутовского к разработке положений военно-физической подготовки и физического воспитания учащихся, что в последствии было использовано для решения задач организации физического воспитания среди гражданского населения в России, о чём пишут А.А. Обвинцев, А.А. Горелов [117].

Просветительская деятельность представителей педагогической и медицинской науки, практикующих учителей, педагогов, врачей, а также многих энтузиастов спорта сыграла роль на вхождение в моду на рубеже XIX-XX вв. здоровых спортивных развлечений, таких как гребля, бег на коньках, фигурное катание. В работах Н.И. Новикова, А.Н. Радищева, Л.Н. Толстого, А.П. Протасова указывается, что подвижные игры, закаливание, физические упражнения и народные танцы являются важным аспектом физического здоровья подрастающего поколения. Их популярность среди представителей интеллигенции, служащих и учащейся молодежи создаётся через организацию многочисленных обществ и кружков любителей спорта в крупных городах страны, что отражалось на страницах многих спортивных периодических изданий, о чём читаем у Л. Куна [94], Г.С. Деметера [45], М.А. Солдатовой [145].

Необходимо подчеркнуть, что в зарождении и развитии отечественного спортивного движения, в пропаганде лучших достижений отечественных спортсменов большая роль отводилась Санкт-Петербургу и Москве, где стали проводиться первые чемпионаты России по отдельным видам спорта, образовывались теоретические и методические центры, занимающиеся вопросами развития спорта в стране. Работы В.А. Таймазова [150] посвящены изучению исследований И.М. Сеченова и П.Ф. Лесгафта, которые раскрывали общие закономерности, приведшие к формированию понимания и необходимости физического воспитания и спортивной тренировки для человека.

Создание Российского Олимпийского комитета в 1911 г. и вступление России в международное олимпийское движение повысило интерес государства к организации спортивного дела. В стране учреждается Канцелярия Главнонаблюдающего за физическим развитием народонаселения Российской империи, данный орган возглавил генерал В.Н. Воейков, при активном содействии которого еще в 1909 г. в Санкт-Петербурге на базе окружных гимнастических курсов была создана Главная гимнастическо-фехтовальная школа (ГГФШ) – первое в России официальное высшее учебное заведение, которое готовило офицеров, специалистов по физической культуре для российской армии. В 1914 г. создается специальная общественная организация – Временный совет по делам физического развития населения. Данную тему раскрывают в своих исследованиях А.А. Обвинцев, А.А. Горелов [116].

Таким образом, начинается планомерная работа по созданию «школы» физического воспитания, распространению идей физического самосовершенствования и олимпийского движения.

2. Анализ работ в области изучения пропаганды физической культуры и спорта в период становления советского государства (20-40-е гг. XX в.) свидетельствует о переходе к идеологическому обоснованию идеи физического воспитания, что отразилось в парадигме – формирование образа «нового» советского человека, строителя социализма-коммунизма, «сильного духом, крепкого телом».

С 1918 г. новые государственные органы, ответственные за спортивное воспитание трудящихся (Главное управление Всеобуча, Высший совет физической культуры (ВСФК), на первый план выводят подготовку пролетариата к классовым боям. Вводится обязательный всесоюзный спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО). Как писал Ф. Бенак, «между марксизмом, физкультурой и физическим воспитанием существует самая тесная связь, ибо марксистская борьба, направленная к завоеванию экономического равенства для всего человечества, является в последнем счёте борьбой за здоровую физическую культуру общества» [26]. Подобные публикации того времени носили явно политический пропагандистский характер, не отражая, при этом, сути развития спортивного движения.

Особо важную роль в привлечении населения к занятиям физической культурой и спортом стала играть наглядная агитация – художественные плакаты, кинофильмы о спорте, проведение парадов физкультурников, первый из которых состоялся 25 мая 1919 года на Красной площади. В дальнейшем парады проходили нерегулярно, чаще всего приурочивались к крупным событиям и датам до введения в 1939 году Всесоюзного дня физкультурника. Участниками парада преимущественно являлись отряды Всеобуча. С каждым годом количество их участников неуклонно росло, о чём свидетельствуют данные цифры: в 1924 году – 18 тыс., в 1928 – 30 тыс., в 1931 году – 40 тыс., в 1932 – 70 тыс., в 1933 – 80 тыс. человек [111, 124].

В 20-30-х годах XX века началась целенаправленная деятельность по созданию методических рекомендаций для активистов-подвижников, где основное внимание уделяется практическим приёмам и средствам агитации и популяризации основ физкультуры среди трудящихся и молодежи, что отражено в публикациях Л.О. Каневского [80], А.Н. Шифрина [169], И.Л. Солоневича [146].

В период Великой отечественной войны 1941-1945 гг. и послевоенный период А.П. Пустоваловым [133] осмысливалось не только значение физической подготовленности советский воинов, но и роль советского спорта в мировых рекордах.

Идеи пропаганды спорта, отраженные в деятельности революционеров-организаторов физкультурного дела, Б.А. Кальпуса, Н.И. Подвойского, И.А. Жолдака, получая поддержку на правительственном уровне, подтверждали тезис о том, что занятия физической культурой являются неотъемлемой частью коммунистического воспитания советского человека.

3. Послевоенный период – 80-е гг. XX в. – время восстановления и укрепления СССР на международной арене предопределило парадигму пропаганды советского спорта – доказательство преимущества социалистического строя.

Доказательная база строилась не только на завоевании наград на международных соревнованиях, но и превращении сферы спорта в социальное явление, воспринятое обществом. По инициативе начальника отдела агитации и пропаганды Всесоюзного Комитета по делам физической культуры и спорта С.П. Павлова (в дальнейшем председателя Комитета по физической культуре и спорту при Совете министров СССР) в 1957 г. создаётся Государственный музей физической культуры в Москве и при нём центральная библиотека, в основе экспозиции материалы института физической культуры. Появление музея не только способствовало сохранению истории российского и международного спорта, но и стало своеобразным катализатором углубления и расширения работы по пропаганде спорта [45].

Стоит отметить, что в послевоенный период продолжают активно публиковаться сборники материалов в помощь пропагандистам физической культуры и спорта [32, 109, 157], в то же время появляются первые обобщающие труды, так исследователь А.А. Волков представил опыт работы по пропаганде физкультурных организаций и культурно-просветительных учреждений [38].

Новацией в пропаганде физической культуры и спорта становится проведение в 1963 г. Первой Всесоюзной художественной выставки «Физическая культура и спорт в изобразительном искусстве», где было представлено более пятисот произведений живописи, скульптуры и графики, а посетило выставку

более ста тысяч человек. Впоследствии такие выставки стали проходить на постоянной основе (1967, 1971, 1979, 1983 гг.).

Развитие кино, как средства массовой культуры сыграло большую роль и в пропаганде физической культуры и спорта. Организация киножурнала «Советский спорт» (1946 г.), создание Федерации спортивного кино и телевидения (1957 г.) ввело в практику проведение всесоюзных фестивалей спортивных фильмов, а также участие страны в международных спортивных кинофестивалях. В фильме «Спорт, спорт, спорт!» (1970) режиссера Э. Климова, представленном на Первом Всесоюзном фестивале спортивных фильмов (1966 г.), была предпринята попытка анализа спорта во всем его многообразии и сложности. Этот фильм, использовавший, и документальный, и художественный жанр, стал лауреатом на международном фестивале спортивных фильмов в Югославии (1972 г.). Важное пропагандистское значение имело создание учебных фильмов, таких как «Техника вольной борьбы», «Техника лыжника-гонщика», «Самбо», «Воспитание культуры движений гимнаста», «Прыжки на лыжах с трамплина» и др.

С развитием телевидения в 50-х годах особое место в сетке вещания стали занимать спортивные передачи и трансляции соревнований, в том числе комплекс утренней гимнастики. Спортивно-развлекательные передачи, такие как «Молодцы», «Мама, папа и я – спортивная семья», программа из ГДР «Делай с нами, делай, как мы, делай лучше нас» способствовали массовому проявлению интереса к спорту, приобщению советских граждан к занятиям физической культурой, организации массового физкультурного движения. По аналогичному пути развивалось и спортивное радиовещание. Среди современных исследователей аудиовизуальных средств С.И. Гуськов [43], С.Н. Ильченко [58].

Особое место в этот период в пропаганде физической культуры и спорта занимает пресса. В СССР издавалось четырнадцать спортивных газет и двадцать журналов. Всесоюзная газета «Советский спорт» (разовый тираж около 4 млн. экз.) с приложениями «Футбол-хоккей» и «64» освещали основные проблемы и вопросы физкультурного движения, крупнейшие спортивные события, вопросы физического воспитания. Ежемесячные всесоюзные журналы – «Физкультура и

спорт», «Легкая атлетика», «Спортивные игры», «Теория и практика физической культуры», «Спорт в СССР» (приложение к журналу «Советский Союз», выходил на русском, английском, французском, венгерском, испанском, немецком языках), «Спорт за рубежом», «Шахматы в СССР», «Шахматный бюллетень», «Физическая культура в школе» – издания научно-теоретического, общественно-политического, методического и информационного характера. Важную часть в пропаганде физической культуры и спорта занимали республиканские газеты на языках народов СССР, центральные газеты – «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Красная звезда», массовые журналы – «Огонек», «Смена», «Сельская молодежь», «Здоровье», «Работница». Изучению печатной прессы посвящены работы Е.А. Слюсаренко [142].

Важно отметить, что советская система пропаганды и агитации была весьма эффективна и имела высокие результаты в воздействии на население страны. М.В. Шишигиным [170, 171], В.У. Агеевцем [16, 164], Е.Ф. Долгополовой [51], Е.Н. Гребенниковым [147] и другими активно изучаются социально-экономические вопросы совершенствования наглядно-массовой пропаганды, влияния СМИ в пропаганде физической культуры и спорте, а также использования социально-педагогических аспектов воздействия такой пропаганды на молодёжь и общество в целом.

Имея собственную организационно-управленческую структуру советская система пропаганды физической культуры и спорта, располагала самыми современными на тот момент средствами распространения информации, а также обладала штатом журналистских и пропагандистских кадров.

4. С распадом СССР в 90-е гг. XX в., лишением страны монополии на единственную и целостную идеологию, пропаганда как явление стала восприниматься как нечто негативное, что снизило ее роль и значимость в жизни общества. Перевод физкультурно-спортивных деятельности на рыночные отношения изменил парадигму пропаганды спорта. Государственная агитационно-пропагандистская работа в сфере физической культуры и спорта значительно сократила свою активность, смещение произошло в сторону коммерциализации

спорта, позиционирование которого стало осуществляться через новые формы – популяризацию коммерческих спортивных турниров, спортивных телешоу, рекламу спортивных товаров и услуг. При этом отлаженные формы государственной пропаганды предыдущего периода по инерции продолжали существовать.

В научных исследованиях акцент смещается на изучение информационно-образовательной среды и роли информационно-пропагандистской деятельности на формирование интереса к физической культуре в работах П.А. Виноградова [34, 35, 36], О.А. Аксеновой [20] и С.С. Филиппова [159] в связи с развитием новых информационных технологий и возрастанием роли средств массовой информации.

С конца 90-х и до начала 2000-х годов формируется новая парадигма пропаганды, источником которой, во многом являлось личное отношение к спорту президентов новой России, сначала Б.Н. Ельцина, в дальнейшем В.В. Путина, их личного примера и наличия персонального спортивного имиджа.

5. Парадигма пропаганды спорта с 2000-х гг. по настоящее время выстраивается в соответствии с формированием в общественном сознании идеи ответственности государства за здоровье нации средствами физической культуры, в том числе, повышения престижа спортсмена, тренера, активно участвующих в общественно-политической жизни страны (И. Винер-Усманова, А. Карелин, С. Журова, А. Кабаева, С. Хоркина, А. Сихарулидзе, Л. Лазутина, Н. Валуев, И. Роднина, А. Карпов, В. Фетисов и др.). Образ спортсмена вошел в моду и стал демонстрироваться в спортивных телешоу, кино- и телефильмах.

Апогеем пропаганды спорта в современной России становится проведение крупнейших международных соревнований (Универсиада-2013, Олимпиады-2014, Чемпионат мира по футболу-2018 и др.). Как форма пропаганды спорта возрождается организация выставок на спортивную тему, создаются фонды, издаются научно-популярные сборники о различных видах спорта. Так, например, популяризация игры в хоккей с шайбой получила свое развитие на страницах книги для детей «Хоккей в искусстве» Т.Э. Кругловой и Е.А. Серовой [91], где описаны основные предметы изобразительного искусства, живописи, скульптуры,

фотографии, посвященные хоккею, от появления коньков (XVI в.) и до хоккейных баталий на современных Олимпийских играх и международных турнирах.

В научной литературе отражаются проблемы и задачи пропаганды спорта и пути ее осуществления на современном этапе. Исследователи начинают заниматься изучением роли органов исполнительной власти в сфере пропаганды спорта, что представлено в работах О. Вдовина [33]; социальных и педагогических аспектов управления пропагандой, пропаганды, агитации и рекламной деятельности в области физической культуры и спорта – в работах Л.Б. Шороховой [172, 174]; вопросов влияния современных СМИ на уровень пропаганды и организации рекламной и маркетинговой деятельности – в работах М.Ю. Бувалина [31], Л.Б. Шороховой [173], М.С. Голоковой [40, 41], А.Н. Гришанина [42], В.А. Кукалевой [93], А.А. Люевича [107].

Через мониторинги СМИ П.А. Виноградовым и Ю.В. Окуньковым [112] проводятся исследования влияния пропаганды здорового образа жизни, физической культуры и спорта на общество; в работах О.В. Тиуновой, Д.А. Фильченкова [152] – оценка её эффективности.

В последнее десятилетие Е.А. Истягиной-Елисейевой активно изучаются вопросы спортивно-исторического наследия [61, 62, 63].

Ссылаясь на М.В. Шишигина, который еще в 70-гг XX в. отмечал, что «эффективность целенаправленной пропагандистской деятельности зависит от знания пропагандистскими кадрами возможностей и особенностей всей системы средств пропаганды и каждого в отдельности, от умения на научной основе управлять сложным и многообразным пропагандистским механизмом» [171], необходимо отметить, что в поле внимания современных исследователей попадает и процесс подготовки к агитационно-пропагандистской работе, формирования соответствующих компетенций у студентов вузов физической культуры, что представлено в исследованиях Н.Б. Пухаревой [134], диссертационных работах Л.Б. Шороховой [172] и Н.А. Шакиной [168]; влияния системы пропаганды ФК и С на образование и воспитание студенческой молодежи – у И.В. Акрамовского [18],

К. Джона [46], Г.В. Дивиной [49], А.Т. Паршикова [88], А.А. Олейник [119], И.В. Саланина [138], И.А. Степанюк [148].

Свидетельством актуализации роли государства и различных общественных объединений при осуществлении пропаганды физической культуры и спорта является принятие законодательных и стратегических программных документов, отражающих цели, задачи и направления агитационно-пропагандистской деятельности, которые лежат в области массовых коммуникаций, рассмотренные А.А. Поярковым [130], А.В. Манойло [108].

Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ [5], определяет полномочия органов государственной власти и местного самоуправления в области пропаганды спорта. На уровне федеральных органов власти осуществляется разработка, принятие и реализация программ по пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни. В ведении субъектов Российской Федерации находится информационное обеспечение региональных и межмуниципальных официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий. Органы местного самоуправления в области физической культуры и спорта ответственны за популяризацию физической культуры и спорта среди различных групп населения.

Агитационно-пропагандистская работа, в том числе, осуществляется в рамках действия Федеральных законов «О средствах массовой информации» (от 27.12.91 N 2124-1) [7] и «О рекламе» (от 13.03.2006 N 38-ФЗ) [6], которые обеспечивают реализацию права на свободу слова, доступ к массовой информации и определяют особенности применения рекламных сообщений в процессе прямой трансляции спортивных соревнований.

В 2003 году группой учёных В.В. Кузиным, А.Т. Паршиковым, П.А. Виноградовым, Н.В. Паршиковой, В.П. Моченовым совместно с Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и спорту была разработана и опубликована Концепция информационно-образовательной кампании по пропаганде физической культуры и здорового образа жизни среди детей, подростков и молодежи. Концепция опирается на

стратегическую цель государства – укрепление здоровья нации, прежде всего, детей и молодежи, посредством всемерного развития физической культуры и спорта в государстве. Особая роль в Концепции отводится средствам массовой информации, прежде всего, телевидению и Интернет-ресурсам, организации спортивных каналов и программ, в том числе образовательного характера, для широкой аудитории, направленных на формирование социально-психологического иммунитета девиантному образу жизни [87].

Стоит отметить, что в документе представлены результаты опроса руководителей физкультурного и спортивного движения России и её регионов, посвященного исследованию проблем функционирования средств массовой информации после 1995 г. Респондентами отмечается, что, невзирая на высокую значимость пропаганды физической культуры и спорта посредством СМИ, эффективность этой деятельности весьма низкая. Основными причинами такого явления стало то, что СМИ не реализуют своих воспитательных, просветительско-образовательных, а во многом и организационно-управленческих функций, и, как следствие – снижается роль физической культуры как ценности, определяющей поведение человека. СМИ, таким образом, не являются проводниками государственной политики в сфере физической культуры и спорта. Исходя из текста Концепции, императивными условиями усиления пропагандистского воздействия являются следующие: 1) степень близости информации к образу жизни и образу мыслей человека, 2) степень прибавления информации к уже имеющимся знаниям человека, 3) необычность преподнесения информации, 4) эмоциональный настрой аудитории, и 5) эффект соучастия слушателя.

Авторы, определяя цель Концепции, отводят главенствующую роль повышению эффективности информационных и образовательных средств в формировании потребности в регулярных занятиях физической культурой и спортом, а критериями эффективности устанавливают: «на уровне сознания – уровень информированности и знаний по вопросам физической культуры, здорового образа жизни; на уровне поведения – отношение к физической культуре

и спорту, т.е. активные занятия физкультурой и спортом, участие в тех или иных кампаниях, мероприятиях».

Данная Концепция формулирует общие методические подходы к организации пропаганды ФК и С на федеральном уровне через привлечение государственных теле- и радиоканалов, разработку системы пропагандистского сопровождения массовых физкультурно-спортивных мероприятий, в том числе в общеобразовательных школах, дошкольных учреждениях и учреждениях дополнительного физкультурного образования, а также в медицинских учреждениях. Текст Концепции представлен в научном журнале, ссылок, как на действующий нормативный документ не найдено.

Действующим программным документом по планированию и реализации пропаганды ФК и С является «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года» [9], которая последовательно продолжает линию «Стратегии развития физической культуры и спорта в России на период до 2020 года» [11], где особое внимание уделено разработке и реализации комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта, необходимости поддержки проектов в СМИ, на ведущих телевизионных каналах, в том числе спортивных; формированию государственного заказа на создание и распространение кинематографической, печатной и наглядной продукции, телерадиопрограмм и Интернет-ресурсов; разработке и реализации всероссийских информационно-пропагандистских кампаний; проведению оценки эффективности пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Совершенствование и развитие механизмов пропаганды, заявленные в Стратегии-2030, предусматривают:

- формирование потребностей (осознанного отношения) к занятиям физической культурой через адресные коммуникации;
- привлечение негосударственного сектора к популяризации занятий физической культурой;
- дифференцированный подход к формированию модели здорового образа жизни;

- организация просветительской работы в образовательных организациях, по месту жительства и работы граждан;

- совершенствование форм гражданско-патриотического воспитания;

- совершенствование и развитие механизмов информационно-коммуникационного сопровождения деятельности в сфере физической культуры и спорта, реализация проектов и мероприятий, направленных на пропаганду физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Одним из механизмов исполнения государственных стратегических документов по развитию спорта является реализация федерального проекта «Спорт – норма жизни» (2019-2024 гг.), в рамках которого создаются условия для занятий физической культурой и спортом, массовым спортом для всех групп населения [194]. Через привлечение к участию в проекте, через популяризацию физической культуры и спорта путем мотивации населения, активизации спортивно-массовой работы на всех уровнях и в корпоративной среде, в том числе вовлечения в подготовку и выполнение нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» должно увеличиться количество граждан, регулярно занимающихся спортом: от показателей 2020 года – более 40%, к 2024 году – до 55%, к 2030 году – до 70%.

Актуальность данного исследования, в том числе, определяется размером бюджетных средств, выделяемых государством на реализацию данного проекта – 151 470,62 млн. рублей, из которых определено:

- на проведение физкультурных и комплексных физкультурных мероприятий для всех категорий и групп населения – 4 831,50 млн. рублей;

- на изготовление медиапродукции по пропаганде физической культуры и спорта – 1 400,00 млн. рублей;

- на выполнение научно-исследовательской работы, включающей социологический опрос для определения факторов мотивации населения к систематическим занятиям физической культурой и спортом – 50,00 млн. рублей.

В рамках освещения данного вопроса представилось интересным раскрыть роль основных политических партий в России в вопросах пропаганды ФК и С и здорового образа жизни на современном этапе.

«Единая Россия», как правящая партия реализует Партийный проект «Детский спорт». Оператором проекта является Всероссийская федерация детского спорта, координатор В.А. Фетисов, руководитель/соруководитель И.К. Роднина/О.С. Слуцкер. Данный проект создавался с целью обеспечения спортивного досуга детей и подростков, формирования здорового образа жизни, развития массового спорта, пропаганды спорта, как основы воспитания здорового и социально активного подрастающего поколения [189]. Проект направлен не только на улучшение материально-технической базы дворовых и школьных спортивных площадок, поддержку «учителей физической культуры» и «дворовых тренеров», но и формирование системы информационно-агитационного сопровождения проводимых спортивных соревнований и праздников, фестивалей, викторин, мастер-классов и встреч с чемпионами.

Коммунистическая партия РФ в своей программе провозглашает борьбу за нравственное и физическое здоровье граждан без раскрытия механизмов реализации данного тезиса [190]. В программе партии «Справедливая Россия» звучит призыв обеспечить равные возможности для занятий спортом всех социальных групп населения России [192]. Более широко представлены положения о развитии ФК и С в программе ЛДПР, где отмечается, что физическая культура и спорт в России может строиться только на развитии и поддержке массового спорта, строительстве спортивной инфраструктуры, что позволит обеспечить более широкие возможности населению заниматься физической культурой и спортом по месту жительства [191].

Таким образом, рассматривая развитие пропаганды физической культуры и спорта в России с исторической точки зрения, мы опирались на подход, строящийся на базе сложившейся социально-исторической парадигмы, доминирующей, по нашему мнению, на определенном периоде развития общества.

Логика изменения парадигмы и, как следствие, преобладание тех или иных форм и средств пропаганды спорта, соответствовали социально-экономическим и политическим изменениям в стране – от работы по созданию «школы» физического воспитания и агитплакатов до государственной планомерной структурной деятельности по вовлечению населения в занятия физической культурой и повышения интереса к здоровому образу жизни.

В настоящее время реализация заявленных общенациональных задач невозможна без осуществления адресной и продуманной пропаганды, следовательно, необходимы – более четкое определение полномочий органов государственной власти и иных общественно-политических сил для осуществления агитационно-пропагандистской деятельности, мероприятий по разработке структуры и содержания работы, определения кадрового состава и функций, занимающихся вопросами пропаганды физической культуры и спорта, ее информационного сопровождения.

Решение данных вопросов предполагает встречную целенаправленную работу на двух уровнях, первым из которых является федеральный уровень (макроуровень), отражающий задачи государства по формированию ценностей здоровья граждан, продолжительности жизни и повышения качества жизни с использованием инструментов пропаганды. Второй уровень отражает работу на микроуровне, а именно, работу по подготовке студентов к агитационно-пропагандистской работе, будущих специалистов, которые смогут решать поставленные задачи в соответствии с использованием широкого спектра разнообразных средств пропагандистской деятельности и личного образовательного капитала.

1.3 Ключевые подходы к обучению агитационно-пропагандистской работе в структуре профессиональной подготовки студентов вузов физической культуры

Актуальность подготовки специалистов для ведения пропагандистской работы в области физической культуры и спорта, популяризации спорта и здорового образа жизни среди населения, как было сказано ранее, определяется задачами и стратегической линией государства, отраженными в федеральных законах и иных нормативных актах.

Основным документом, определяющим обязательные требования к высшему образованию по специальностям и направлениям подготовки в вузе, является федеральный государственный образовательный стандарт (далее – ФГОС) высшего образования. Федеральный государственный образовательный стандарт представляет собой совокупность обязательных требований к образованию определенного уровня и (или) к профессии, специальности и направлению подготовки, утвержденных в зависимости от уровня образования федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере общего образования или федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере высшего образования [4, ст. 2].

Действующий федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки «Физическая культура» (ФГОС, 2017) [12] закладывает в ряде универсальных и общепрофессиональных компетенций квалификационные требования к выпускнику вуза физической культуры в части формирования ценностных, мотивационных, коммуникативных, управленческих категорий, формирование которых необходимо для проведения агитационно-пропагандистской работы среди населения.

Необходимо отметить, что на определение требований к результатам освоения образовательной программы бакалавриата повлияло введение

профессиональных стандартов (ПС), что зафиксировано в ст. 195.1 Трудового кодекса Российской Федерации (№197-ФЗ от 30.12.2001 г., в редакции 2020 г.): «Профессиональный стандарт – характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции» [3].

Государственные профессиональные стандарты, соответствующие профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки «Физическая культура», через определение трудовых функций и действий конкретизируют данный вид деятельности [193].

Для изучения вопросов организации и контроля образовательного процесса следует обратиться к анализу нормативных документов. ФГОС по направлению подготовки бакалавров «Физическая культура», утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ № 940 от 17.09.2017, определяющий области и сферы профессиональной деятельности, в которой выпускники могут профессионально реализовываться – это сферы образования и науки (код 01), физической культуры и спорта (код 05). При этом ФГОС ориентирует на профессиональные стандарты, соответствующие данным областям профессиональной деятельности, входящими в Национальную систему квалификаций Российской Федерации (НСК РФ) (таблица 2):

- «педагог начального, основного, среднего общего образования» (01.001);
- «педагог дополнительного образования детей и взрослых» (01.003);
- «педагог профессионального образования» (01.004);
- «тренер» (05.003);
- «инструктор-методист» (05.005);
- «спортивный судья» (05.007);
- «руководитель организации» (05.008);
- «специалист по антидопинговому обеспечению» (05.019).

Таблица 2 – Соответствие областей профессиональной деятельности и профессиональных стандартов для сферы физической культуры и спорта

Наименование области профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт
01 Образование и наука (в сфере начального общего, основного общего, среднего общего образования, профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного образования, ф сфере научных исследований)	01.001 «Педагог (преподавание в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (учитель, воспитатель)»
	01.003 «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»
	01.004 «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования»
05 Физическая культура и спорт (в сфере физического воспитания, в сфере физической культуры и массового спорта, спортивной подготовки, в сфере управления деятельностью и развитием физкультурно-спортивной организации)	05.003 «Тренер»
	05.005 «Инструктор-методист»
	05.007 «Судья спортивных мероприятий»
	05.008 «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта
	05.019 «Специалист в области антидопингового обеспечения»

Национальная система квалификаций создана и получает дальнейшее развитие, как механизм согласования спроса и предложения на рынке труда: с одной стороны, она осуществляет учёт требований работодателя к знаниям, умениям и компетенциям выпускников, с другой – способствует формированию квалификаций от системы профессионального образования, что обуславливает новые требования к разработке и реализации образовательных программ профессионального образования, корректировке учебных планов [29].

В обновленном ФГОС применяется подход по формированию требований к результатам освоения программы, который, по нашему мнению, можно охарактеризовать как обобщённый, учитывающий требования профессиональных стандартов, но не детализированный и дающий возможность применения личностного авторского подхода к анализу компетенций. Так, в новом редакции ФГОС общекультурные компетенции заменены на универсальные, а общепрофессиональные компетенции определены стандартом как единые и обязательные для направления подготовки. Вместе с тем, профессиональные компетенции исключены и переведены в компетенцию образовательной

организации, разрабатывающей примерную основную образовательную программу (ПООП).

Авторы учебного пособия «Методические рекомендации по формированию примерных основных образовательных программ по направлениям подготовки «Физическая культура» и «Спорт» с учётом требований профессиональных стандартов» М.Ю. Щенникова, Т.М. Овсяк соотносят общепрофессиональные компетенции с дисциплинами базовой части примерного учебного плана по направлению подготовки бакалавриата «Физическая культура»; общепрофессиональные компетенции с содержанием трудовых функций и трудовых действий профессиональных стандартов, перечнем необходимых знаний и умений, в том числе формулируют обязательные профессиональные компетенции [177]. Данный подход предполагает корректировку примерных учебных планов и образовательных программ различной направленности, тематики и содержания учебных дисциплин. Вместе с тем, необходимо отметить, что искомое соответствие между образовательным стандартом и профессиональным стандартом не является прямым, что не представляется нам как положительный фактор.

Кроме нормативных документов, регламентирующих область профессионального образования, мы находимся в системе действия федерального законодательства, регулирующего отрасль физической культуры и спорта и образовательную деятельность в целом. Таким образом, с нашей точки зрения, сформированная нормативная база выступает в качестве системообразующих ограничителей и отражает подходы к подготовке специалистов на трёх уровнях:

1. На стратегическом государственном уровне, через деятельность органов государственной власти по формированию запроса на специалистов для выполнения определенных профессиональных функций.

2. На тактическом уровне в деятельности образовательных организаций профессионального образования (учебно-методических объединений), через реализацию образовательных стандартов, ориентированных на профессиональные стандарты.

3. На оперативном уровне в деятельности структурных подразделений образовательных организаций, осуществляющих подготовку по определенным образовательным программам, учебным планам, рабочим программам [72].

Устанавливая индикаторы достижения компетенций при освоении образовательной программы/дисциплины, мы ориентируемся на положения Национальной рамки квалификаций, которые определяют дескрипторы общей компетентности в профессиональной деятельности и раскрывают их в трёх показателях: «Показатель «Широта полномочий и ответственность» определяет общую компетенцию работника и связан с масштабом деятельности..., а также с полной реализацией в профессиональной деятельности основных функций руководства (целеполагание, организация, контроль, мотивация исполнителей). Показатель «Сложность деятельности» определяет требования к умениям и зависит от ряда особенностей профессиональной деятельности... Показатель «Наукоемкость деятельности» определяет требования к знаниям, используемым в профессиональной деятельности, зависит от объёма и сложности используемой информации, инновационности применяемых знаний и степени их абстрактности (соотношения теоретических и практических знаний)» [114].

По мнению Н.Ф. Ефремовой под категорией «знать» понимается процесс воспроизводства обучающимся учебного материала с требуемой степенью точности и полноты; под категорией «уметь» – освоенный способ выполнения действия, решения задачи с надлежащим качеством, под категорией «навык» – выполнение действий, доведенных в определенной степени до автоматизма, но осуществляемые осознанно. Причем данный показатель обученности сопрягается с категорией «владеть» – использование полученных навыков при решении усложненных задач в нетипичных ситуациях [53, 54, 55].

Обобщенные характеристики компетентности формируют *дескрипторы* – общие формулировки, описывающие контекст обученности, который ожидается от студентов на определенном уровне. Дескрипторы по сути и образуют оценочную шкалу, ориентирующую преподавателя относительно выбора образовательных технологий и оценочных средств.

Под дескрипторами компетентности мы также понимаем основные признаки сформированности компетенций в результате освоения образовательной программы (дисциплины) обучающимися, которые отражают уровень владения совокупностью компетенций и готовность выпускников к применению полученных знаний, умений и навыков в определенной области профессиональной деятельности.

Рассматривая в целом профессиональное образование в области физической культуры, следует отметить, что оно строится в ракурсе современной педагогической науки на основе реализации различных подходов. В частности, одним из ключевых, является компетентностный подход, который рассматривается авторами И.А. Зимней [57], В.В. Сериковым, В.А. Сластениным [139], А.В. Хуторским [163], В.Д. Шадриковым [165] и др., как способ определённого структурирования содержания образования для решения задач повышения качества высшего профессионального образования.

Реализация компетентностного подхода в профессиональной подготовке специалистов сферы физической культуры и спорта во многом строится на междисциплинарной интеграции, учитывая особенности отдельных дисциплин. Как утверждает Л.А. Липская [102], новые образовательные стандарты физкультурно-спортивного профессионального образования предусматривают интегрированное описание результатов образования, которые ориентированы, не только на обучение, но и на воспитание, развитие культуры личности будущего специалиста.

По мнению исследователей, занимающихся вопросами оценки обучения при реализации компетентностного подхода А.А. Шехониной, В.А. Тарлыковой, И.В. Клещевой, А.Ш. Багаутдиновой и др., компетентностно-ориентированные задания (КОЗ) направлены на комплексную познавательную, исследовательскую, проектную деятельность, а не на воспроизведение знаний и отдельных действий, тем самым они обеспечивают эффективность формирования компетенций студентов через содержание и технологии обучения, преподавание и оценку качества подготовки обучающихся [86].

Л.И. Лубышева отмечает, что процесс модернизации профессиональной подготовки специалистов по физической культуре и спорту, который осуществляется на современном этапе, направлен на разработку и внедрение инновационных технологий физического воспитания, в том числе, раскрывающих культуuroобразующий потенциал физической культуры [105]. В этом смысле важным является овладение студентом информационной культурой, которая будет существенным показателем готовности будущего специалиста в области ФК и С к современной педагогической деятельности, в рамках которой необходимо не просто находить нужную информацию, осмысливать ее, но и внедрять в практическую деятельность [103, 104].

Опираясь на интегративный подход в образовании при формировании компетенций агитационно-пропагандистской направленности, мы признаём целостность данного кластера компетенций, как на теоретико-содержательном, так и ресурсно-технологическом уровнях. В работах Г.Я. Гревцевой, М.В. Циулиной, Э.А. Болодуриной, М.И. Банниковой [59], Л.А. Липской [102] отмечается, что надпредметность, междисциплинарность, многофункциональность интегративного подхода определяют особые требования к организации образовательного процесса с использованием инновационных методов и приёмов обучения, которые способствуют раскрытию интеллектуального потенциала студентов, создают психолого-педагогические условия для самообразования, самовоспитания, саморазвития, социализации.

Следует отметить, что применение комплексного интеграционно-компетентного подхода в процессе профессиональной подготовки студентов вуза физической культуры создает условия для формирования коммуникативных, творческих, технологических, мотивационных и прочих способностей, что дает выпускникам конкурентные преимущества, отмечает В.А. Анисимова [22].

Модернизация физкультурно-спортивного образования по мнению А.Г. Казаковой [64], создаёт условия для внедрения информационно-образовательных технологий, что повышает требования к способностям и подготовленности педагога высшей школы к учебно-методической и научной

деятельности, выражающиеся в следующих категориях: академические способности (к научному поиску); дидактические способности (к организации образовательного процесса в высшей школе); коммуникативные способности (к педагогическому общению); организаторские способности (к организации своей деятельности и студентов); интеллектуальные способности (способности к эффективному выполнению умственной деятельности); креативные способности (способности к творческо-инновационной деятельности); способность противостоять синдрому эмоционального выгорания (не переутомляться, распределять правильно психическую энергию).

Для повышения эффективности физкультурно-спортивной деятельности, по мнению Е.А. Митина, преподавателям вузов физической культуры следует применять гуманитарные технологии при обучении студентов, суть которых заключается в «мягком влиянии» на поведение занимающихся, в результате которого педагог и занимающийся становятся союзниками, соратниками в реализации педагогической задачи [110]. Гуманитарные технологии предусматривают обязательное наличие обратной связи, диалога/общения между всеми участниками коммуникативного процесса. В узком смысле для нашего исследования они предстают в виде коммуникативных практик – связей с общественностью, рекламы, паблисити; в широком – пропаганды, освоение основ которых будет способствовать формированию знаний, умений и навыков в области физической культуры и спорта для привлечения аудитории (населения) к занятиям физической активностью.

Детализация компетенций агитационно-пропагандистской направленности в категориях результативного действия – знаний, умений, владений и опыта определяет систему подготовки к данному виду деятельности. Ориентируясь на позицию И.А. Зимней, что «компетентностный подход усиливает собственно практико-ориентированность образования, его прагматический, предметно-профессиональный аспект», нами был определен вектор данного исследования на изучение, разработку и применение практико-ориентированной методики обучения в сочетании с внеаудиторной работой [57]. Так, в исследовании

М.Н. Савосиной [137] предлагается модель формирования компетентности студентов физкультурного вуза по организации спортивно-массовой и физкультурно-оздоровительной работы, направленная на отработку практических умений будущих специалистов, Н.В. Пахаренко [123] – модель определения уровня профессиональных компетенций.

Подчеркивая роль преподавателя в конструировании всего учебного процесса, от формулирования содержательной части дисциплины до создания организационных условий, направленных на мотивацию студентов, следует отметить значение контроля и оценки результатов достижений.

Авторы, занимающиеся вопросами разработки технологий оценивания в процессе обучения (В.И. Звонников, Ю.Г. Татур и др.), указывают на трудности при оценке компетенций, которые в отличие от традиционных категорий (знаний, умений, навыков) обладают комплексным характером и зависят от множества факторов – содержания образования, организационно-технологических педагогических решений, методов обучения, стиля взаимодействия со студентами, характера практик и т.п. [56, 151].

Экспертное сообщество отмечает, что обновление оценочных технологий возможно за счёт разработки компетентностных заданий и расширения видов оценочных средств, повышающих их прогностичность в соответствии с задачами профессиональной подготовки.

Объективность (надежность) и обоснованность (валидность) оценивания результатов достижений студентов, по мнению В.С. Аванесова [15], базируется на методологии компетентного подхода и строится на теории педагогических измерений, предметом которой является уровень подготовленности испытуемых, представляющий собой единство знаний, умений, навыков, представлений. Понятие «подготовленность» он соотносит с понятием «компетентность», представляющую собой прагматическую, или утилитарную, проекцию общего содержания образования.

В соответствии с теорией педагогических измерений оценочный процесс в вузе, по утверждению Н.Ф. Ефремовой, должен быть организован на единой методологической основе и отвечать следующим критериям:

- валидности (объекты оценки соответствуют поставленным целям учебной дисциплины);
- надежности (используются единообразные согласованные критерии или стандарты);
- справедливости (разные студенты имеют равные возможности добиться успеха);
- развития (результаты студентов фиксируются для улучшения результатов);
- своевременности (поддерживается обратная связь);
- эффективности (задания являются выполнимыми, при этом не занимают много времени у преподавателей и студентов) [55].

Основные направления исследований, регламентирующие создание фондов оценочных средств, касаются разработки моделей оценивания и описания признаков проявления кластеров компетенций (дескрипторов), разработкой компетентностно-ориентированных заданий и экспертным анализом их качества.

Следует отметить, что применение компетентностного подхода предполагает учёт требований профессиональных стандартов, что даёт возможность сформулировать дескрипторы, описывающие контекст обученности студентов. При этом важное значение имеют технологии оценивания, обновление которых возможно за счёт разработки компетентностно-ориентированных заданий, что носит практический и прогностический характер в междисциплинарной интеграции и будет использовано нами в проведении педагогического эксперимента.

Исходя из этого можно заключить, что профессиональное физкультурное образование в России на современном этапе, направленное на решение задач повышения качества образования, строится на реализации принципа комплексности педагогических подходов, предполагающих их вариативность в

зависимости от постановки образовательных задач, в том числе при обучении студентов агитационно-пропагандистской работе в структуре их профессиональной подготовки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО ГЛАВЕ 1

Теоретический анализ феномена пропаганды позволил выделить сущностные подходы к обучению студентов агитационно-пропагандистской работе в сфере физической культуры и спорта.

Пропаганда физической культуры и спорта рассматривается в работе через призму социальной парадигмы, что позволило выделить критерии для периодизации исторических этапов её развития, начиная с эпохи становления системы физического воспитания в России второй половины XVIII века до настоящего времени. Под парадигмой в данном контексте подразумевается, в том числе, концептуальная модель постановки проблем и методов исследования на определенном историческом этапе, что дало возможность сделать историографический обзор изучения пропаганды физической культуры и спорта как социального и культурного явления.

В разработку теории пропаганды и ее составляющей, агитации, внесли вклад учёные-исследователи, историки и политики. В отличие от точки зрения отечественных авторов, делающих акцент на государственно-политическую функцию пропаганды, направленную на поддержку господствующей идеологии и просвещение общества, в зарубежных теориях актуализировано изучение феномена общественного мнения и влияния пропаганды на его формирование. Тем не менее, общим подходом к определению сущности пропаганды является распространение идей, взглядов, ценностей, значение которых приобретает особый смысл в условиях развития техники и информационных технологий, глобальной сети Интернет, создающих новые каналы коммуникации.

Модернизация системы профессиональной подготовки специалистов в области физической культуры и спорта, ориентированная на реализацию

компетентного подхода, направлена на разработку и внедрение инновационных технологий. Существенным компонентом современного образования является овладение студентами информационной культурой, в рамках которой необходимо не просто находить нужную информацию, осмысливать ее, но и внедрять в практическую деятельность, что представляет значимую часть готовности будущего специалиста в области физической культуры и спорта к агитационно-пропагандистской работе [60].

Наряду с постановкой вопросов о необходимости совершенствования обучения студентов физкультурных вузов на основе компетентного подхода для решения задач пропаганды физической культуры и спорта в части формирования ценностных, мотивационных, коммуникативных, управленческих категорий, на сегодняшний день остаются мало изученными вопросы подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе, не выявлено специализированных систем, методик, технологий, обеспечивающих настоящее направление и отражающих готовность студентов к применению приобретенных знаний, умений и навыков в будущей профессиональной деятельности.

Полученные нами данные явились основанием для проведения дальнейших исследований по анализу и оценке современного состояния подготовки студентов физкультурных вузов к агитационно-пропагандистской работе и определению педагогических условий её реализации.

Глава 2 ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Организация исследования

Диссертационное исследование проводилось с 2013 по 2020 гг. и строилось в соответствии со структурно-логической схемой его организации (рисунок 1) для



Рисунок 1 – Структурно-логическая схема организации исследования

эффективной реализации задач экспериментальной работы в рамках темы государственного задания НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург на выполнение научно-исследовательской работы «Диагностика качества

профессионального образования в области физической культуры и спорта с учетом требований национальной системы квалификаций».

Первый период (2013-2015 гг.) – *организационно-аналитический*: осуществлялось изучение литературы по проблеме исследования. Определялись теоретические и исторические аспекты пропаганды физической культуры и спорта в России, выявлялась роль мировоззренческих, коммуникативных, управленческих навыков специалистов при осуществлении агитационно-пропагандистской работы в сфере ФК и С. Проводился анализ процессов функционирования пропаганды спорта и факторов, влияющих на осуществление подготовки студентов физкультурных вузов к её осуществлению.

На данном этапе были определены цель и задачи, объект и предмет исследования. Был разработан методологический аппарат исследования, произведен отбор и обоснование методов исследования, определены формы организации и проведения эксперимента. В рамках изучения профессиональной направленности студенческой аудитории выявлялись установки, интерес, отношение к агитационно-пропагандистской работе в области физической культуры и спорта, в том числе, через привлечение студентов к внеучебной и воспитательной работе.

Автором осуществлялась разработка и реализация в вузе программ внеаудиторных мероприятий, направленных на популяризацию спорта и обучение студентов приемам агитационной работы: программа студенческого объединения «Клуб любителей футбола», культурно-спортивной программы Всероссийского слёта студентов-отличников вузов физической культуры.

На основе выводов первого этапа исследования выстраивался подход к определению методики подготовки будущих бакалавров физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

Второй период исследования (2016-2018 гг.) – *экспериментальный*: в образовательный процесс внедрялись модели, формы, технологии, обеспечивающие формирование мировоззренческих, коммуникативных,

управленческих компетенций будущих выпускников для осуществления агитационно-пропагандистской работы.

Экспериментальная работа осуществлялась на базе Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. В опытно-экспериментальной работе были задействованы студенты направления подготовки бакалавров «Физическая культура» (281 человек).

В срезовых опросах по определению потребностей аудитории в пропагандистской информации, оценке деятельности по осуществлению агитационно-пропагандистской работе приняли участие студенты и преподаватели, участники Всероссийского слёта отличников вузов физической культуры и спорта (124 человека); представители детских хоккейных команд – участники турниров по программе «Добрый лёд», реализуемых Благотворительным фондом Елены и Геннадия Тимченко (102 человека) [65, 75].

Цель педагогического эксперимента заключалась в проверке преобразований педагогического процесса в результате применения методик обучения студентов контрольной и экспериментальной групп агитационно-пропагандистской работе при освоении дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

Согласно требованиям по организации исследовательской работы нами были поставлены следующие задачи педагогического эксперимента:

- выявить степень сформированности установок, интереса, мотива, побуждения, осознанного отношения к профессиональной деятельности, выраженных в представлениях студентов о пропаганде спорта, оценке агитационно-пропагандистской работы и степени удовлетворенности учебно-познавательной деятельностью, в контрольной и экспериментальной группах на констатирующем и обобщающем этапах эксперимента;

- провести диагностику уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности, используя диагностический инструментарий по блокам компетенций (ценностно-мировоззренческом,

профессионально-коммуникативном, организационно-технологическом) и по совокупности, у студентов контрольной и экспериментальной групп на формирующем этапе эксперимента;

- проанализировать результаты формирующего этапа эксперимента в контрольной и экспериментальной группах;

- оценить достоверность результатов эксперимента и соответственно эффективность внедрённой экспериментальной методики обучения на основе практико-ориентированных заданий в соответствии с таксономией образовательных целей.

Схема организации педагогического эксперимента представлена ниже, на рисунке 2.

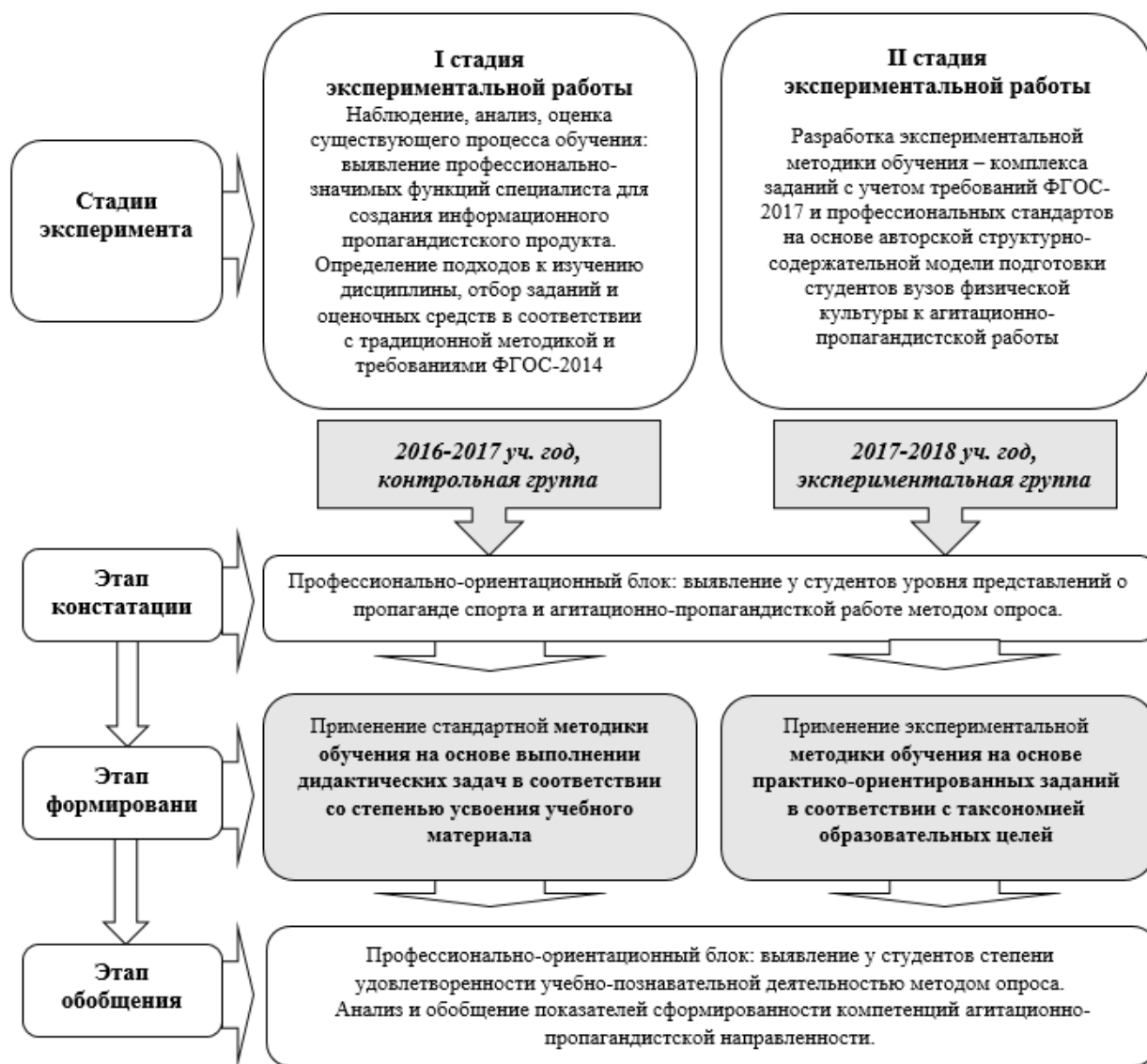


Рисунок 2 – Схема организации педагогического эксперимента

В контрольной группе применялась стандартная методика обучения на основе выполнении дидактических задач в соответствии со степенью усвоения студентами учебного материала, в экспериментальной группе внедрялась экспериментальная методика на основе практико-ориентированных заданий в соответствии с таксономией образовательных целей, учитывающая ключевые компоненты структурно-содержательной модели подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.

По результатам проведения первичной диагностики на констатирующем этапе эксперимента были получены данные, отражающие сформированность представления студентов об агитационно-пропагандистской работе и мотивационно-ценностные характеристики испытуемых – выявлена степень значимости пропаганды спорта среди молодежи и самооценка подготовленности студентов вузов ФК и С к данному виду деятельности в дальнейшей профессиональной занятости.

Формирующий этап эксперимента был обусловлен объективным характером изменений в образовательной и профессиональной среде. Внедрение методик обучения осуществлялось согласно стадиям экспериментальной работы.

На II стадии экспериментальной работы был проверен разработанный оптимальный вариант содержания рабочей программы по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФК и С», в котором учтены компоненты структурно-содержательной модели подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

В ходе проведения *заключительно-обобщающего периода* исследования (2019-2020 гг.) была проведена итоговая работа по обобщению, анализу и сопоставлению полученных результатов, проверка их на объективность.

Осуществлена диагностика эффективности реализованных элементов рабочей программы дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФК и С» и внеаудиторных мероприятий в системе подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе в профессиональной сфере.

В целях экспериментального обоснования эффективности реализации методики обучения на основе практико-ориентированных заданий с использованием таксономии образовательных целей и объективной интерпретации результатов измерений были проведены итоговые оценочные мероприятия с помощью математико-статистических расчётов. Исследована степень удовлетворенности студентами учебно-познавательным процессом по подготовке к агитационно-пропагандистской работе.

Формулировались окончательные выводы исследования и практические рекомендации, завершалось оформление диссертационного исследования.

2.2 Методы исследования

В рамках научного исследования для решения поставленных задач применялся ряд взаимосвязанных и взаимодополняющих методов – теоретических, эмпирических, специальных, выбор которых основывался на принципах совокупности и адекватности существу изучаемого вопроса.

Использование *методов анализа и обобщения* данных научной, педагогической и методической литературы, нормативных документов, их систематизации и аналогии определили направление работы на первом этапе исследования, помогли сформулировать задачи и выбрать пути их решения.

Анализ научно-методической литературы и нормативных документов позволил определить состояние изучаемой проблемы в настоящее время, уровень её актуальности и разработанности в науке и практике. В процессе работы над выбранной проблемой анализировались источники, освещающие различные стороны изучаемого вопроса, оценку влияния пропагандистской деятельности на интерес населения к занятиям физической культурой и спортом. В процессе отбора фактического экспериментального материала осуществлялся текущий теоретический анализ получаемой информации, сопоставлялись результаты исследований с основными положениями, группировались полученные данные и формулировались частные выводы о содержании и формах пропаганды в области

физической культуры и спорта, что способствовало разработке основных подходов для решения задач исследования.

В исследовании был использован *метод теоретического моделирования* как механизм конструирования нового знания на основе фиксации имеющихся знаний об объекте изучения, позволяющий описывать его строение и функционирование. На основе разработанной модели подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе по формированию компетенций агитационно-пропагандистской направленности были построены выводы и рекомендации, заложенные в экспериментальную методику обучения, и проверены на практике.

На втором этапе применялись эмпирические методы (познание опытным путём) – опрос (анкетирование, беседа), педагогический эксперимент, наблюдение, контрольные педагогические испытания (анализ результатов учебной деятельности).

Опрос осуществлялся путем анкетирования через систему заблаговременно разработанных стандартизированных вопросов, которое было направлено на выявление:

- сформированности представления студентов о сущности, целях и содержании пропаганды спорта и агитационно-пропагандистской работы;
- самооценки студентами уровня удовлетворенности учебно-познавательной деятельностью.

Центральным звеном исследования стал метод *педагогического эксперимента*. Под педагогическим экспериментом мы понимаем специально организуемое исследование (констатирующее, формирующее), проводимое с целью выявления эффективности применения тех или иных методов, средств, форм, видов, приёмов и нового содержания обучения и воспитания.

Педагогический эксперимент состоял из констатирующего, формирующего и обобщающего этапов и был нацелен на диагностику сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности при обучении студентов в результате освоения дисциплины «Пропаганда и связи с

общественностью в сфере физической культуры и спорта». На формирующем этапе эксперимента осуществлялось сопоставления результатов контрольной и экспериментальной групп и соответственно проверка эффективности реализации авторской методики обучения [181, 182].

Метод педагогического наблюдения осуществлялся непосредственно автором в процессе работы со студентами во время учебных занятий и внеаудиторных мероприятий и служил источником дополнительной информации для построения гипотез по изучаемому вопросу: восприятие студентами форм обучения, уровень общетеоретической подготовки, способность к выполнению практических заданий. Результаты педагогического наблюдения в сочетании с другими методами оказали существенную помощь в определении содержания учебных занятий и отбора педагогических технологий, формирующих авторскую методику обучения.

Контрольные педагогические испытания. Педагогический контроль осуществлялся через систему авторских заданий, соответствующих каждому блоку компетенций, установленных нами для проверки эффективности обучения (таблица 3).

Таблица 3 – Критерии, показатели и диагностический инструментарий оценки эффективности обучения студентов агитационно-пропагандистской работе

Критерий	Показатели сформированности компетенции	Диагностический инструментарий
1	2	3
Профессионально-ориентационный блок Выявление установок, интереса, мотива, побуждения, осознанного отношения к профессиональной деятельности в области пропаганды спорта	Уровень представлений о пропаганде спорта и агитационно-пропагандистской работе	Анкета № 1, 2
	Степень удовлетворенности студентами учебно-познавательной деятельностью	Анкета № 3
Ценностно-мировоззренческий блок компетенций способность и готовность отстаивать ценность физической культуры для человека и общества	<i>Знание профессионального лексического ресурса</i>	Терминологический диктант
	<i>Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать</i>	Оценочный лист эксперта (технология «Дебаты»)
	<i>Знание теоретических основ пропагандистской деятельности</i>	Тест-итог

Продолжение таблицы 3

1	2	3
<p>Профессионально-коммуникативный блок компетенций способность и готовность к профессиональной коммуникации – публичные выступления, дискуссии, презентации; Интернет-коммуникации</p>	<p><i>Способность к созданию информационного продукта (устная коммуникация) для публичного выступления, его презентации на аудиторию</i></p>	<p>Матрица № 1 (технология «message house»)</p>
	<p><i>Способность к созданию информационного продукта (письменная коммуникация) в виде рекламного текста (обращения/поста) в соответствии с заявленной структурой</i></p>	<p>Матрица № 2 (рекламное обращение)</p>
<p>Организационно-технологический блок компетенций способность и готовность к планированию мероприятий, способность к проведению спортивных и творческих мероприятий, способность к коллективной деятельности, контроль</p>	<p><i>Способность к проектированию события/мероприятия в процессе коллективной работы</i></p>	<p>Оценочный лист эксперта (технология «Проект»)</p>

Результаты контрольных испытаний позволили выявить степень сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности.

По ценностно-мировоззренческому блоку компетенций:

1. Терминологический диктант – средство, позволяющее определить степень овладения студентами профессиональным лексическим ресурсом в области теории и практики пропаганды спорта.

2. Рефлексирующий тест – средство, позволяющее автоматизировать процедуру измерения уровня знаний, умений и навыков студентов: констатирует факт усвоения основных понятий и положений, умение выделить суть, выразить точку зрения.

3. Интеллектуальное соревнование «Дебаты» – средство, позволяющее вовлечь студентов в процесс обсуждения спорных вопросов согласно определенным правилам и отведенным ролям, оценить умение аргументированно доказывать собственную точку зрения.

По коммуникативно-профессиональному блоку компетенций:

4. Подготовка рекламного сообщения/поста – средство, позволяющее оценить практический навык по написанию студентами рекламного сообщения/поста в соответствии с заданными критериями, уровень творческого потенциала по созданию идеи и визуального образа.

5. Подготовка публичного выступления по технологии «message house» – средство, позволяющее оценить степень усвоения студентами структуры текста для публичного выступления; умение сформулировать основную мысль послания, раскрыть тему через систему аргументации.

По организационно-технологическому блоку компетенций:

6. Разработка основных положений проекта (концепции спортивного мероприятия/события) – средство, позволяющее оценить уровень владения студентами навыками по формулировке проблемы, определению целей, планированию, оценке эффективности, умению осуществлять экспертизу проектов других обучающихся.

Интерпретация сформированности компетенций осуществлялась на основе собственного практического опыта, специфики преподавания дисциплин гуманитарного цикла в вузах физической культуры, сложности заданий, времени их выполнения.

Статистическая обработка экспериментальных данных. При проведении статистической обработки данных, полученных посредством анкетирования рассчитывались числовые характеристики выборки: среднее арифметическое (\bar{x}) и ошибка среднего арифметического $S_{\bar{x}}$, также рассчитывалась медиана (Me). В связи с тем, что экспериментальные данные были представлены в номинальной и порядковой шкалах (баллы), при проверке статистических гипотез применялись критерии хи-квадрат Пирсона и Манна-Уитни. Для установления взаимосвязи между переменными рассчитывался ранговый коэффициент корреляции Спирмена и оценивалась его достоверность.

ГЛАВА 3. ТЕОРЕТИКО-ЭКСПЕРТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ

3.1 Определение факторов влияния на процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе

Процесс изучения феномена пропаганды физической культуры и спорта в историческом, социальном, культурном, информационном аспектах обоснованно приводит к осмыслению данного понятия, как основополагающего при подготовке студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

Преимущественно используется формулировка исследователя М.В. Шишигина: «Пропаганда физической культуры и спорта – целенаправленная деятельность по распространению, популяризации и внедрению в сознание людей физкультурных знаний / научно обоснованных советов, рекомендаций, методических концепций / с помощью использования современных средств доставки массовой информации /печати, телевидения, радио, кино и т.д./ в целях внедрения физической культуры и спорта в повседневную жизнь и быт самых широких слоев населения» [171]. Данное определение исходит из того, что в основе системы пропаганды физической культуры и спорта лежат физкультурные знания, которые целенаправленно внедряются в жизнь и быт населения через существующие средства массовой информации.

В итоге обобщения теоретического материала у нас сложилось следующее определение термина:

пропаганда физической культуры и спорта – это особый вид коммуникационной деятельности субъекта, осуществляемой в целях формирования устойчивой позиции индивидуума или общественной группы к принятию ценностей физической культуры, спорта и здорового образа жизни и изменения социального поведения людей с помощью комплекса современных

средств и инструментов коммуникации в рамках социально-исторической парадигмы.

Данное определение положено в основу подходов к решению задач настоящего исследования.

Опираясь на результаты теоретического и эмпирического анализа автором была разработана структура функционирования пропаганды физической культуры и спорта [17], составляющие компоненты которой, на наш взгляд, оказывают существенное влияние на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе (рисунок 3).

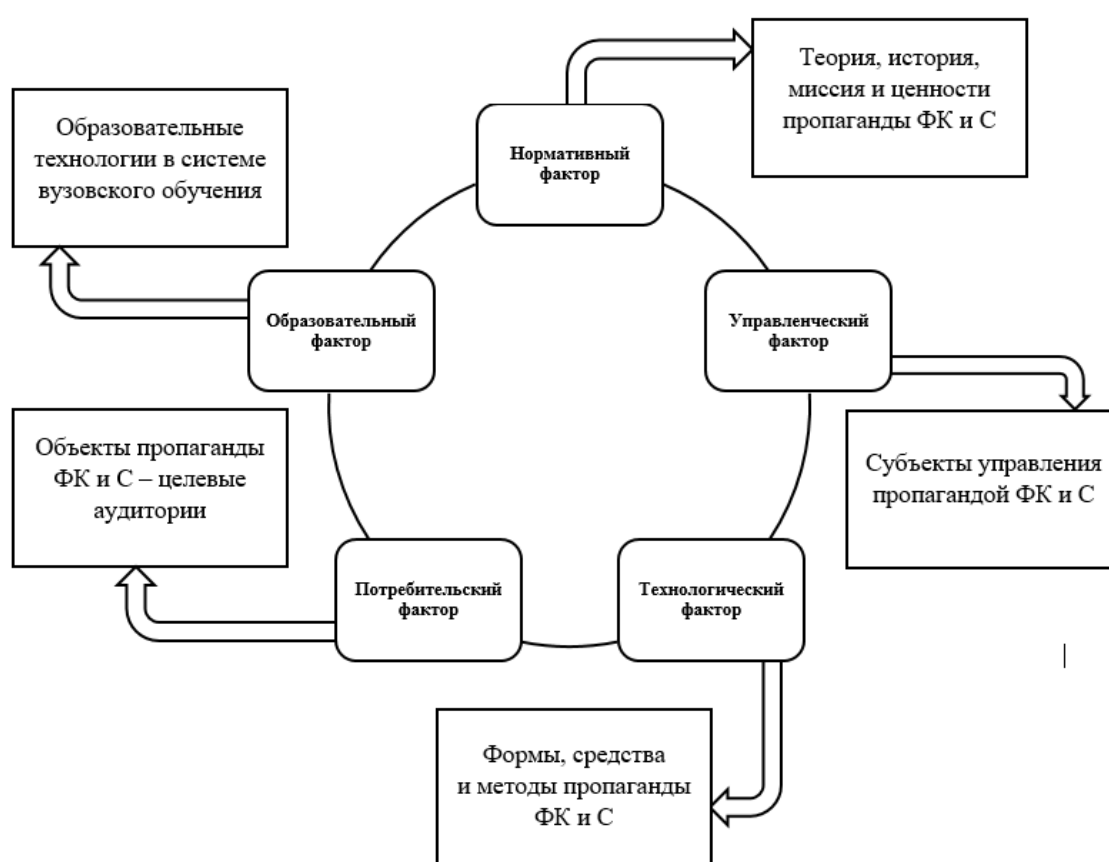


Рисунок 3 – Структура функционирования пропаганды ФК и С: факторы влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе

Основная цель предлагаемой структуры – применение системного подхода к процессу становления мировоззрения студентов физкультурных вузов, понимания места и роли пропаганды физической культуры и спорта в их будущей профессиональной деятельности. При этом сущность пропаганды физической культуры и спорта как деятельности определяется наличием:

во-первых, идеи, которая носит общественно-значимый характер и выражает определенные ценности и установки, что указывает на идеологический характер пропаганды;

во-вторых, массовой аудитории, которая ориентирована на определенные общественные нормы и представления, обладает массовым сознанием и выражает общественное мнение;

в-третьих, возможности осуществления публичной целенаправленной деятельности по распространению данной идеи в различных формах с использованием организационно-технических средств.

Структура функционирования пропаганды ФК и С базируется на пяти основных компонентах, каждый из которых раскрывается детально в конкретных элементах.

Нормативный компонент определяет подходы к пониманию сущности пропаганды ФК и С, которая строится на использовании ценностного потенциала физической культуры, формирующей физическую и духовную составляющую человека не только на личностном, но и на общественном уровне, и имеет воспитательные функции.

Физическое воспитание традиционно сводилось к физической подготовке, развитию двигательных умений и навыков занимающихся, то есть совершенствованию биолого-физиологических качеств личности. По мнению Л.И. Лубышевой на современном этапе востребованным является физкультурное образование, которое преследует более широкие цели – воспитание личности через освоение ценностного потенциала физической культуры, познания её исторического и гуманистического потенциала посредством всего педагогического процесса формирования физической культуры личности [103].

Установление принципов пропаганды физической культуры и спорта в системе обучения и воспитания обучающихся, определяется различными международными соглашениями в области спорта – Международной хартией физического воспитания и спорта, провозглашенной Генеральной конференцией ООН в 1978 году; Спортивной хартией Европы (1992); Европейским манифестом

«Молодые люди и спорт (1995), Кодексом спортивной этики «Справедливая игра – путь к победе» (1985), Олимпийской хартией (2018) и др.

Международная хартия физического воспитания и спорта ставит целью содействовать развитию этих явлений ради прогресса человечества, побуждать правительства, неправительственные компетентные организации, работников просвещения и отдельных лиц руководствоваться ею, распространять ее и применять. Статья 8 Хартии утверждает, что средства массовой информации должны оказывать положительное влияние на спорт, при этом право на свободу информации должно соотноситься с ответственностью каждого работника средств массовой информации для усиления социального значения гуманистической цели, моральных ценностей физического воспитания и спорта [2].

Олимпийская хартия, документ, в котором изложены основополагающие принципы олимпизма, как философии жизни, ставит спорт на службу гармоничного развития человека, чтобы способствовать созданию мирного общества, заботящегося о сохранении человеческого достоинства. Определяя взаимовлияние спорта высших достижений, массового и детского спорта, здорового образа жизни, Хартия способствует формированию общественного мнения, которое отражает физическую культуру и спорт, здоровый образ жизни как ценность личности и общества в целом [1].

Нормативное регулирование вопросов пропаганды ФК и С в Российской Федерации были рассмотрены выше (п. 1.2).

Управленческий компонент представляет структуру управления пропагандой, которую инициируют следующие субъекты Российской Федерации на федеральном, региональном и местном уровнях.

- Институты государственной власти и местного самоуправления – Министерство спорта РФ, Комитеты и отделы по физической культуре и спорту субъектов РФ, Советы при муниципальных образованиях.

Физическая культура и спорт, как отрасль, включена в политическую и экономическую системы государства, поэтому пропаганда ФК и С является задачей государственного значения, что отражено в нормативных документах. Системе

исполнительных органов государственной власти призвана вовлекать человека в активные занятия физической культурой и спортом на протяжении всей жизни и определять его отношение к ценностям физической культуры, которая способствует созданию экономической мощи и обороноспособности государства [68, 76, 77].

- Крупный бизнес с государственным участием – корпоративный сектор (бизнес) и общественный (государственный) сектор; средний и малый бизнес (сети фитнес-центров); различного рода спортивные клубы и секции.

Производители спортивных товаров, строители инфраструктуры спорта кровно заинтересованы в поддержке развития спорта и физической культуры и через собственную пропагандистскую риторику влияют на мнение потребителя с одной стороны с целью формирования собственного престижного имиджа, с другой – спортивного и здорового стиля жизни.

- Некоммерческий сектор, общественные организации и объединения – спортивные федерации России, Олимпийский комитет России, Общероссийские профсоюзы; региональные отделения спортивных федераций и объединений, региональные профсоюзы; местные отделения спортивных федераций и объединений; профсоюзы и клубы организаций.

В деятельности некоммерческого сектора отражается социальный аспект пропаганды ФК и С, который воплощает запрос общества и его членов на справедливую и честную спортивную борьбу, на осознанную необходимость заботы о своем здоровье и о здоровье окружающих через физическую активность.

- Система образования представлена образовательными учреждениями в сфере ФК и С: Министерство спорта РФ, как учредитель специализированных образовательных учреждений для отрасли; Министерство просвещения РФ, Министерство науки и высшего образования РФ, образовательные учреждения физкультурно-спортивной направленности (вузы, училища и школы олимпийского резерва); общеобразовательные учреждения различных организационно-правовых форм.

Данные субъекты являются самодостаточными и участвуют в пропагандистской деятельности в соответствии с собственными интересами за исключением организаций, учредителями которых является государство, задающее основной вектор через реализацию программ и проектов по развитию физической культуры и спорта. В то же время на повестке остается вопрос: на какие структуры возлагается ответственность за результаты, в рамках каких полномочий и с какими возможностями (материально-техническими, организаторскими, творческими) действуют субъекты пропаганды спорта. Создание межведомственных координационных центров требует проработки и внедрения и не всегда отражает потребности, например, бизнеса к взаимовыгодной пропагандистской работе.

Потребительский компонент определяет объект пропаганды физической культуры и спорта – ее целевые аудитории, потребителей пропагандистского продукта. Изучении данного вопроса демонстрирует, что при осуществлении пропаганды спорта необходимо более тщательно учитывать адресность информации и интересы аудитории.

Традиционная гендерная и возрастная сегментации в связи со спецификой сферы физической культуры и спорта порой оказываются недостаточными. Авторы Концепция информационно-образовательной кампании по пропаганде физической культуры и здорового образа жизни среди детей, подростков и молодежи (В.В. Кузин, А.Т. Паршиков, П.А. Виноградов) предлагают учитывать степень включенности аудитории в физкультурно-спортивную деятельность, которая по их мнению выражается в следующих критериях: «занимающиеся спортом (спорт – профессия); занимающиеся в обязательных организованных формах (по учебным программам); занимающиеся в организованных формах (секции, группы, кружки и т.д.); занимающиеся самостоятельно (включая тех, кто ранее занимался в организованных формах, а ныне продолжает занятия самостоятельно); в настоящее время не занимающиеся, но занимавшиеся ранее (самостоятельно или в организованных формах); не занимающиеся, но проявляющие определенный интерес к спорту («пассивные спортсмены» – зрители); не занимающиеся физической культурой и не проявляющие интереса к спорту» [87].

Использование данного подхода способствует пониманию ценностных ориентаций и уровня мотивации целевой аудитории. Через предложенную классификацию можно, в том числе, характеризовать степень восприимчивости целевых аудиторий к пропаганде спорта. Соответственно, подбирать такие средства массовой коммуникации и контент пропагандистского послания, которые сделает пропаганду спорта наиболее эффективной.

Технологический компонент объединяет вопросы технологии осуществления пропаганды физической культуры и спорта, в том числе: способы, средства, формы и методы пропаганды.

Для решения задач пропаганды спорта необходимо знать особенности функционирования традиционных средств массовой информации (ТВ, радио, печать, СМИ на Интернет-площадках) [37, 43, 176], так и иных каналов коммуникации – наружной социальной рекламы, специальных мероприятий (соревнования, фестивали, конкурсы, смотры, конференции и т.п. мероприятия для прессы) [136], Интернет (социальные сети, YouTube, сайты организаций) [41, 78, 84, 140, 158].

В таблице 4 мы предлагаем вариант структурирования способов осуществления пропаганды.

Таблица 4 – Технологический компонент пропаганды ФК и С

1. Методы пропаганды физической культуры и спорта			
Просветительская работа		Агитационная работа	
<i>Лекции, мастер-классы, наглядная агитация, публикации, научно-практические конференции и т.п.</i>		<i>Соревнования, фестивали, конкурсы, смотры, конференции и т.п. Мероприятия для прессы.</i>	
2. Средства пропаганды физической культуры и спорта			
СМИ	Социальная реклама	Специальные мероприятия	Интернет
<i>ТВ, радио, печать, Интернет.</i>	<i>Наглядная агитация, наружная реклама.</i>	<i>Соревнования, фестивали, конкурсы, смотры, конференции и т.п. Мероприятия для прессы.</i>	<i>Социальные сети, Ютуб, Сайты организаций.</i>
3. Формы пропаганды физической культуры и спорта			
Активные	<i>Соревнования, фестивали, конкурсы, смотры и т.п.</i>		
Пассивные	<i>Лекции, мастер-классы, наглядная агитация, публикации, научно-практические конференции и т.п.</i>		

Многообразие технологических возможностей повышает требования к компетентности выпускников вузов физической культуры, которые на местах

призваны проводить агитационно-пропагандистскую работу в современных формах. Фактически будущий специалист в области физической культуры и спорта должен обладать знаниями об организации и реализации массированных информационно-пропагандистских кампаний, использующих самый широкий спектр разнообразных средств коммуникации с целью формирования престижного имиджа спортивного стиля жизни, ценности собственного здоровья и здоровья окружающих.

Образовательный компонент представляет собой педагогическую надстройку, определяющую специальный набор учебных и воспитательных форм, методов, средств, приёмов, которые системно используются в образовательном процессе вузов физической культуры по формированию компетенций агитационно-пропагандистской направленности для работы в области ФК и С. Содержание педагогической деятельности должно быть направлено на овладение умениями по созданию информационного продукта, взаимодействию со СМИ, привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью и формированию общественного мнения о физической культуре и спорте как части общечеловеческой культуры и факторе обеспечения здоровья и трудоспособности населения.

Подготовка к агитационно-пропагандистской работе может осуществляться в системе профессионального образования на трёх уровнях: среднее и высшее образование, в том числе на ступенях бакалавриата и магистратуры; повышения квалификации и переподготовки. Важной задачей образовательного физкультурного учреждения на современном этапе является формирование у будущих специалистов по физической культуре и спорту осознанного и ответственного отношения к возможностям средств массовой коммуникации, понимания их влияния на развитие и совершенствование отрасли физической культуры и спорта, на формирование у населения социально-психологических установок к занятиям физическими упражнениями.

Исходя из вышеизложенного можно подчеркнуть, что в ходе теоретического и эмпирического анализа было сформулировано определение пропаганды физической культуры и спорта и разработана структура функционирования пропаганды ФК и С.

В предложенной формулировке понятия «пропаганда физической культуры и спорта» на первый план выносятся ценностные ориентиры, направленные на принятие идей физической активности для сохранения здоровья человека, при комплексном использовании имеющихся средств коммуникации, в том числе СМИ, для изменения социального поведения.

Структура функционирования пропаганды ФК и С определяется авторским подходом и включает следующие компоненты:

Нормативный компонент раскрывает различные подходы к пониманию сущности пропаганды ФК и С, выраженные в принципах пропаганды, которые включены в содержание международных и национальных нормативных актов в области спорта и могут представлять собой некий комплекс действующих правил. Нормативный компонент, применяется в системе обучения студентов, как норма, содержание которой строится на использовании ценностного потенциала физической культуры в физическом и духовном развитии человека на личностном и на общественном уровне.

Управленческий компонент представляет собой структуру управления пропагандой, которую инициируют субъекты государственной власти Российской Федерации на федеральном, региональном и местном уровнях, а также корпоративный и общественный секторы экономики, некоммерческие организации, в том числе образовательные учреждения физкультурно-спортивной направленности. Данные субъекты являются самодостаточными и реализуют пропагандистскую работу в соответствии с собственными интересами. Совершенствование системы управления пропагандой физической культуры и спорта возможно через создание межведомственных координационных центров, что требует проработки и внедрения в соответствии с материально-техническими, организаторскими, творческими возможностями отдельных субъектов.

Потребительский компонент определяет объект пропаганды физической культуры и спорта – ее целевые аудитории, которые являются потребителями пропагандистского продукта. Учёт адресности информации и интересы аудитории становятся важной предпосылкой для более тщательного изучения вопроса эффективности осуществления пропаганды физической культуры и спорта. Понимание ценностных ориентаций и уровня мотивации целевой аудитории к физической активности будет способствовать отбору специфических языковых средств для создания востребованного контента пропаганды физической культуры и спорта, понятного для целевой аудитории.

Технологический компонент объединяет способы осуществления пропаганды физической культуры и спорта: средства, формы и методы пропаганды. Фактически будущий специалист в области физической культуры и спорта должен обладать знаниями об организации и реализации массированных информационно-пропагандистских кампаний, в том числе уметь применять современные средства коммуникации (Интернет) для осуществления агитационно-пропагандистской работы в сфере физической культуры и спорта в условиях изменения информационного пространства.

Образовательный компонент представляет собой педагогическую надстройку, которая определяет специальный набор учебных и воспитательных форм, методов, средств, приёмов на различных ступенях профессионального обучения, использующихся в физкультурных образовательных учреждениях по формированию компетенций агитационно-пропагандистской направленности, что будет способствовать продуктивной подготовке кадров для осуществления пропаганды ФК и С.

Таким образом, все компоненты структуры функционирования пропаганды ФК и С представляют собой комплекс объективных факторов, учёт которых можно рассматривать как необходимое условие при разработке содержания, методов и средств процесса подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.

3.2 Сравнительный анализ содержания образовательных и профессиональных стандартов в сфере физической культуры и спорта

Применение компетентного подхода к построению структуры и содержания учебного курса на основе авторской концепции, определяющей процесс подготовки к агитационно-пропагандистской работе, рассмотрим на примере дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта». Данная дисциплина реализуется в рамках учебного плана примерной образовательной программы по направлению подготовки бакалавров «Физическая культура», разработанной в НГУ имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург.

Под компетентностью мы понимаем уровень владения выпускниками совокупностью компетенций, отражающих применение полученных знаний, умений, навыков/опыта для успешной и эффективной деятельности в определенной области.

Известно, что введение в действие профессиональных стандартов обусловило необходимость внесения изменений в ФГОС и разработку новой редакции стандартов. Так, по направлению подготовки бакалавров «Физическая культура» во ФГОС третьего поколения от 07.08.2014 года (ФГОС, 2014) [13] были внесены изменения, которые отражены в редакции последующего ФГОС от 19.09.2017 года (ФГОС, 2017) [12].

В рамках нашей работы важно понять, как отразились эти изменения на возможность обучения студентов агитационно-пропагандистской работе, так как эксперимент проходил в период перехода от ФГОС, 2014 к ФГОС, 2017.

Рассмотрим более подробно такие основные аспекты ФГОС, 2014 и ФГОС, 2017, как область профессиональной деятельности, виды профессиональной деятельности и требования к результатам освоения программы бакалавриата.

Если во ФГОС, 2014 конкретизируются *области профессиональной деятельности* – «образование в сфере физической культуры, спорт, двигательная рекреация и реабилитация, пропаганда здорового образа жизни, сфера услуг,

туризм, сфера управления, научно-исследовательские работы, исполнительское мастерство», то во ФГОС, 2017 сформулировано более общее определение, взятое из профессионального стандарта, рассмотрено нами в п.1.3: «01 Образование и наука»; «05 Физическая культура и спорт».

Таким образом, во ФГОС, 2014 чётко выделена такая область профессиональной деятельности как пропаганда здорового образа жизни.

Необходимо подчеркнуть, что такие *виды профессиональной деятельности*, как педагогическая, тренерская, рекреационная, организационно-управленческая, научно-исследовательская отражены в обоих ФГОС, однако, важный для нашего исследования вид – культурно-просветительская деятельность – есть только во ФГОС, 2014. Во ФГОС, 2017 вместо неё появляется организационно-методическая деятельность.

В процессе анализа ФГОС, было установлено, что в ФГОС, 2017 отсутствуют также профессиональные задачи, которые чётко сформулированы в ФГОС, 2014, соответствующие агитационно-пропагандистской работе:

- «способствовать социализации, формированию общей культуры личности обучающихся средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий, ее приобщению к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни;

- проводить пропагандистские и информационные кампании по вопросам влияния занятий физической культурой на укрепление здоровья, поддержание работоспособности, активного долголетия, привлечения детей и молодежи к занятиям спортом» [13].

Предполагается, что профессиональные задачи сформулированы в профессиональных стандартах [193].

В рамках нашей работы необходимо подчеркнуть, что во ФГОС, 2014 и ФГОС, 2017 есть также существенная разница в требованиях к результатам освоения программы бакалавриата.

Так, в соответствии с ФГОС, 2014 выпускник должен обладать общекультурными компетенциями (ОК), общепрофессиональными компетенциями (ОПК) и профессиональными компетенциями (ПК).

Во ФГОС, 2017 общекультурные компетенции заменены на универсальные компетенции (УК) и они наряду с общепрофессиональными компетенциями (ОПК) сгруппированы в категории, в каждой из которой представлены от одной до нескольких компетенций. Профессиональные же компетенции могут быть установлены ПООП в качестве обязательных и (или) рекомендуемых, таким образом, образовательной организации предоставляется полная свобода при определении профессиональных компетенций, которые могут быть выбраны, например, из профессиональных стандартов, соответствующих деятельности выпускников.

Исходя из этого, для корректировки содержания дисциплины в соответствии с требованиями ФГОС, 2017 и профессиональных стандартов было сформулировано содержание категорий «знание», «умение» и «владение/навык», которые следует сформировать для выполнения трудовых действий, направленных на реализацию агитационно-пропагандистской работы в современных условиях. Соответственно, нами были выделены компетенции, формирующие профессиональную компетентность будущих специалистов в области физической культуры и спорта, которые являются базовыми для подготовки к агитационно-пропагандистской работе (приложение А).

Агитационно-пропагандистская работа в сфере физической культуры и спорта, по нашему мнению, предполагает наличие, как минимум, трёх блоков компетенций для осуществления данного вида деятельности [74]:

1. Ценностно-мировоззренческий блок компетенций отражает совокупность приобретенных обучающимися компетенций (знаний, умений, навыков/опыта) о здоровом образе жизни и физическом совершенствовании человека в социально-историческом, этическом и философском контекстах, о ценностных характеристиках физической культуры и спорта, выраженных в мировоззрении будущего специалиста.

2. Профессионально-коммуникативный блок компетенций отражает совокупность приобретенных обучающимися компетенций (знаний, умений, навыков/опыта) в устной и письменной форме оказывать информационную поддержку населению (по месту работы, жительства и отдыха, в образовательных учреждениях) по популяризации здорового образа жизни и вовлечению в активную физкультурно-спортивную деятельность.

3. Организационно-технологический блок компетенций отражает совокупность приобретенных обучающимися компетенций (знаний, умений, навыков/опыта) по организации и проведению спортивно-массовых, физкультурно-оздоровительных и досуговых мероприятий, направленных на создание ярких образов и вовлечение населения в активную физкультурную деятельность.

Разбор содержания универсальных компетенций ФГОС, 2017 показал необходимость выделить компетенцию УК-5 как определяющую общий философский и исторический подход к феномену пропаганды и агитационно-пропагандисткой деятельности, являющейся базовой для формирования *ценностно-мировоззренческой компетентности*:

«УК-5 Способность воспринимать различные культурные направленности в обществе в историческом, социальном, этическом и философском контексте».

В соответствии с рекомендациями федерального учебно-методического объединения по физической культуре и спорту (ФУМО) из числа общепрофессиональных компетенций ФГОС для формирования ценностно-мировоззренческой компетентности была выделена компетенция ОПК-6, направленная на формирование знаний, лежащих в основе пропаганды нравственных ценностей физической культуры и спорта, идей олимпизма:

«ОПК-6 Способность формировать у людей осознанное отношение занимающихся спортом к деятельности в спорте, развивать мотивацию и установки на развитие здорового образа жизни» [177].

Из числа универсальных компетенций для формирования *профессионально-коммуникативной компетентности* были определены следующие:

«УК-1 Способность накапливать, искать и анализировать информацию с применением системного подхода»;

«УК-3 Способность работать во взаимодействии с другими, реализовывая свою роль в команде»;

«УК-4 Способность вести деловые переговоры в разных формах (устной и письменной) используя не только язык Российской Федерации, но и на языках других мировых стран» [12].

Профессиональные компетенции сформулированы ФУМО в результате исследовательской работы по разработке примерных основных образовательных программ по направлениям 49.00.00 Физическая культура и спорт. Из числа предложенных были выделены следующие компетенции, направленные на реализацию *организационно-технологической компетентности* выпускников в рамках агитационно-пропагандистской работы:

«ПК-9 Способность организовать и провести различные спортивные, досуговые и оздоровительные мероприятия в различных организациях»;

«ПК-24 Способность осуществлять посредством волонтеров организационно-методическую работу» [177].

Анализ профессиональных стандартов, применяемых в области физической культуры и спорта, позволил соотнести содержание универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций ФГОС с содержанием трудовых функций и трудовых действий рассматриваемых профессиональных стандартов, при этом были выделены трудовые функции и действия, которые направлены на реализацию агитационно-пропагандистской работы среди населения. Таким образом, была создана матрица соответствия компетенций и трудовых действий, применение которой позволяет оптимизировать деятельность и ответственность преподавателей и усиливает понимание связей обучения и профессиональной деятельности студентами [74]. Само содержание трудовых функций и действий профессиональных стандартов соответствующего кода вынесены в приложение Б.

Рассмотрим признаки проявления компетенций в трудовых функциях, по совокупности составляющих агитационно-пропагандистскую компетентность будущих специалистов в области физической культуры и спорта. Для наглядности блоки компетенций (ценностно-мировоззренческий, профессионально-коммуникативный, организационно-технологический) представлены в отдельных таблицах, где трудовые функции обозначены кодом из стандарта, название профессионального стандарта – аббревиатурой (Т – Тренер, ИМ – Инструктор-методист, ПДО – Педагог дополнительного образования, ППО – Педагог профессионального образования, Р – Руководитель, ПОО – Педагог общего образования). Анализ содержания трудовых функций, представленных в профессиональных стандартах «Спортивный судья» и «Специалист по антидопинговому обеспечению» показал, что они не раскрывают сути компетенций агитационно-пропагандистской направленности [193].

Распределение трудовых функций ПС по соответствующим компетенциям ценностно-мировоззренческой направленности представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Проявления компетенций ценностно-мировоззренческой направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды)

Компетенции ФГОС	Проявление ценностно-мировоззренческой компетентности в трудовых функциях					
	Профессиональный стандарт и код функции					
	Тренер	ИМ	ПДО	ППО	Р	ПОО
1	2	3	4	5	6	7
УК-5 Способность воспринимать различные культурные направленности в обществе в историческом, социальном, этическом и философском контексте	В/03.5	С/05.5	-	-	Д/05.6	А/02.6 А/03.6 В/03.6
ОПК-6 Способность формировать у людей осознанное отношение занимающихся спортом к деятельности в спорте, развивать мотивацию и установки на развитие здорового образа жизни	А/02.5 В/03.5	В/04.5 С/02.5 С/05.5 Д/03.6	А/01.6 С/02.6	Е/01.6	Д/05.6	А/01.6 А/02.6 А/03.6 В/02.6 В/03.6

Ценностно-мировоззренческая компетентность отражается в способности применять знания о теоретических основах физической культуры и спорта, спортивной этики; побуждать интерес к занятиям спортом; оказывать методическую и консультационную помощь, обобщать и распространять лучший опыт в педагогике, включая опыт тренеров-преподавателей; стимулировать и мотивировать к профессиональной самореализации в области физической культуры и спорта; приобретать навыки поведения в изменяющейся поликультурной среде и формировать у детей социальную позицию; проводить просветительскую работу в области физической подготовки и обучения детей физической культуре.

Распределение трудовых функций ПС по соответствующим компетенциям профессионально-коммуникативной направленности представлено в таблице 6.

Таблица 6 – Проявления компетенций профессионально-коммуникативной направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды)

Компетенции ФГОС	Проявление профессионально-коммуникативной компетентности в трудовых функциях					
	Профессиональный стандарт и код функции					
	Тренер	ИМ	ПДО	ППО	Р	ПОО
УК-1 Способность накапливать, искать и анализировать информацию с применением системного подхода.	A/02.5 B/03.5	B/04.5 D/03.6 E/01.6	C/01.6	E/01.6	-	-
УК-3 Способность работать во взаимодействии с другими, реализовывая свою роль в команде.	B/03.5	C/05.5 E/01.6	C/02.6	E/02.6	-	A/03.6 B/02.6
УК-4 Способность производить деловую коммуникацию в устной и письменной форме, применяя различные языки мира.	A/02.5 B/01.5 B/03.5 C/01.5 D/01.6 E/02.6	C/02.5 D/03.6 E/02.6	C/01.6	E/01.6	-	-

Профессионально-коммуникативная компетентность выражается в способности проводить и организовывать различные лекции, направленные на изучение спорта и физической культуры с применением различных кино- и

видеоматериалов по данной теме; проводить родительские собрания, индивидуальные и групповые встречи (консультации) с родителями; воспитательные и другие мероприятия; проводить мастер-классы, круглые столы, семинарские занятия с целью доведения информации до специалистов образовательных организаций о новых направлениях в развитии спорта и образования; информировать и консультировать, в том числе с помощью современных средств коммуникации.

Организационно-технологическая компетентность выражается в способности организовывать просмотры и обсуждения кино- и видеоматериалов; утверждать и реализовывать различные программы которые нацелены на проведение физкультурных и оздоровительных мероприятий, спортивно-массовых и иных программ в зависимости от их целей и задач; умение планировать, организовать и реализовывать спортивно-массовые мероприятия, в том числе разрабатывать сценарии досуговых программ, например, конкурсов, олимпиад и прочее (таблица 7).

Таблица 7 – Проявления компетенций организационно-технологической направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды)

Компетенции ФГОС	Проявление организационно-технологической компетентности в трудовых функциях					
	Профессиональный стандарт и код функции					
	Тренер	ИМ	ПДО	ППО	Р	ПОО
ПК-9 Способность организовать и провести различные спортивные, досуговые и оздоровительные мероприятия в различных организациях.	В/03.5	В/02.5 В/04.5 В/05.5 Е/01.6	А/02.6 А/03.6 С/01.6 С/02.6	Е/01.6	-	-
ПК-24 Способность осуществлять посредством волонтеров организационно-методическую работу	В/03.5	С/05.5	С/02.6	-	-	-

Выполненная работа позволила сформулировать интегральные (универсализированные, совокупные) характеристики компетентности выпускников для осуществления агитационно-пропагандистской работы среди

населения в сфере физической культуры и спорта. Результат работы представлен в таблице 8.

Данные характеристики отражают не только уровень способности выпускников решать профессиональные задачи в конкретных реальных ситуациях, но и уровень сформированности личности выпускника, выражающейся в готовности действовать в ситуации неопределенности и ответственности.

Таблица 8 – Соответствие компетенций, трудовых функций и интегральных характеристик компетентности

	Компетенции ФГОС	Обобщенные трудовые функции ПС	Интегральные характеристики компетентности
	1	2	3
Ценностно-мировоззренческая компетентность	УК-5 Способность воспринимать различные культурные направленности в обществе в историческом, социальном, этическом и философском контексте	Выражаются в способности применять знания о теоретических основах физической культуры и спорта, спортивной этики; побуждать интерес к занятиям спортом; оказывать методическую и консультационную помощь, обобщать и распространять лучший опыт в педагогике, включая опыт различных спортивных тренеров; стимулировать и мотивировать к профессиональной самореализации в области физической культуры и спорта; приобретать навыки поведения в изменяющейся поликультурной среде и формировать у детей социальную позицию; проводить познавательную и обучающую работы в области обучения детей спорту и физической культуре.	Способность к философским обобщениям
	ОПК-6 Способность формировать у людей осознанное отношение занимающихся спортом к деятельности в спорте, развивать мотивацию и установки на развитие здорового образа жизни		Ценностная ориентация на ведение здорового образа жизни
			Убежденность и личная мотивированность
			Демонстрация активной жизненной социально-ориентированной позиции
			Нацеленность на результат

Продолжение Таблицы 8

	1	2	3
Профессионально-коммуникативная компетентность	УК-1 Способность накапливать, искать и анализировать информацию с применением системного подхода	Выражаются в способности проводить и организовывать различные лекции, направленные на изучение спорта и физической культуры с применением различных кино- и видеоматериалов по данной теме; проводить родительские собрания, индивидуальные и групповые встречи (консультации) с родителями; воспитательные и другие мероприятия; проводить мастер-классы, круглые столы, семинарские занятия с целью доведения полезной информации до специалистов образовательных организаций о новшествах в развитии спорта и образования; информировать и консультировать, в том числе с помощью современных средств коммуникации.	Отбор, анализ и производство информации
	УК-3 Способность работать во взаимодействии с другими, реализовывая свою роль в команде.		Владение устной речью
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Владение письменной речью		
Организационно-технологическая компетентность	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно-массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа.	Выражаются в способности организовывать просмотры и обсуждения кино- и видеоматериалов; утверждать и реализовывать программы проведения физкультурно-оздоровительных или спортивно-массовых мероприятий физкультурно-спортивной организации с учетом их целей и задач; планировать организовывать и проводить массовые досуговые мероприятия; разрабатывать сценарии досуговых мероприятий, в том числе конкурсов, олимпиад, соревнований, выставок; организация подготовки мероприятий.	Знание медиа-средств
	ПК-24 Способен осуществлять организационно-методическое руководство деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта.		Владение современными средствами коммуникации
			Разработка основных положений концепции спортивного события в рамках рекламных и PR-кампаний
			исследование проблемы;
			планирование
			создание команды;
			реализация;
			оценка эффективности.

Таким образом, планируемые результаты освоения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в категориях «знать»-«уметь»-«владеть» формулируются нами в соответствии с содержанием представленных компетенций и трудовых функций и по сути являются индикаторами достижения компетенций и их оценки на этапе освоения данной дисциплины (приложение В).

Результатом формирования *ценностно-мировоззренческой* компетентности будут являться следующие достижения студентов:

знает:

- теорию пропаганды и ее роль в развитии физической культуры и спорта;
- социально-исторические и правовые подходы к пропаганде ФК и С;
- философию и этические принципы спорта;
- стратегии и концепции пропаганды ФК и С;
- направления развития связей с общественностью в сфере ФК и С;
- современное состояние агитационно-пропагандистской работы;

умеет:

- определять и соотносить понятия в области пропаганды и связей с общественностью;
- обобщать передовой опыт в области пропаганды ФК и С;
- прогнозировать изменения общественного мнения;
- применять системный подход к оценке пропаганды ФК и С;
- действовать в соответствии с нормами этики;
- аргументированно разъяснять значение физической подготовки и ЗОЖ;
- проводить просветительскую работу в области ФК и С среди населения;

владеет:

- методологией агитационно-пропагандистской деятельности;
- способностью убеждения и мотивации;
- техниками побуждения к занятиям физической активностью.

Результатом формирования *профессионально-коммуникативной* компетентности будут являться следующие достижения студентов:

знает:

- модели и особенности массовой коммуникации;
- информационное пространство сферы ФК и С;
- преимущества и недостатки средств массовой коммуникации;
- основные характеристики целевых аудиторий;
- способы и средства современной коммуникации, в том числе СМИ;
- критерии отбора информации, обработки и создания информационного материала;

умеет:

- анализировать, систематизировать и сравнивать информацию о значении ФК и С и пользе ЗОЖ;
- формулировать и выражать общественно-значимые суждения;
- пользоваться современными средствами коммуникации;
- обсуждать с аудиторией направления развития спорта;
- осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах;

владеет:

- приемами публичного выступления;
- навыками командной работы;
- приемами подбора материалов для формирования кейсов аргументов и фактов;
- способами вербальной и невербальной коммуникации;
- навыками пропаганды ФК и С через социальные медиа;
- приемами самопрезентации.

Результатом формирования *организационно-технологической* компетентности будут являться следующие достижения студентов:

знает:

- особенности физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий;
- систему подготовки и роль волонтеров в пропаганде ФК и С;
- этапы подготовки и порядок проведения мероприятий;
- характеристику, цели и задачи специальных событий в сфере ФК и С;

- принципы планирования специальных мероприятий в рамках коммуникационных кампаний в сфере ФК и С;

умеет:

- создавать событие в сфере ФК и С;
- составить программу мероприятий в организациях различного типа;
- проектировать специальное мероприятие;
- организовывать массовые досуговые мероприятия;
- контролировать процесс проведения мероприятий;

владеет:

- технологией проектирования специального события в сфере ФК и С;
- приемами организации специального мероприятия физкультурно-оздоровительной и спортивной направленности;
- техническими средствами для организации мероприятий.

На основе анализа основных нормативных документов, регламентирующих подготовку к осуществлению профессиональной деятельности, были сформулированы базовые основания для формирования методики обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в контрольной и экспериментальной группах в соответствии со структурой функционирования пропаганды ФК и С, которая базируется на пяти основных компонентах, каждый из которых раскрывается детально в конкретных элементах и выступает как фактор влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе (таблица 9).

Необходимо подчеркнуть позицию автора, что эффективная подготовка к агитационно-пропагандистской работе студентов физкультурного вуза предполагает выделение трёх блоков компетенций: ценностно-мировоззренческого, профессионально-коммуникативного и организационно-технологического. Компетенции, соответствующие этим блокам образовательного стандарта, соотнесенные с функциями специалиста из профессионального стандарта и задают в конечном итоге искомый образовательный результат освоения дисциплины.

Таблица 9 - Базовые основания для формирования методики обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в КГ и ЭГ в соответствии со структурой функционирования пропаганды ФК и С – факторов влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе

Критерий сравнения	Методика, применяемая в КГ	Методика, применяемая в ЭГ
1	2	3
Нормативный	Отбор соответствующих компетенций ФГОС-2014 на основе обозначенного вида профессиональной деятельности – культурно-просветительская деятельность и соответствующих профессиональных задач	Отбор соответствующих компетенций ФГОС-2017 на основе обозначенных областей профессиональной деятельности «Образование и наука», «Физическая культура и спорт»
Управленческий	Группировка компетенций в соответствии с ФГОС: общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК)	Группировка компетенций по блокам в соответствии с требованиями к результативности обучения: -ценностно-мировоззренческий, -профессионально-коммуникативный, -организационно-технологический
Потребительский	Сформированные автором требования к выполнению профессиональных функций и действий	Требования профессиональных стандартов к выполнению профессиональных функций и действий
Технологический	Сформированная автором характеристика компетентности	Интегральные характеристики компетентности на основе анализа ФГОС и ПС
Образовательный	Построение формы и содержания занятий на основе дидактических задач в соответствии со степенью усвоения студентами учебного материала	Построение формы и содержания занятий на основе практико-ориентированных заданий в соответствии с таксономией образовательных целей
<p>Нормативный - определяет сущность агитационно-пропагандистской работы (отбор необходимых компетенций) Управленческий - определяет задачи государственного значения, что отражено в нормативных документах (ФГОС, ПС) Потребительский - определяет целевые аудитории, на которые направлены профессиональные функции Технологический - объединяет вопросы технологии осуществления пропаганды ФК и С, в том числе: способы, средства, формы и методы пропаганды Образовательный - педагогическая надстройка, определяющая специальный набор учебных и воспитательных форм, методов, средств, приёмов обучения</p>		

При этом следует отметить, что при корректировке учебной программы дисциплины важное значение имеет не только проработка ее содержательной части, но и обновление применяемых образовательных и оценочных технологий,

что позволит оптимизировать образовательную деятельность и усилить понимание студентами взаимосвязи вузовского обучения и будущей профессиональной деятельности.

Таким образом, обновление процесса подготовки студентов физкультурных вузов к агитационно-пропагандистской работе в рамках дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» обусловлено, с одной стороны, включением в образовательные стандарты компетентностного подхода, с другой – требованиями профессиональных стандартов к компетентности специалистов в области агитационно-пропагандистской работы.

3.3 Разработка и обоснование структурно-содержательной модели подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе

В процессе работы над исследованием нами была разработана модель формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов вузов физической культуры в соответствии с требованиями федерального образовательного стандарта по направлению подготовки «Физическая культура» и профессиональных стандартов, соответствующих областям и сферам профессиональной деятельности выпускников вуза.

Предлагаемая структурно-содержательная модель предусматривает следующие уровни, структурные звенья и их характеристики, отражающие видение автора исследования к решению образовательных задач (рисунок 4).

Так, на стратегический уровень мы поместили государственный заказ на подготовку специалистов для реализации комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта, который осуществляется через деятельность органов государственной власти, отвечающих за разработку федеральных государственных образовательных и профессиональных стандартов, определяющих области и виды профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта.

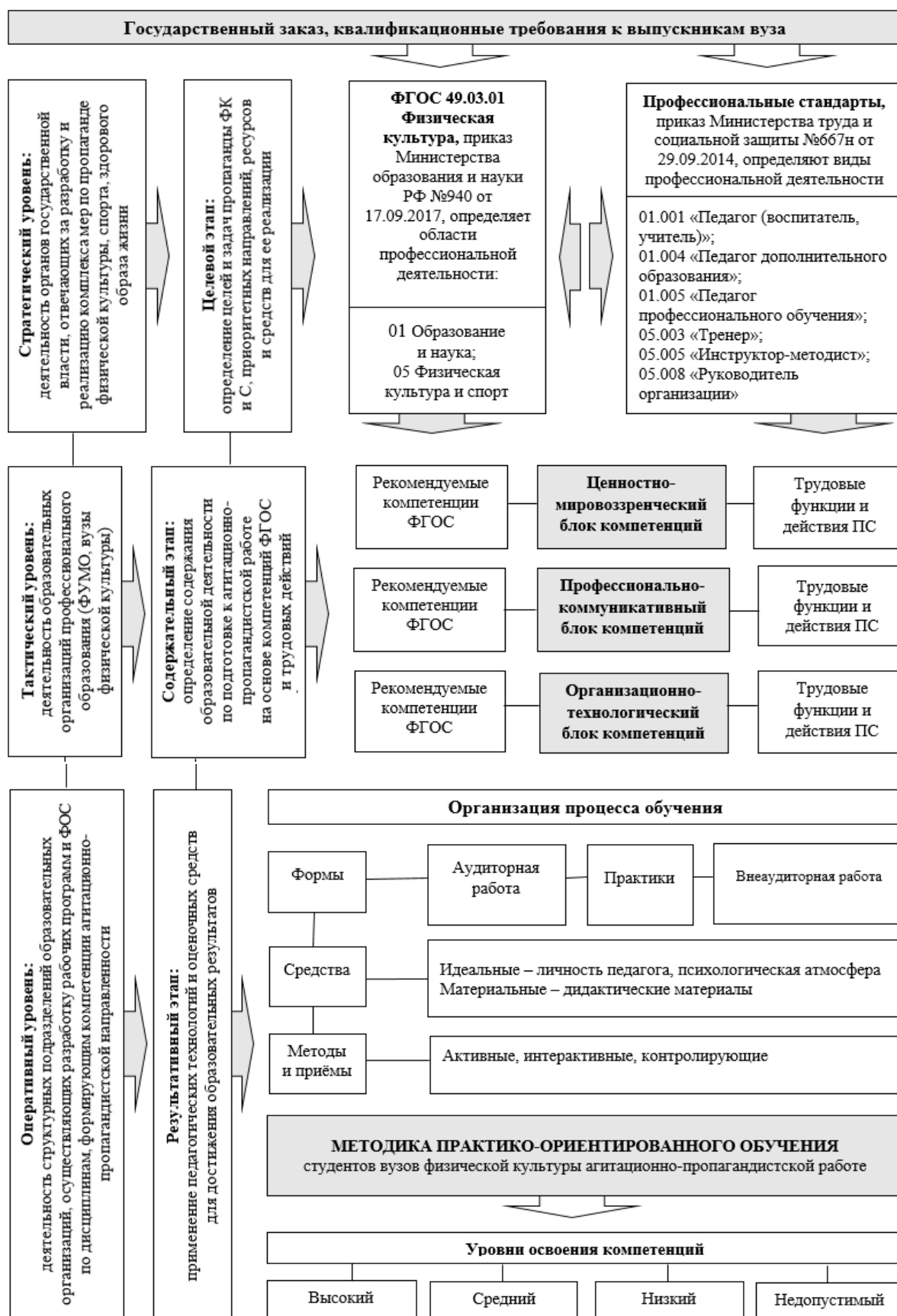


Рисунок 4 – Структурно-содержательная модель подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе

В содержании нормативных документов учитывается факт непосредственного участия будущих специалистов области физической культуры и спорта в агитационно-пропагандистской работе, определяются функции, формулируются необходимые компетенции.

На тактическом уровне находятся образовательные организации профессионального образования (ФУМО, вузы физической культуры), которые устанавливают содержание образовательной деятельности по подготовке студентов к работе в области пропаганды спорта, физической культуры и здорового образа жизни. На основе рекомендуемых компетенций ФГОС (универсальных, общепрофессиональных и профессиональных), трудовых функций и действий профессиональных стандартов в учебных планах подготовки бакалавров и магистров определяются учебные дисциплины, направленные на формирование компетенций агитационно-пропагандистской деятельности.

В предлагаемой модели на основе проведенного анализа автор сгруппировал компетенции и трудовые действия, характеризующие деятельность по осуществлению пропаганды, по разработанным ранее блокам (ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому) в целях наиболее эффективного способа организации процесса обучения.

На оперативном уровне отражен процесс, реализующийся в образовательных организациях, по разработке рабочих программ дисциплин, практик и внеаудиторной работы, формирующих компетенции агитационно-пропагандистской направленности с использованием комплекса средств, приёмов и методов обучения.

Средства обучения представлены как комплекс идеальных и материальных объектов для достижения целей, поставленных перед участниками образовательного процесса. Идеальные – это личность педагога, психологическая атмосфера, вербальные-невербальные средства, произведения искусства (музыка, живопись, литература). Материальные – дидактические материалы (учебные

пособия), технические (мультимедиа), информационные материалы (печатные, электронные).

Методы и приёмы обучения как способ взаимодействия между педагогом и обучающимися: активные (познавательные) – побуждение студентов к активной мыслительной и практической деятельности в процессе обучения; интерактивные (стимулирование и мотивация) – побуждение студентов к совместной деятельности и межличностному взаимодействию при обучении; контролирующие – контроль за учебным процессом и самоконтроль в процессе обучения.

Результатом работы на данном этапе, реализующей методику практико-ориентированного обучения, является освоение студентами компетенций на уровне достаточном для осуществления означенной деятельности среди населения по окончании вуза физической культуры. При оценке используются следующие критерии: высокий – знания системные, умение самостоятельно выполнять практические задания вне стандартных ситуаций, уровень организации творческий; средний – знания обобщенные, функциональные, умение выполнять практические задания в стандартных ситуациях, уровень самоорганизации продуктивный; низкий – знания функциональные, обеспечивающие выполнение практических заданий под руководством, уровень самоорганизации репродуктивный; недопустимый – знания и умения ниже порогового уровня, что свидетельствует о несформированности компетенций.

Соответственно на данном этапе корректируются содержание, формы, средства и методы обучения при преподавании дисциплин учебного плана, направленных на обучение основам агитационно-пропагандистской работы.

3.3.1 Разработка и применение методики практико-ориентированного обучения в образовательном процессе

Настоящий подход был применен автором при разработке методики обучения студентов в процессе освоения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» и апробированной в

период проведения экспериментальной части исследования. Схема авторской методики обучения, представленная на рисунке 5, учитывает требования актуализированных федеральных государственных образовательных и профессиональных стандартов.

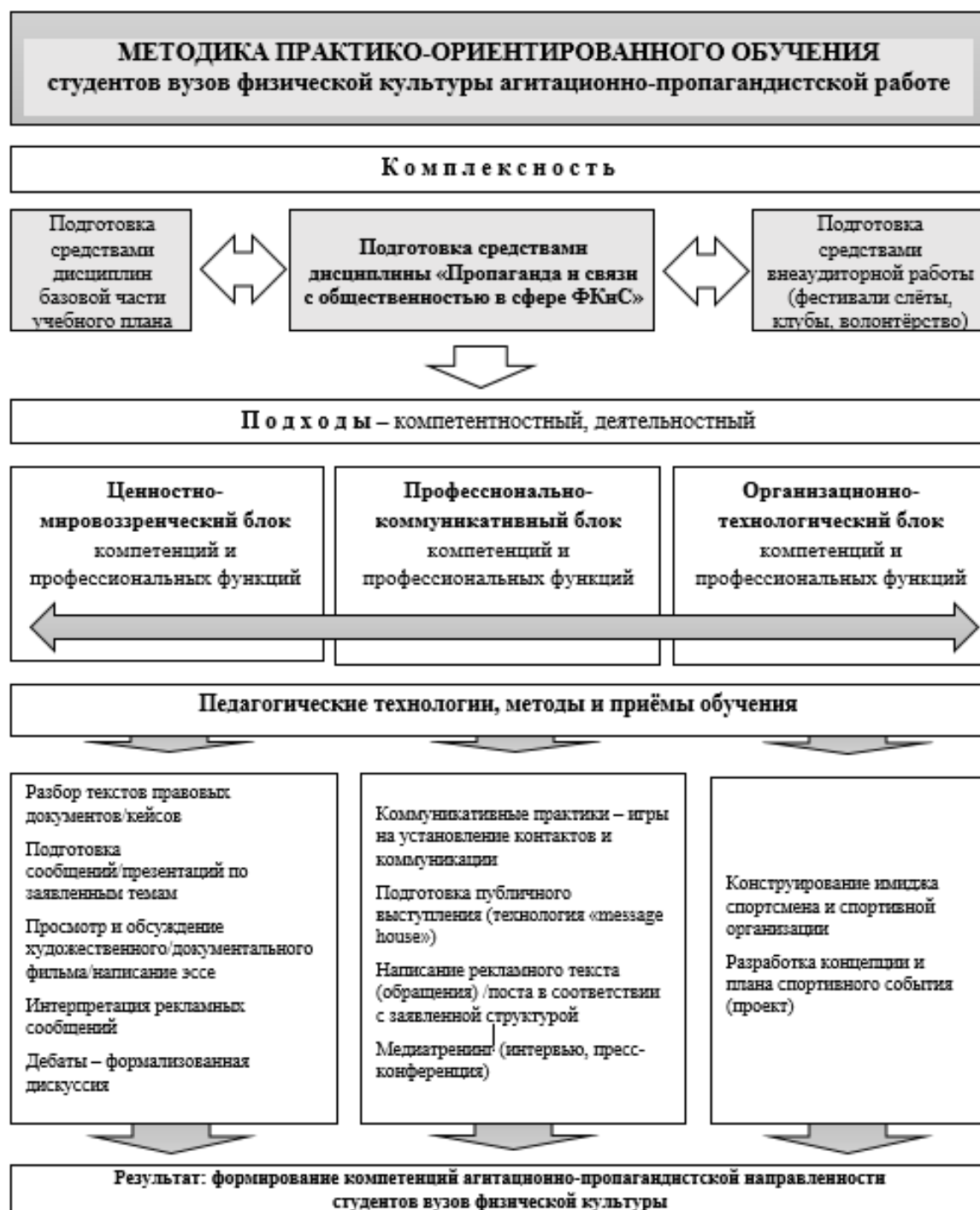


Рисунок 5 – Содержание и структура методики практико-ориентированного обучения агитационно-пропагандистской работе

Методика базируется на выделении трёх блоков, которые отражают совокупность компетенций и трудовых функций, – ценностно-мировоззренческом,

профессионально-коммуникативном, организационно-технологическом, интегральные характеристики которых явились основанием для отбора применяемых педагогических технологий, средств, методов и приемов обучения. Выбор методов и форм обучения в процессе экспериментальной работы был обусловлен характером учебных задач, планированием результата обучения для каждого уровня освоения компетенции (знания, умения, владения) в зависимости от подготовленности студенческой аудитории, в том числе, к осуществлению различных видов самостоятельной работы [179].

Реализуя современные принципы обучения и воспитания – научности, связи теории с практикой, целенаправленности, наглядности, сознательности и активности, комплексности применяемых методов, методика учитывает результаты обучения дисциплинам базовой части учебного плана, а также результат внеаудиторной работы – участие студентов в фестивалях, слётах, клубах физкультурной направленности, в спортивном волонтерском движении [66, 73].

Под методами обучения мы понимаем способ взаимодействия между преподавателем и обучающимся в учебном процессе, направленный на решение учебной задачи. При этом учитывается, что все многообразие методов обучения можно объединить в три группы:

1. Методы, направленные на организацию познавательной деятельности в процессе обучения (словесные, наглядные и практические, репродуктивные и проблемно-поисковые, индуктивные и дедуктивные методы обучения).

2. Методы, направленные на стимулирование и мотивацию к учебной деятельности (разные виды игр, учебные дискуссии, беседы и др.).

3. Методы, направленные на контроль за учебным процессом (устные, письменные, лабораторные и др.) и самоконтроля в процессе общения.

Методика подготовки к агитационно-пропагандистской работе строится на применении активных (побуждение студентов к активной мыслительной и практической деятельности в процессе обучения) и интерактивных (побуждение студентов к совместной деятельности и межличностному взаимодействию при обучении) методов обучения.

При освоении лекционного материала используется приём лекции-визуализации на основе материалов-презентаций, выполненных автором посредством компьютерных технологий. Построение логики проведения семинарских занятий, выбор тематики и форм занятий опирается на таксономию образовательных целей (Б. Блум, Л. Андерсон) [24, 83], что представлено на схеме (рисунок 6).

Характеристика образовательных целей	Используемые методы, приёмы и технологии
Коммуникативные практики – деловые игры на установление контактов и коммуникации	
Запоминание и воспроизведение изученного материала от конкретных фактов до целостных теорий	Разбор текстов правовых документов
	Решение кейсов
Трансляция материала из одной формы выражения в другую	Подготовка сообщений по заявленным темам
	Медиатренинг (интервью, пресс-конференция)
Умение использовать изученный материал в конкретных условиях и новых ситуациях	Интерпретация рекламных сообщений
	Конструирование имиджа спортсмена и спортивной организации
Умение разбить материал на составляющие, так, чтобы ясно выступила структура	Просмотр и обсуждение художественного/ документального фильма
	Написание рекламного текста (обращения) /поста в соответствии с заявленной структурой
Умение комбинировать элементы, чтобы получить целое, обладающее новизной	Подготовка публичного выступления (технология «message house»)
	Разработка проекта – концепции и плана спортивного события
Умение оценивать значение того или иного материала для конкретной цели	Дебаты – формализованная дискуссия

Рисунок 6 – Логика учебного процесса в соответствии с таксономией образовательных целей

Одним из важных условий начала занятий является использование приёма коммуникативных игр для создания атмосферы доверия и сотрудничества, условий для дальнейшего творческого подхода студентов к обучению. Игровые технологии,

по мнению А.П. Панфиловой, раскрывают не только творческий, но аналитический потенциал студентов в интерактивном обучении [122]. Ниже представлена характеристика используемых в методике обучения методов, приёмов и технологий.

Разбор текстов правовых документов и решение кейсов. Техника обучения, использующая описание реальных экономических, политических, социальных, культурных ситуаций. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- представление интеллектуальных и аналитических способностей;
- выработка аргументации своей позиции;
- выработка устойчивости к стрессовой ситуации;
- реализация навыков тайм-менеджмента;
- участие в командной работе.

Подготовка сообщений по заявленным темам – данный вид учебной деятельности выполняется с использованием компьютерных технологий и позволяет творчески подходить к выполнению заданий. Данный способ способствует развитию таких навыков как систематизация информации, переработка и оформление полученных знаний в виде визуального контента.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- изучить материалы по теме, определяя основную информацию и второстепенную;
- установить связь между элементами темы;
- охарактеризовать каждый элемент темы в краткой форме;
- сделать акцент на главной информации и правильно отразить в структуре работы;
- оформить работу в электронном виде и соблюсти сроки сдачи.

Медиатренинг (интервью, пресс-конференция) представляет собой элемент деловой игры, имитирующей рабочий процесс и закрепляющий знания теоретического материала на практике.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- сформулировать задачу или проблему, которую необходимо решить;
- распределить роли и ролевые функции (модератор – ведущий, редактор – подготовка вопросов, журналист – интервьюер, видеорежиссер – съемка и монтаж интервью и пр.);
- подобрать необходимую информацию;
- составить план реализации и написать сценарный план медиатренинга;
- установить взаимодействие всех участников игры/тренинга;
- обсудить и проверить полученные результаты;
- оценить результаты участия в медиатренинге.

Интерпретация рекламных сообщений, проведение анализа рекламных и мотивирующих роликов о физической культуре и спорте используется на занятиях как приём толкования текста/картинки/звука с целью понимания смысла и значения.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- дать характеристику рекламному обращению по заявленным критериям: тема; структура; канал (медиа-средство, носитель); источник; жанр и принадлежность к разным видам рекламы; использование тех или иных психологических мотивов и кодов культуры; нацеленность на конкретную аудиторную группу; применение специальных рекламных приёмов (уникальное торговое предложение, позиционирование и т. д.); разные способы представления товара или услуги; персонажи; наличие/отсутствие сюжета;
- провести анализ эффективности рекламного сообщения по предложенным факторам: информирует ли он читателя о товаре; интересен ли для потенциального покупателя; достаточно ли точен, ясен, конкретен; правдоподобен и достоверен ли; достаточно ли он краток, сжат, чётко, выразителен; вызывает ли он желание приобрести товар; помогает ли ориентироваться среди товаров;
- сделать анализ рекламного текста: место размещения рекламы – издание, номер страницы, место на странице, размер текста; визуализация – использование картинки (слева-справа – работа полушария), изображение людей (на 20%),

цветность, шрифт (размер); распознавание – понятно (семантика), семиотика (лингвистический анализ – использование частей речи, состав предложения; определения, выраженные существительными, которые дают другое название, характеризующее предмет; односоставные предложения, в которых утверждается наличие предметов или явления; существительные и прилагательные придают тексту своеобразную изобразительность; глагол – описание действия.

Конструирование имиджа спортсмена и спортивной организации – деятельность студентов, направленная на применение технологии целенаправленного формирования индивидуального и корпоративного имиджа по заданным структурным критериям.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- сформулировать имиджевые цели через определение послания;
- провести количественный и качественный анализ имиджевой аудитории;
- составить список качеств и характеристик для формирования имиджа;
- соотнести наличные и желаемые характеристики.

Просмотр и обсуждение художественного/документального фильма. Данная форма работы представляет собой элемент кинолектория, позволяющий определить кругозор обучающегося, умение выделить главное в сюжете, критически осмыслить, выразить свою точку зрения; оценить эмоциональную реакцию обучающегося, его уровень эмпатии и рефлексии.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- На основе просмотренного фильма выделить проблему;
- Продумать вопросы, которые могут открывать обсуждение данной темы;
- Продумать вопросы, которые позволят сравнить факты/ситуации, показанные в фильме;
- Продумать вопросы, которые позволят подвести итог такого обсуждения;
- Представить результаты работы своей группы через 7–10 минут.

Написание рекламного текста (обращения) /поста в соответствии с заявленной структурой – создание рекламного продукта. Данное занятие направлено: на изучение потребителей и особенностей рынка, который предстоит

освоить; знакомство с элементами планирования использования средств рекламы; принятие решений по смете расходов при выборе средств рекламы; творческую реализацию идеи-концепции рекламного сообщения.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- определить концепцию – творческий подход к созданию рекламного сообщения;
- разработать рекламный слоган и текст;
- разработать макет визуального оформления рекламы – представить конечный результат.

Подготовка публичного выступления (технология «message house») – информационного сообщения. Вид самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему устного сообщения на основе технологии публичного выступления «Message house». Сообщаемая информация отражает современный взгляд по определенной проблеме и строится на четком структурировании. Сообщение может включать элементы наглядности (иллюстрации и т. д.). Выступление с сообщением составляет 2-3 минут.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- выделить главную мысль, ориентируясь на цель сообщения;
- определить основные понятия;
- составить план и написать текст сообщения в соответствии с заданной тематикой;
- выступить с сообщением перед аудиторией.

Разработка проекта – концепции и плана спортивного события. Учебный проект – тип концептуального управления деятельностью, направленный на достижение конкретных результатов за определенные сроки с ограниченными ресурсами [67]. Студентам необходимо создать связное, логичное, понятное описание действий, которые необходимо сделать для того, чтобы решить определенную проблему.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- описать проблему организации/персоны;

- сформулировать цель события;
- определить аудиторию;
- сформулировать идею-концепцию;
- подготовить ключевое сообщения;
- предположить результаты и методы их оценки.

Дебаты – формализованная дискуссия (по формату Карла Поппера).

Проводится по итогам курса, исходя из проблем изучаемой сферы деятельности. Метод учебной дискуссии очень полезен для развития таких навыков как умение аргументировать, выслушивать мнения других, прислушиваться к иной точки зрения и самое главное, дискуссия помогает приобретать новые знания.

Деятельность студента по решению следующих задач:

- изучить формат проведения дискуссии в форме дебатов;
- собрать и изучить литературу по теме;
- составить план сообщения;
- принять участие в дискуссии в роли спикера или судьи;
- принять участие в обсуждении результатов дискуссии.

Представленные технологии включают обязательное планирование и методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, которая строится на трёх уровнях организации процесса: репродуктивном (чтение, просмотр, конспектирование), продуктивном (подготовка сообщений, докладов, заданий к деловым играм,) и творческом (выполнение проекта, творческих заданий, презентаций, участие в научной конференции).

Учебный план подготовки бакалавров предполагает наличие комплекса обязательных практик (учебной, производственной и преддипломной), которые направлены на формирование первоначальных профессиональных практических умений. Содержание производственной практики направления подготовки «Физическая культура» строится на подготовке плана-графика тренировочной работы и проведении спортивных мероприятий (разработка положений, сметы, отчета о соревновании). Формы практической работы, реализующие в полной мере компетенции агитационно-пропагандистской направленности не выявлены, что

требует дальнейшей доработки содержательной составляющей практики и введения в общий план заданий, раскрывающих способы агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью.

Рассматривая формы практической внеаудиторной работы, в том числе программы практики, мы не обнаружили задач, направленных на реализацию компетенций агитационно-пропагандистской направленности. Данный факт, по нашему мнению, требует доработки содержательной составляющей практики (учебной, производственной) и введения в общий план соответствующих заданий.

3.3.2 Разработка и применение методики практико-ориентированного обучения во внеаудиторной работе со студентами

Внеаудиторная работа в данной модели/методике является вспомогательной формой, но важной частью образовательного процесса в рамках вузовского обучения. Формы внеаудиторных занятий имеют в большей степени не только образовательное, но и воспитательное значение. Они позволяют студентам глубже и разнообразнее познать жизнь, развивать свои творческие силы, духовно обогащаться, приобретая дополнительную информацию, воспитывать в себе деловые черты характера, а также требуют от преподавателя творческого подхода и личной мотивации [66, 70].

Автором были апробированы следующие формы внеаудиторной работы со студентами, представленные ниже.

«Клуб любителей футбола» – объединение студентов на основе совпадения интересов, стремления к общению, совместному проведению досуга и отдыха, сфера реализации интересов личности.

«Клуб любителей футбола» был образован совместно с инициативной группой студентов НГУ им. П.Ф. Лесгафта в 2011 году с целью организации досуга студентов во внеучебное время, создания условий для развития способностей и реализации творческого потенциала, участию в популяризации футбола. Создание

Клуба было поддержано руководством НГУ им. П.Ф. Лесгафта и ФК «Зенит», при непосредственном участии на тот период департамента социальных проектов футбольного клуба. Сотрудничество оформилось подписанием договора между организациями.

Форма клубной работы, добровольного объединения людей, привлекла студентов университета. Основное достоинство клуба – гибкость и свободная атмосфера, которая позволяет участникам наполнять его собственным содержанием, в соответствии со своими потребностями и интересами. Назначение клубной работы заключалась в следующем:

- включение студентов в многообразные социально-ценные и личностно-значимые виды деятельности;
- формирование опыта социального поведения;
- выявление и развитие интеллектуальных, коммуникативных, организаторских, творческих способностей студентов.

Деятельность «Клуба любителей футбола» изначально была направлена на организацию регулярных встреч, которые бы совмещали просветительскую, образовательную деятельность и неформальное общение членов клуба. Это позволяло «выводить» участников Клуба из пассивной позиции потребителя образовательных услуг в активную позицию человека, который оказывает положительное влияние на других членов студенческой группы. В результате у студентов, участвующих в работе клуба, формировались навыки по организации просветительской и агитационной работы, проведения спортивных и культурно-массовых мероприятий.

За время существования «Клуба любителей футбола» сформировались следующие направления деятельности, которые активно реализовывались через участие студентов в различных мероприятиях:

- Организация и проведение турниров по футболу внутри университета, участие в Студенческой футбольной лиге Санкт-Петербурга, соревнованиях по дворовому футболу;

- Коллективные посещения домашних матчей команды «Зенит», участие в выездных матчах в составе делегации Санкт-Петербурга;
- Проведение интеллектуальных игр и викторин;
- Встречи с ветеранами футбола, игроками, тренерами, мастер-классы топ-менеджеров ФК «Зенит», ведущих спортивных комментаторов и обозревателей;
- Организация экскурсий;
- Участие в социально-значимых проектах и акциях;
- Добровольчество.

Программа работы «Клуба любителей футбола» Университета им. П.Ф. Лесгафта была представлена на Городском конкурсе кураторов академических групп, проводимом под эгидой Комитета по образованию Правительства Санкт-Петербурга в 2013 году, где экспертное сообщество присудило ей первое место, а опыт работы Клуба был предложен для распространения среди вузов города.

Одной из действенных форм практико-ориентированной деятельности студентов является их участие в культурно-массовых и спортивных мероприятиях в качестве организаторов. «Слёт» – комплекс мероприятий, основанный на методике коллективного творческого дела, являющейся компонентом технологии коллективного творческого воспитания И.П. Иванова, когда обучающийся является не только «исполнителем» и «участником» общественно-значимого дела, но его «инициатором» и «организатором».

Проведение Слётов студентов высших учебных заведений в области физической культуры, спорта и туризма инициировано Ассоциацией содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации при поддержке ректоров вузов физической культуры в 2004 году. Студенческий спортивно-творческий форум стал продуктивной площадкой для обмена опытом, получения новых знаний, сотрудничества в профессиональной сфере, а также образовательной площадкой, где студенты могут получить знания и навыки в области пропаганды нравственных ценностей физической культуры и

спорта, идей олимпизма, основы проведения мастер-классов, спортивных соревнований, массовых мероприятий. За годы существования Слёта в нем приняли участие более 2500 студентов физкультурных вузов России.

Активное позиционирование данного Слёта можно рассматривать, с одной стороны, как действенную меру по популяризации физкультурного образования среди молодежи, с другой – как образовательную технологию по формированию компетенций в области пропаганды спорта. Организация и проведение Слётов, отличающихся тематикой и направленностью, предусматривают шесть последовательных стадий: моделирование идеи, коллективное планирование; коллективная подготовка и реализация дела, анализ и оценка. Воспитательный и обучающий эффекты в реализации целей педагога-преподавателя значительно повышается, если участники слёта максимально активны.

Автор принимал участие в организации и проведении Всероссийских слётов студентов вузов физической культуры с 2010 по 2018 гг., в 2015-2017 непосредственное участвовал в разработке программы данного мероприятия, в определении тематики, целей и задач, структуры и содержания. В 2017 году Слёт проводился в соответствии с разработанной автором программой «*Физкультуру и спорт – в массы*» (30.09 – 06.10.2017), представленной в приложении Г.

Основной задачей Слёта-2017 стало обучение студентов основам агитационно-пропагандистской работы в практической деятельности:

- пропагандировать нравственные ценности физической культуры и спорта, идей олимпизма среди молодежи с использованием современных технологий, приёмов и средств в области массовой коммуникации;
- способствовать формированию у студентов профессиональных компетенций по организации спортивных соревнований, спортивно-массовых мероприятий;
- через организационную и творческую деятельность способствовать усвоению студентами практических навыков по популяризации здорового образа жизни, физической культуры и спорта.

Для выявления значимости пропаганды спорта, используемых средств коммуникации и подготовленности к агитационно-пропагандистской работе студентов физкультурных вузов в условиях внеаудиторной работы, среди участников Слёта-2017 (студентов и преподавателей) был проведен опрос.

В анкетировании приняли участие 124 человека из 11 физкультурных вузов Российской Федерации: РГУФКСМиТ (Москва), НГУ им. П.Ф. Лесгафта (Санкт-Петербург), МГАФК (Московская область), ВЛГАФК (Великие Луки), ЧГИФК (Чайковский), УралГУФК (Челябинск), СибГУФК (Омск), ЧГИФКиС (Чурапча), УлГУ (Ульяновск), СГАФКСиТ (Смоленск), Поволжская ГАФКСиТ (Казань). Результаты опроса показали высокий уровень понимания значимости пропаганды спорта и ЗОЖ среди населения, соответственно, отмечена важность работы специалистов отрасли в данном направлении. При этом большое значение отводится освоению современных средств коммуникации, практических навыков письменной и устной речи, созданию интернет-контента, организации мероприятий.

Для выявления целесообразности и необходимости участия в спортивных общественно-значимых проектах для формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности участникам Слёта было предложено оценить собственный уровень владения знаниями, умениями и навыками по популяризации/пропаганде ФКиС и ЗОЖ «до» и «после» Слёта по шкале от -5 до 5. Результаты отражены на рисунке 7.

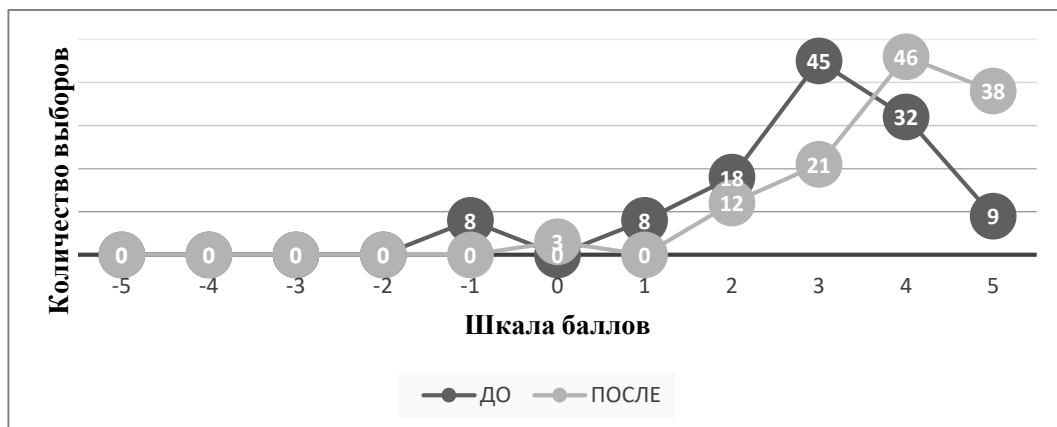


Рисунок 7 – Динамика оценки студентами степени овладения знаниями и умениями по популяризации ФКиС и ЗОЖ в процессе участия во Всероссийском слёте студентов вузов физической культуры 2017 года

Из диаграммы следует, что по итогам Слёта у участников в 4 раза повысился уровень восприятия собственной компетентности в области осуществления мероприятий по пропаганде и агитации. Это свидетельствует о том, что для значительного числа студентов и преподавателей (89,5%) Слёт стал реальной площадкой усвоения новых знаний по пропаганде и популяризации физической культуры, спорта и здорового образа жизни, овладения практическими умениями.

Таким образом, разработанная структурно-содержательная модель формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности обусловлена авторским подходом к решению образовательных задач, раскрываемых на трёх основных уровнях: стратегическом, тактическом и оперативном.

Так, стратегический уровень раскрывает наличие и значимость государственного заказа на подготовку специалистов, владеющих компетенциями агитационно-пропагандистской направленности и его отражение в федеральных государственных образовательных стандартах и профессиональных стандартах, определяющих в совокупности области и виды профессиональной деятельности специалистов сферы физической культуры и спорта.

Тактический уровень отражает деятельность образовательных учреждений профессионального образования (ФУМО, колледжи и вузы физической культуры), определяющих вектор подготовки обучающихся к работе в области пропаганды спорта, физической культуры и здорового образа жизни.

На оперативном уровне в образовательных организациях осуществляется разработка рабочих программ дисциплин, формирующих компетенции агитационно-пропагандистской направленности с использованием различных методик на основе комплексности применяемых педагогических технологий.

Настоящий подход был применен автором при разработке методики обучения студентов, являющейся составной частью модели формирования компетенций, в процессе освоения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» и апробированной в

период проведения экспериментальной части исследования. Методика практико-ориентированного обучения базируется на группировке компетенций ФГОС и трудовых действий ПС по предлагаемым блокам – ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому – и опирается на таксономию образовательных целей.

Применение методики обучения студентов в системе аудиторной работы поддерживается программой внеаудиторной работы со студентами, направленной на их участие в общественно-массовой работе, в том числе в движении волонтеров, клубной деятельности, фестивалях и слётах спортивной тематики, что в совокупности представляет собой отдельный целенаправленный блок воспитательной работы со студентами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО ГЛАВЕ 3

Теоретическое осмысление феномена пропаганды физической культуры и спорта позволило выделить сущностные подходы к обучению студентов агитационно-пропагандистской работе в сфере физической культуры и спорта, которые мы отразили в следующих дефинициях.

В результате теоретического анализа было сформулировано *определение пропаганды физической культуры и спорта* – это особый вид коммуникационной деятельности субъекта, осуществляемой в целях формирования устойчивой позиции индивидуума или общественной группы к принятию ценностей физической культуры, спорта и здорового образа жизни и изменения социального поведения людей с помощью комплекса современных средств и инструментов коммуникации в рамках социально-исторической парадигмы.

Процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе зависит от ряда факторов, которые отразились в разработанной структуре функционирования пропаганды ФК и С, где каждое звено представляет собой самостоятельный компонент и может рассматриваться как

фактор влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.

Совокупность выявленных пяти компонентов – нормативного, управленческого, потребительского, технологического и образовательного, как комплекса факторов влияния позволило реализовать системный подход к задачам становления мировоззрения студентов по отношению к роли и месту агитационно-пропагандистской работы в их будущей профессиональной деятельности; проанализировать и пересмотреть содержание, методы и средства преподавания дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», выделенной нами в качестве экспериментально-образовательной площадки.

Анализ актуализированного ФГОС по направлению подготовки бакалавров физической культуры позволил вычленить ряд компетенций, которые наиболее полно отражают суть агитационно-пропагандистской работы, и составить из них три блока компетенций – ценностно-мировоззренческий, профессионально-коммуникативный и организационно-технологический, которые должны упорядочить процесс обучения студентов, сделать его более целенаправленным и конкретизировать структуру, содержание и формы учебного материала для студентов.

Проведённый в ходе исследования сопоставительный анализ образовательных и профессиональных стандартов в области физической культуры и спорта на предмет наличия профессиональных задач показал, что в данных документах нет единого подхода к толкованию компетентностей выпускников физкультурного вуза, необходимых для осуществления агитационно-пропагандистской работы. Исходя из этого, была создана матрица соответствия компетенций ФГОС и трудовых действий, закрепленных в Профессиональных стандартах специалистов по физической культуре. На основе матрицы были сформулированы планируемые результаты освоения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», которые

являются индикаторами сформированности компетенций и отражают уровень способностей выпускников решать профессиональные задачи.

Структура функционирования пропаганды ФК и С, систематизация компетенций по базовым блокам ФГОС, сопоставительный анализ образовательных и профессиональных стандартов в области физической культуры и спорта, матрица соответствия компетенций ФГОС и трудовых действий, закрепленных в профессиональных стандартах специалистов по ФК, индикаторы сформированности компетенций позволили сформулировать искомый образовательный результат и создать на этой основе авторскую модель процесса подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе в условиях проведения эксперимента [17].

Данная модель представляет собой образовательный процесс, осуществляемый на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях. Стратегический уровень показывает целевое назначение подготовки студентов и обуславливается государственным заказом на специалистов по ФК и С; тактический уровень определяет содержание образовательной деятельности в соответствии с рекомендуемыми компетенциями и авторским подходом к их систематизации; оперативный уровень отражает результативный этап применения педагогических технологий, раскрывает организацию процесса обучения, исходя из экспериментальной методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей.

Представленная методика, базируясь на современных принципах обучения и воспитания, в процессе обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», включает уже имеющиеся результаты освоения студентами дисциплин базовой части учебного плана на предыдущих этапах обучения, а также результаты участия студентов во внеаудиторной работе – фестивалях, слётах, клубах физкультурной направленности, в спортивном волонтерском движении, реализуемым в вузе.

Глава 4 ПРОВЕРКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО- ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ

4.1 Организация педагогического эксперимента по оценке методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе

Педагогический эксперимент проводился в Национальном государственном университете физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург на протяжении 2016-2017 и 2017-2018 учебных годов.

Выбор контингента студентов для проведения эксперимента был обусловлен местом дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в учебном плане подготовки бакалавров по направлению «Физическая культура». Данная дисциплина входит в базовую часть учебного плана и реализуется в 8 (восьмом) семестре. Организация учебного процесса определена объемом дисциплины в 2 (две) зачетные единицы, что составляет 72 часа, из них: 36 часов – аудиторные, 36 часов – самостоятельная работа студентов.

Отбор студентов для контрольной и экспериментальной групп исследования был также обусловлен требованиями, необходимыми для чистоты эксперимента и соблюдением следующих общеприменимых условий:

- единообразный принцип формирования учебных групп и схожая списочная численность;
- сходство планирования и организации учебного процесса в обеих группах;
- сходный уровень начальных знаний испытуемых в области пропаганды спорта.

В качестве контрольной группы (далее – КГ) выступили студенты девяти учебных групп 4 курса бакалавриата факультета летних олимпийских видов спорта 2016-2017 учебного года. Всего 137 человек.

Экспериментальную группу (далее – ЭГ) составили студенты девяти учебных групп 4 курса бакалавриата факультета летних олимпийских видов спорта 2017-2018 учебного года. Всего 144 человека.

Все студенты изучали дисциплину на выпускном курсе, и имели, как минимум, базовые знания для осуществления агитационно-пропагандистской работы, полученные ранее в процессе изучения дисциплин гуманитарного цикла, предусмотренного учебным планом, а также некоторым опытом трудовой деятельности по будущей специальности, полученным во время прохождения практики.

Таким образом, фоновые данные о подготовленности студентов контрольной и экспериментальной групп существенно не отличались, что свидетельствует о равенстве соответствующих педагогических условий для обеих групп эксперимента.

На начальном этапе педагогического эксперимента в КГ и ЭГ в соответствии с профессионально-ориентационным блоком оценки эффективности обучения проводился вводный опрос студентов на выявление интереса, установок, мотивированности к осуществлению деятельности по пропаганде спорта.

Мы предположили, что первичная диагностика позволит выявить мнение студентов о самом феномене «пропаганда» и их принципиальное отношение к агитационно-пропагандистской работе. В частности, данный опрос решал задачу определения уровня сформированности представлений студентов о сущности процессов коммуникации для формирования общественного мнения, об использовании тех или иных каналов коммуникации, форм и средств пропаганды, а также наиболее значимых для студентов знаний, умений и навыков.

Основу педагогического эксперимента составила опытно-экспериментальная работа, которая носила лонгитюдный характер, цель которой заключалась в определении степени сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов контрольной и экспериментальной групп при освоении дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере

физической культуры и спорта» в зависимости от влияния объективных и субъективных факторов на процесс обучения.

В первый год проведения эксперимента (2016-2017 уч. год) в контрольной группе построение содержания и форм занятий осуществлялось согласно требованиям к освоению компетенций ФГОС, 2014 на основе сформированных автором характеристик компетентности и требований к выполнению профессиональных функций и действий в области агитационно-пропагандистской работы. **Методика обучения основывалась на выполнении дидактических задач в соответствии со степенью усвоения студентами учебного материала.**

Точкой отсчета и главным мотиватором проведения экспериментальной работы послужили следующие объективные факторы: утверждение и внедрение новых образовательных (ФГОС, 2017) и профессиональных стандартов для сферы физической культуры и спорта. Субъективные факторы отражают авторский взгляд на создание модели формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности.

Соответственно, на втором этапе проведения экспериментальной работы (2017-2018 уч. год) в учебный процесс по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере Физической культуры и спорта» были внесены следующие изменения:

- 1) был проведен отбор соответствующих компетенций ФГОС, 2017 на основе обозначенных областей профессиональной деятельности «Образование и наука», «Физическая культура и спорт»;
- 2) осуществлена группировка компетенций в соответствии с требованиями к результативности обучения по блокам: ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому;
- 3) соотнесены профессиональные функции и действия профессиональных стандартов с выделенными компетенциями ФГОС, 2017;
- 4) сформулированы интегральные характеристики компетентности при осуществлении агитационно-пропагандистской работы на основе анализа ФГОС, 2017 и ПС;

5) проведена корректировка содержания дисциплины и форм учебных занятий в соответствии с требованиями ФГОС, 2017 и профессиональных стандартов.

Методика обучения была организована на основе практико-ориентированных заданий в соответствии с таксономией образовательных целей.

На заключительном этапе эксперимента путём опроса была определена степень удовлетворенности студентов КГ и ЭГ результатами обучения. Мы предположили, что степень удовлетворенности студентов результатами обучения зависит от уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности, и будет выше в результате применения авторской методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей.

Для выявления уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности, сгруппированных в заданные блоки компетенций, были определены критерии и показатели, которые отразились в единых контрольных педагогических заданиях, разработанных автором, легших в основу диагностического инструментария.

Для оценки результативности применённых методик обучения во время педагогического эксперимента необходимо было:

во-первых, выяснить, как студенты КГ и ЭГ выполнили контрольные задания (*справились, не справились*), которые по сути являются критериями оценки сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности как в целом, так и по блокам компетенций в частности;

во-вторых, выяснить, какой уровень (*высокий, средний, низкий, недопустимый*) сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности в целом, так и по блокам компетенций был выявлен у КГ и ЭГ;

в-третьих, провести, используя методы математической статистики, анализ полученных данных.

Вопросам определения критериев оценки посвящены многие работы советских и российских ученых (В.А. Беликов, В.И. Загвязинский, И.Ф. Исаев, А.А. Кыверялг и др.). В нашем исследовании применяются следующие понятия:

- критерии – качества, свойства, признаки изучаемого объекта, которые позволяют судить о его развитии, состоянии и функционировании, на основании которых формируется оценка об объекте;
- показатели – количественные или качественные характеристики сформированности качества, свойства и/или признака изучаемого объекта, что позволяет судить о состоянии объекта.

Выбор критериев был обусловлен, с одной стороны, особенностями компетенций агитационно-пропагандистской направленности, с другой – задачами и характером гипотезы, подлежащей экспериментальной проверке в соответствии с планируемыми результатами обучения для каждого блока компетенций в виде комплекса знаний – умений – владений.

Для оценки *ценностно-мировоззренческого блока* компетенций в контрольном испытании были определены следующие критерии:

- знание профессионального лексического ресурса – написание терминологического диктанта;
- знание теоретических основ пропагандистской деятельности – выполнения рефлексивного теста;
- способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать – участие в интеллектуальном соревновании «Дебаты».

Для оценки *профессионально-коммуникативного блока* компетенций в контрольном испытании были определены следующие критерии:

- способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации – создание информационного продукта «Публичное выступление»;

- способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации – создание информационного продукта «Рекламное сообщение».

Для оценки *организационно-технологического блока* компетенций в контрольном испытании были определены следующие критерии:

- способность к проектированию события/мероприятия в процессе коллективной работы – создание проекта спортивного события/мероприятия.

Приведённые выше критерии позволяют оценить уровень сформированности компетенций для осуществления агитационно-пропагандистской работы, на основании которых можно проводить сравнение имеющихся знаний-умений-навыков студентов и способность их применения на практике.

Для описания и анализа результатов эксперимента, опираясь на работы П.Я. Гальперина, В.В. Давыдова, А.Н. Рубинштейна и др., мы выделили следующие пять показателей выполнения контрольных педагогических испытаний студентами:

- продвинутый – определяется наличием всех необходимых знаний, умений, навыков/владений с учетом творческого характера применения;
- оптимальный – определяется наличием всех необходимых знаний, умений, навыков/владений;
- допустимый – характеризуется достаточными знаниями и хорошим владением навыками;
- пороговый – характеризует слабые, недостаточные знания и умения;
- недопустимый – свидетельствует об отсутствии знаний и / или умений, навыков.

Для удобства обработки данных и оценки критериев каждому показателю было присвоено числовое значение: «5» – продвинутый; «4» – оптимальный; «3» – допустимый; «2» – пороговый; «1» – недопустимый.

При определении уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности необходимо было установить интервалы

группировки значений. Для этих целей была использована методика А.А. Кыверялга [95], согласно которой, средний уровень определяется 25% отклонением значения от среднего по диапазону балльных оценок. Тогда распределение по двум граничным уровням (низкому и среднему) можно представить следующим образом: низкий уровень – от $R(\min)$ до $0,25 \cdot R(\max)$; высокий уровень – от $0,75 \cdot R(\max)$ до $R(\max)$, где $R(\min)$ – это нижний предел диапазона балльных оценок, $R(\max)$ – это высший предел диапазона балльных оценок (таблица 10).

Таблица 10 - Соотношение уровней освоения, показателей и коэффициента сформированности компетенций

Уровень	Обобщенные показатели	Оценка	Коэффициент сформированности $R(\min)$ - $R(\max)$
Высокий/ оптимальный	Знания обобщенные, системные; способность к критическому осмыслению и оценке событий, прогнозированию; умение самостоятельно выполнять практические задания вне стандартных ситуаций. Уровень самоорганизации творческий	Отлично	0,75-1,0
Средний/ допустимый	Знания обобщенные, функциональные; способность к распознаванию и выделению элементов в системе знаний; умение выполнять практические задания в стандартных ситуациях. Уровень самоорганизации продуктивный	Хорошо	0,51-0,74
Низкий/ пороговый	Знания функциональные, обеспечивающие выполнение практических заданий под руководством. Уровень самоорганизации репродуктивный	Удовлетворительно	0,26-0,5
Отсутствие/не допустимый	Знания и умения ниже порогового уровня, что свидетельствует о несформированности компетенции	Неудовлетворительно	0-0,25

В исследовании определён критериальный аппарат, способствующий оцениванию процесса формирования у студентов вузов физической культуры компетенций агитационно-пропагандистской направленности. Ниже представлена характеристика оценочных средств и диагностического инструментария.

Профессионально-ориентационный блок направлен на выявление у студентов установок, интереса, осознанного отношения к профессиональной деятельности в области пропаганды спорта.

➤ Опрос 1 – определение уровня сформированности представлений студентов о пропаганде и отношения их к агитационно-пропагандистской работе.

Цель и задачи: Выявить уровень знаний студентов о каналах коммуникации для распространения информации о физической культуре и спорте, о личностном отношении к пропаганде спорта, о необходимых профессиональных навыках для проведения агитационно-пропагандистской работы в сфере физической культуры и спорта.

Диагностический инструмент: Анкета №1 (приложение Д), Анкета №2 (приложение Е).

Деятельность студента:

- письменно ответить на вопросы анкеты.

Способ проверки: в анкете представлены вопросы закрытого типа, результат определяется соотношением процентов выбранных ответов.

➤ Опрос 2 – определение уровня удовлетворенности студентами учебно-познавательной деятельностью.

Цель и задачи: выявить уровень удовлетворенности студентов учебно-познавательной деятельностью в процессе обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

Диагностический инструмент: Анкета №3 (приложение Ж).

Деятельность студента:

- письменно ответить на вопросы анкеты.

Способ проверки: в анкете представлены вопросы закрытого типа, результат определяется соотношением процентов выбранных ответов.

Ценностно-мировоззренческий блок компетенций – выявление способности и готовности отстаивать ценность физической культуры для человека и общества.

➤ Терминологический диктант – особый метод диагностирования знаний, направленный на выявление уровня понимания лексики осваиваемой дисциплины. Средство, позволяющее определить кругозор студентов (приложение И).

Цель и задачи: формирование речевых умений студентов в соответствии с понятийным аппаратом дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

Диагностический инструмент: пронумерованный список терминов в двух вариантах в соответствии с содержанием дисциплины.

Деятельность студента:

- Определить термин из предложенных вариантов его характеристики;
- Сформулировать определение предложенного термина;
- Выполнить письменную работу по определению понятий из предложенного набора терминов (10 шт.) одного из 2-х вариантов в течение 30 минут.

Способ проверки: Осуществляется методом взаимопроверки (обмен работой с соседом) при параллельном устном воспроизведении правильных ответов, завершается экспертной оценкой преподавателя.

Оценка результатов: «5» – 10-9 правильных ответов, «4» – 8-7 правильных ответов, «3» – 6-5 правильных ответов, «2» – 4-3 правильных ответа, «1» – 2-1 правильный ответ.

➤ Дебаты – метод интерактивного обучения, форма учебной дискуссии. Интеллектуальное соревнование «Дебаты» (по формату К. Поппера) [47, 27] – средство, позволяющее вовлечь студентов в процесс обсуждения спорного вопроса согласно определенным правилам и отведенным ролям, оценить умение аргументированно доказывать собственную точку зрения (приложение К).

Цель и задачи:

- формирование критического мышления, умения устанавливать логические связи между явлениями;
- умение анализировать различные идеи и события, делать обоснованные выводы, выстраивать цепочку доказательств;

- умение различать факты и точки зрения, анализировать полученную информацию.

Диагностический инструмент: оценочный лист эксперта «Дебаты».

Деятельность студента:

- изучить формат проведения дискуссии в форме дебатов;
- собрать и изучить литературу по теме;
- составить план сообщения;
- принять участие в дискуссии в роли спикера или судьи;
- принять участие в обсуждении результатов дискуссии.

Способ проверки: является формой текущего контроля в виде интеллектуального соревнования. Для объективной оценки привлекаются эксперты из числа преподавателей вуза. Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критерия – 1 балл, максимальное количество баллов – 10.

Оценка результатов: «5» – 10-9 набранных баллов, «4» – 8-7 набранных баллов, «3» – 6-5 набранных баллов, «2» – 4-3 набранных баллов, «1» – 2-1 набранных баллов.

➤ Тестирование – метод диагностики знаний, объективного контроля. Рефлексирующий тест – оценочное средство, позволяющее автоматизировать процедуру измерения уровня знаний студентов (приложение Л).

Цель и задачи

- выявление уровня знаний, умений и навыков по дисциплине;
- активизация самостоятельной работы студентов во время подготовки к тестированию;
- определение уровня достигнутых результатов и мотивирование студентов для дальнейшей подготовки.

Диагностический инструмент: тестовое задание.

Деятельность студента:

- изучить учебную литературу;
- письменно ответить на вопросы теста, который состоит из 20 закрытых и 1 открытого вопроса в течение 30 минут.

Способ проверки: проводится на этапе итоговой аттестации по дисциплине. Осуществляется методом взаимопроверки при параллельном устном воспроизведении правильных ответов (либо электронного образовательного ресурса), завершается экспертной оценкой преподавателя

Оценка результатов: «5» – 21-18 правильных ответов, «4» – 17-14 правильных ответов, «3» – 13-10 правильных ответов, «2» – 9-6 правильных ответа, «1» – 5-1 правильный ответ.

Профессионально-коммуникативный блок компетенций – выявление способности и готовности к профессиональной коммуникации в виде участия в публичных выступлениях, дискуссиях, презентациях, Интернет-коммуникациях.

➤ Создание информационного продукта для устной коммуникации – «Публичное выступление» на основе технологии «Message house» [100, 153]. Средство, позволяющее оценить степень усвоения структуры текста для публичного выступления, умения сформулировать основную мысль послания, степень раскрытия темы, применения системы аргументации (приложение М).

Цель и задачи:

- определение тем, актуальных для публичного выступления;
- создание условий для преодоления психологических барьеров при публичном выступлении;
- структурирование содержания публичного выступления.

Диагностический инструмент: матрица подготовки и оценки публичного выступления.

Деятельность студента:

- выделить главную мысль, ориентируясь на цель сообщения;
- выделить основные понятия;
- составить план и написать текст сообщения в соответствии с заданной тематикой и заявленной структурой;
- выступить с сообщением перед аудиторией 2-3 мин;
- применить элемент наглядности.

Способ проверки: является формой текущего контроля в виде публичного выступления согласно требованиям оценочного листа эксперта. Для объективной оценки привлекаются эксперты из числа преподавателей вуза. Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критериев, 1 балл – полное выполнение, максимальное количество баллов – 5.

Оценка результатов: «5» – 5 набранных баллов, «4» – 4 набранных баллов, «3» – 3 набранных баллов, «2» – 2 набранных баллов, «1» – 1 набранный балл.

➤ Создание информационного продукта для письменно-визуальной коммуникации – «Рекламное сообщение». Средство, позволяющее оценить практический навык по написанию рекламно-пропагандистского сообщения/поста в соответствии с заданными критериями, в том числе творческого характера, для социальных медиа (приложение Н).

Цель и задачи:

- использование знаний об уровнях психологического воздействия при создании рекламного обращения: когнитивный (передача определенного объема информации); аффективный (формирование отношения через повтор аргументов и приведение логических доказательств); суггестивный (внушение, формируемое без логических доказательств); конативный (определение поведения, подсказывание ожидаемых действий);

- применение компьютерных программ (Paint, PowerPoint) для создания визуального образа рекламного сообщения.

Диагностический инструмент: матрица подготовки и оценки рекламного сообщения.

Деятельность студента:

- определить концепцию – творческий подход к созданию рекламного сообщения;
- разработать рекламный слоган и текст;
- разработать макет визуального оформления рекламы;
- представить конечный результат.

Способ проверки: является формой текущего контроля в виде презентации студентами рекламного сообщения/поста согласно требованиям матрицы подготовки рекламного сообщения. Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критериев, 1 балл – выполнен, максимальное количество баллов – 5.

Оценка результатов: «5» – 5 набранных баллов, «4» – 4 набранных баллов, «3» – 3 набранных баллов, «2» – 2 набранных баллов, «1» – 1 набранный балл.

Организационно-технологический блок компетенций – определение способности и готовности к созданию идеи, планированию, проведению спортивных и творческих мероприятий/событий, способность к коллективной деятельности.

➤ Учебный проект – тип концептуального управления деятельностью, направленный на достижение конкретных результатов за определенные сроки с ограниченными ресурсами. Средство, позволяющее оценить выполнение студентами задач по формулировке проблемы, определению целей, планированию, оценке эффективности, умению осуществлять экспертизу проектов других студентов (приложение П).

Цель и задачи:

- направленность на самостоятельное приобретение студентами новых знания из разных источников;
- использование студентами приобретенных знаний для решения познавательных и практических задач;
- развитие коммуникативных умений, работа в группах;
- развитие у студентов исследовательских умений (выявление проблем, сбор информации, наблюдение, анализ, построение гипотез, обобщение и др.) и системного мышления.

Диагностический инструмент: оценочный лист эксперта «Проект».

Деятельность студента:

- описать проблему спортивной организации/персоны;
- сформулировать цель пропагандистского мероприятия;

- определить аудиторию;
- сформулировать идею-концепцию пропагандистского мероприятия;
- подготовить ключевое сообщение – слоган;
- предположить результаты и методы оценки эффективности пропагандистского мероприятия.

Способ проверки: является формой текущего контроля в виде общественной защиты студентами учебного проекта согласно требованиям оценочного листа эксперта. Для объективной оценки привлекаются эксперты из числа преподавателей вуза. Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критериев, 1 балл – выполнен, максимальное количество баллов – 5.

Оценка результатов: «5» – 5 набранных баллов, «4» – 4 набранных баллов, «3» – 3 набранных баллов, «2» – 2 набранных баллов, «1» – 1 набранный балл.

Таким образом, для проверки результатов педагогического эксперимента был разработан диагностический аппарат, содержащий инструментарий по оценке сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности, чему способствовали следующие условия:

1. Формирование контрольной и экспериментальной групп соответствовало принципу единообразия как по количеству, уровню начальных знаний студентов в области пропаганды спорта, так и по планированию и организации учебного процесса по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

2. Критическое осмысление объективных и субъективных факторов, влияющие на построение учебного процесса, таких как: Федеральный государственный образовательный стандарт, Профессиональный стандарт, рабочая программа, фонд оценочных средств, традиционная методика обучения студентов по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

3. Использование разработанной авторской методики в процессе практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей для подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.

4. Применение разработанных автором критериев и показателей для адекватного оценивания уровня сформирования у студентов компетенций агитационно-пропагандистской направленности по трем блокам компетенций: ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому. При этом, были определены цель и задачи, деятельность студентов, способ проверки и оценки результатов.

4.2 Анализ результатов опытно-экспериментальной работы по реализации методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе

Оценка результатов опытно-экспериментальной работы проводилась в соответствии с задачами педагогического эксперимента как части исследования. Исходя из того, что обучение в рамках разработанной методики призвано носить практико-ориентированный характер, требующий учёта представлений студентов об основах пропаганды и агитационно-пропагандистской работы, каналах и способах коммуникации, ожиданий и потребностей обучающихся, было проведено соответствующее анкетирование.

В рамках изучения профессиональной направленности студенческой аудитории в процессе вводного анкетирования выявлялись установки, интерес, отношение к агитационно-пропагандистской работе в области физической культуры и спорта, в том числе, через привлечение студентов к внеучебной и воспитательной работе.

Для анализа результатов была применена следующая формула:

$$X\% = H : N \times 100\%, \text{ где}$$

X – величина выборки в процентном отношении;

N – количество ответов заданного типа, сделанных респондентами, из предложенных вариантов;

N – количество респондентов, участвующих в опросе.

Опрос студентов показал, что 100% испытуемых КГ и ЭГ имеют идентичное понимание пропаганды физической культуры как деятельности, влияющей на формирование общественного мнения о ценностях ФК и С, осуществляющейся масштабно на государственном уровне, при этом оценивают её критически, как недостаточную (КГ – 31%; ЭГ – 38%) и не отвечающую запросам времени (КГ – 5%; ЭГ – 3%).

На основании собственных представлений студенты как контрольной, так и экспериментальной групп проранжировали предложенные формы пропаганды ФК и С в порядке убывания значения эффективности. На основании результатов был составлен рейтинг (таблица 11). Анализ результатов показывает, что наиболее эффективными формами пропаганды, по мнению респондентов, являются: мастер-классы по организации занятий физической культурой, спортивных праздников для населения, то есть такие формы, где осуществляется непосредственный контакт с аудиторией.

Таблица 11 – Рейтинг форм пропаганды ФКиС с точки зрения их эффективности

Формы пропаганды ФКиС	КГ n=137	Формы пропаганды ФКиС	ЭГ/ n=144
1	2	3	4
Проведение мастер-классов, в том числе открытых, среди населения по организации занятий физической культурой	46	Проведение мастер-классов, в том числе открытых, среди населения по организации занятий физической культурой	44
Спортивные шоу на ТВ	41	Проведение спортивных праздников для населения	40
Проведение спортивных праздников для населения	38	Специальные спортивные каналы на ТВ	38
Специальные спортивные каналы на ТВ	36	Социальные сети, объединяющие занимающихся спортом, ведущих ЗОЖ, спортивных болельщиков	38
Проведение акций, флешмобов	30	Спортивные шоу на ТВ	28
Художественные и документальные фильмы	26	Художественные и документальные фильмы	27
Социальные сети, объединяющие занимающихся спортом, ведущих ЗОЖ, спортивных болельщиков	24	Проведение акций, флешмобов	25

Продолжение таблицы 11

1	2	3	4
Онлайн-трансляции соревнований и мероприятий через спортивные интернет-ресурсы	23	Наружная, ТВ реклама, призывающая к ведению ЗОЖ, по профилактике табакокурения, пьянства, наркомании и др.	23
Наружная, ТВ реклама, призывающая к ведению ЗОЖ, по профилактике табакокурения, пьянства, наркомании и др.	20	Онлайн-трансляции соревнований и мероприятий через спортивные интернет-ресурсы	19
Программы о здоровом образе жизни на радио и ТВ	17	Программы о здоровом образе жизни на ТВ	18
Проведение выставок, ярмарок	12	Обучающие ролики для самостоятельно занимающихся с сети Интернет	15
Привлечение волонтеров на спортивные соревнования и мероприятия	11	Привлечение волонтеров на спортивные соревнования и мероприятия	9

Важно отметить, что в рейтинге высокое положение занимает деятельность специализированных масс-медиа, как средство массового воздействия на население [106]. Кроме того, студентам было предложено представить свой вариант способа пропаганды ФК и С, значимый, но не вошедший в перечень. Список охватил широкий спектр мероприятий из области профессиональной деятельности выпуска физкультурного вуза: «открытые лекции с привлечением лидеров общественного мнения, знаменитостей»; «личный пример спортсменов»; «пропаганда в школах»; «доступность спортивных секций»; «организация оздоровительных лагерей-пансионатов»; «промоакции в спортклубах»; «дни открытых дверей в спортшколах»; «показательные выступления спортсменов»; «введение социальных преимуществ участникам спортивных мероприятий»; «программы для смартфонов (онлайн-тренер, спорт-дневник)»; «проведение лекций в игровой форме для подростков»; «качественная литература по ФК и С»; «бесплатные занятия с населением на городских спортплощадках».

Таким образом, будущие специалисты сознательно объединяют профессиональные мероприятия по вовлечению населения в физическую активность с деятельностью по пропаганде. При этом необходимо отметить, что информацию о физической культуре и спорте студенты в основном связывают с

результатами соревнований в различных видах спорта, но не со знаниями о правильном питании, спортивной медицине, спортивной моде и прочее.

Студенты подтверждают, что сами лично принимают участие в популяризации/пропаганде спорта и здорового образа жизни через доступные им средства – в беседе с друзьями, с воспитанниками и их родителями (КГ – 48%; ЭГ – 46%).

Оценка ответов студентов о значении каналов коммуникации для распространения информации о физической культуре и спорте, идей Олимпийского движения, здорового образа жизни позволил построить рейтинг (таблица 12), который подтверждает вывод о том, что коммуникация переходит в Интернет, хотя телевидение остается широко востребованным средством массовой коммуникации для пропаганды спорта, а такие традиционные каналы как печатные издания и радио резко теряют свою популярность и, соответственно, эффективность.

Таблица 12 – Рейтинг каналов коммуникации для пропаганды физической культуры и спорте

№	Канал коммуникации	КГ n=137/%	ЭГ n=144/%
1.	Интернет	67%	69%
2.	Телевидение	51%	50%
3.	Средства наружной рекламы	8%	10%
4.	Печатные издания, радио	3%	2%

Более половины опрошенных студентов (КГ – 53%; ЭГ – 57%) сами пробуют публиковать материалы о физической культуре и спорте в Интернете, предпочитая такие способы, как пост в социальной сети, ролик на YouTube по спортивной тематике. Интерес к созданию собственного спортивного контента сопряжен с популярностью общения в социальных медиа среди молодежи и доступностью технологий размещения. При этом все студенты КГ и ЭГ (100 %) относят себя к числу уверенных пользователей ПК с постоянным доступом к Интернету, как источнику информации.

На основе представлений об агитационно-пропагандистской работе студенты выделили необходимые для них профессиональные знания и навыки (таблица 13).

Таблица 13 – Рейтинг значимых знаний, представлений и навыков агитационно-пропагандистской работы для студентов

№	Перечень знаний, представлений и опыта	КГ n=137/%	ЭГ n=144/%
1.	Умение организовать и провести спортивное мероприятие/событие (соревнование/праздник)	28%	33%
2.	Знания об особенностях современных медиа и способах размещения в них информации	27%	25%
3.	Умение презентовать достижения спортсменов через различные средства коммуникации	21%	27%
4.	Умение писать тексты	15%	12%
5.	Другое	9	3

Анализ данных, представленных в таблице, показывает, что у студентов ЭГ повышаются требования к освоению навыков, связанных с организацией спортивных мероприятий/событий и умений презентовать спортивные достижения различными способами и средствами коммуникации. Также можно отметить в среднем сохраняющуюся потребность к уровню знаний об особенностях современных медиа и способах размещения в них информации, что свидетельствует о большом интересе молодежи к области коммуникаций.

Анализ результатов опроса позволяет сделать вывод о том, что студенты КГ и ЭГ имеют сопоставимый начальный уровень понимания процессов пропаганды физической культуре и спорта, способов и средств коммуникации, а также необходимости формирования компетенций для осуществления агитационно-пропагандистской работы – знаний об особенностях современных медиа, способах подачи информационного материала, умений и навыков по организации спортивного мероприятия/события.

В дальнейшем студенты ЭГ в отличие от студентов КГ проходили курс «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» с применением методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей. В ходе реализации методики, описанной в п.3.3, тщательно воссоздавались заданные педагогические условия продуктивного образовательного процесса, направленного на формирование профессиональной компетентности и конкурентоспособности специалистов соответствующего

профиля.

Для выявления уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности в процессе изучения студентам КГ и ЭГ было предложено выполнить шесть контрольных заданий, соответствующих определённому критерию, описанных в п. 4.1 (таблица 14). Отметим, что в обеих группах применялись одинаковые способы контроля показателей подготовленности.

Таблица 14 – Соотнесение критериев и контрольных заданий

Критерии	Контрольные задания
Ценностно-мировоззренческий блок компетенций	
Знание профессионального лексического ресурса	– написание терминологического диктанта;
Знание теоретических основ пропагандистской деятельности	– выполнения рефлексированного теста;
Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать	– участие в интеллектуальном соревновании «Дебаты»;
Профессионально-коммуникативный блок компетенций	
Способность создавать информационный продукт для устной коммуникации	– создание информационного продукта – «Публичное выступление»;
Способность создавать информационный продукт для письменной коммуникации	– создание информационного продукта – «Рекламное сообщение»;
Организационно-технологический блок компетенций	
Способность проектировать событие/мероприятие в процессе коллективной работы	– разработка проекта события/мероприятия

Впоследствии результаты обучения каждого студента-участника эксперимента ЭГ, полученные на основе авторской методики, сравнивались с результатами обучения студентов КГ, полученными на основе традиционной методики. Для того, чтобы выяснить справился или не справился студент с контрольным заданием вообще, и на каком уровне, в частности, было использовано числовое выражение показателей, определенное в процентах по отношению к количеству студентов в КГ – 137 человек, в ЭГ – 144 человека.

Количественные результаты выполнения контрольных заданий КГ и ЭГ в процентах (%), представленные в таблицах, были сравнены, проанализированы и интерпретированы, что позволило установить:

- повышение в ЭГ уровня знаний и понимания лексики осваиваемой дисциплины по показателям уровня усвоения (таблица 15);

Таблица 15 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Знание профессионального лексического ресурса»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	15,3%	81%	18,8%	85%
	Оптимальный	27,7%		23,6%	
	Допустимый	37,0%		42,3%	
Не справились с заданием	Пороговый	10,2%	19%	9,0%	15%
	Недопустимый	8,8%		6,3%	

- сохранение в ЭГ на уровне 100% освоения теоретических основ пропагандистской деятельности, при увеличении количества студентов с продвинутым уровнем усвоения материала (таблица 16);

Таблица 16 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Знание теоретических основ пропагандистской деятельности»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	37,2%	100%	47,2%	100%
	Оптимальный	32,9%		32,0%	
	Допустимый	29,9%		20,8%	
Не справились с заданием	Пороговый	0		0	0%
	Недопустимый	0		0	

- повышение в ЭГ способности к аргументации при обсуждении дискуссионных вопросов, увеличение числа респондентов «продвинутого» уровня на 20,7% за счёт сокращения «оптимального» и «допустимого» уровней (таблица 17);

Таблица 17 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	16,8%	90%	37,5%	92%
	Оптимальный	39,4%		30,5%	
	Допустимый	33,6%		24,3%	
Не справились с заданием	Пороговый	7,3%	10%	3,5%	8%
	Недопустимый	2,9%		4,2%	

- повышение в ЭГ способности к устной коммуникации, значительный рост, на 22,4%, количества студентов с «продвинутым» и «оптимальным» уровнем освоения компетенций (таблица 18);

Таблица 18 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность создавать информационный продукт для устной коммуникации»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	8,8%	74%	18,8%	85,5%
	Оптимальный	17,5%		29,9%	
	Допустимый	47,4%		36,8%	
Не справились с заданием	Пороговый	11,0%	26%	7,6%	14,5%
	Недопустимый	15,3%		6,9%	

- повышение в ЭГ способности к письменной коммуникации, при сокращении количества респондентов с «продвинутым» уровнем, значительный рост количества студентов с «оптимальным» и «допустимым» уровнем освоения компетенций (таблица 19);

Таблица 19 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность создавать информационный продукт для письменной коммуникации»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	41,6%	87%	30,6%	92%
	Оптимальный	24,1%		34,0%	
	Допустимый	21,2%		27,7%	
Не справились с заданием	Пороговый	8,0%	13%	5,6%	8%
	Недопустимый	5,1%		2,1%	

- повышение в ЭГ способности к проектированию события, значительный рост показателя «продвинутый» уровень на 15,1% при уменьшении числа студентов, не справившихся с заданием (таблица 20);

Таблица 20 – Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность проектировать событие/мероприятие в процессе коллективной работы»

	Показатели	КГ (n=137)		ЭГ (n=144)	
Справились с заданием	Продвинутый	4,3%	81%	19,4%	91%
	Оптимальный	34,3%		30,6%	
	Допустимый	42,3%		39,6%	
Не справились с заданием	Пороговый	5,1%	19%	4,1%	10%
	Недопустимый	13,9%		6,3%	

Для выявления уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности по блокам компетенций была применена методика группировки значений А.А. Кыверялга, описанная в п. 4.1, в соответствии с заданными условиями нами установлены максимальный суммарный балл, минимальный балл и интервалы.

Для анализа сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока был установлен максимальный суммарный балл равный 15, а минимальный – 3. Так как обобщенный результат в числовых показателях меняется в пределах от 6 до 15, то, в соответствии с вышеизложенной методикой, интервалы распределяются следующим образом: высокий уровень – от 15 до 13, средний – от 12 до 10, низкий – от 9 до 7, недопустимый – от 6 до 0 (таблица 21).

Таблица 21 – Показатели сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока

Уровни сформированности компетенций	Высокий п/%	Средний п/%	Низкий п/%	Недопустимый п/%
Интервал	15-13	12-10	9-7	6-0
КГ(n=137)	41 / 30,0%	61 / 44,5%	30 / 21,9%	5 / 3,6%
ЭГ(n=144)	61 / 42,3%	57 / 39,6%	22 / 15,3%	4 / 2,8%

Анализ данных показывает, что у большинства студентов КГ и ЭГ сформированы компетенции ценностно-мировоззренческого блока. Причем, вырос процент (на 12,3%) студентов ЭГ, которые показали высокий уровень, по сравнению с КГ. На рисунке 8 представлена динамика изменения уровня сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока.

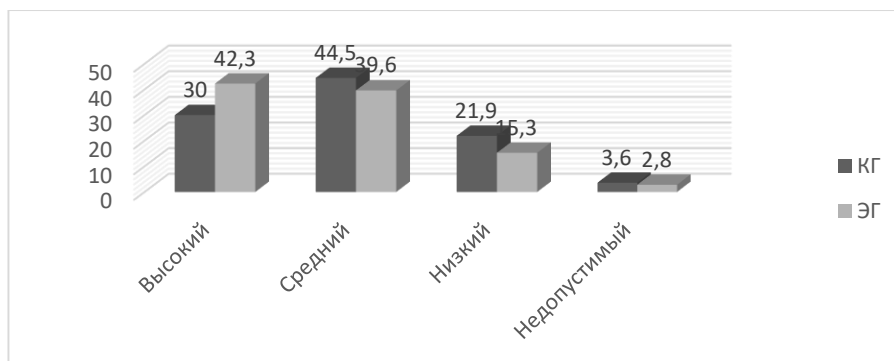


Рисунок 8 – Динамика уровня сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока

Для анализа сформированности компетенций профессионально-коммуникативного блока был установлен максимальный суммарный балл равный 10, а минимальный – 2. Обобщенный результат меняется в пределах от 4 до 10, следовательно, в соответствии с вышеизложенной методикой, интервалы распределяются следующим образом: высокий уровень – от 10 до 9, средний – от 8 до 7, низкий – от 6 до 5, недопустимый – от 4 до 0 (таблица 22).

Таблица 22 – Показатели сформированности профессионально-коммуникативного блока компетенций

Уровни сформированности компетенций	Высокий n/%	Средний n/%	Низкий n/%	Недопустимый n/%
Интервал	10-9	8-7	6-5	4-0
КГ(n=137)	24 / 17,5%	58 / 42,3%	36/ 26,3%	19 / 13,9%
ЭГ(n=144)	46 / 32%	53 / 36,8%	36 /25%	9 / 6,2%

Анализ данных, приведенных в Таблице показывает, что компетенции профессионально-коммуникативного блока у большинства студентов и в КГ и в ЭГ сформированы, даже если брать во внимание студентов только с высоким и средним уровнем (КГ – 59,8%, ЭГ – 68,8%). Но в ЭГ результаты выше, по сравнению с КГ. Кроме того, студентов, показавших недопустимый уровень в ЭГ (6,2%) значительно меньше, чем в КГ (13,9%). Однако процент студентов с низким уровнем сформированности компетенций данного блока в обеих группах составляет почти четверть.

На рисунке 9 представлена динамика изменения уровня сформированности компетенций профессионально-коммуникативного блока.

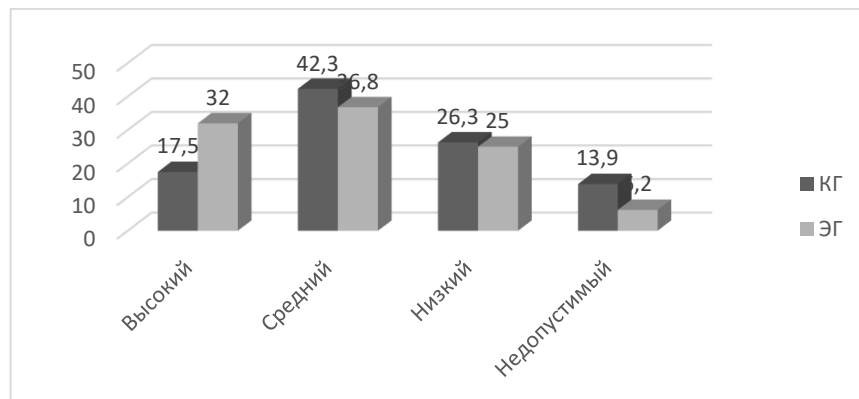


Рисунок 9 – Динамика уровня сформированности компетенций профессионально-коммуникативного блока

Поскольку для выявления сформированности организационно-технологического блока компетенций был определён максимальный суммарный балл равный 5, а минимальный – 1, то обобщённый результат меняется в пределах от 2 до 5, следовательно, в соответствии с вышеизложенной методикой, интервалы распределяются следующим образом: высокий уровень – 5, средний – 4, низкий – 3, недопустимый – от 2 до 0 (таблица 23).

Таблица 23 – Показатели сформированности организационно-технологического блока компетенций

Уровни сформированности компетенций	Высокий n/%	Средний n/%	Низкий n/%	Недопустимый n/%
Интервал	5	4	3	2-0
КГ(n=137)	6 / 4,4%	47 / 34,3%	58 / 42,3%	26 / 19%
ЭГ(n=144)	28 / 19,4%	44 / 30,6%	57 / 39,6%	15 / 10,4%

Из таблицы видно, что в ЭГ почти 20% студентов имеют высокий уровень сформированности компетенций организационно-технологического блока. И эти данные значительно выше, чем в КГ (4,4%). Треть студентов КГ (34,3%) и ЭГ (30,6%) имеют средний уровень. Однако еще достаточно большое количество студентов имеют низкий уровень в обеих группах (КГ – 42,3%, ЭГ – 39,6%).

На рисунке 10 представлена динамика изменения уровня сформированности компетенций организационно-технологического блока.

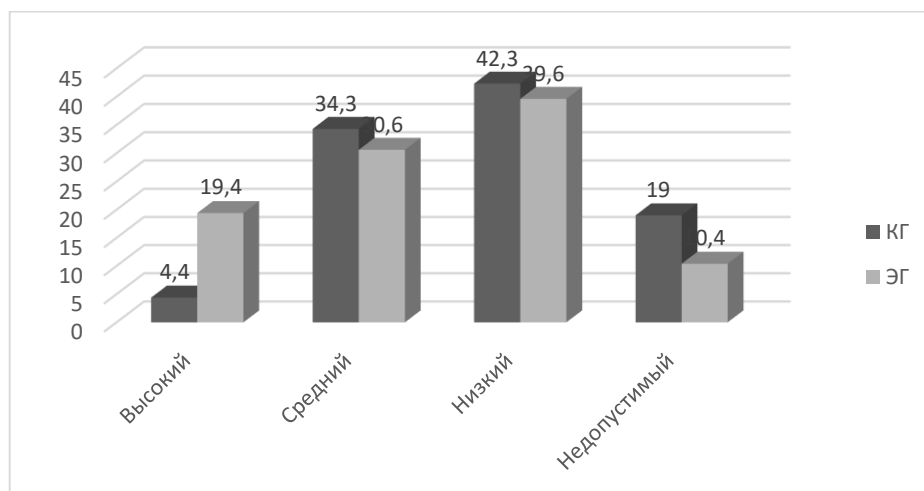


Рисунок 10 – Динамика уровня сформированности компетенций организационно-технологического блока

Для анализа сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности в целом был установлен максимальный суммарный балл равный 30, а минимальный – 6. Так как обобщенный результат меняется в пределах от 12 до 30, то, в соответствии с вышеизложенной методикой, интервалы распределяются следующим образом: высокий уровень – от 30 до 25, средний – от 24 до 19, низкий – от 18 до 13, недопустимый – от 12 до 0 (таблица 24).

Таблица 24 – Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности

Уровни сформированности компетенций	Высокий n/%	Средний n/%	Низкий n/%	Недопустимый n/%
Интервал	30-25	24-19	18-13	12-7
КГ(n=137)	31 / 22,6%	65 / 47,4%	39 / 28,5%	2 / 1,5%
ЭГ(n=144)	55 / 38,2%	59 / 41,0%	30 / 20,8%	0 / 0

Анализ данных таблицы показывает, что у большинства студентов ЭГ (79,2%) и у значительного количества студентов КГ (70%) сформированы компетенции агитационно-пропагандистской направленности. Кроме того, в ЭГ прослеживается динамика повышения количества студентов с высоким уровнем, понижения – с низким уровнем. Необходимо подчеркнуть, что в ЭГ отсутствуют студенты с недопустимым уровнем сформированности компетенций.

Динамика изменения уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности представлена на рисунке 11.

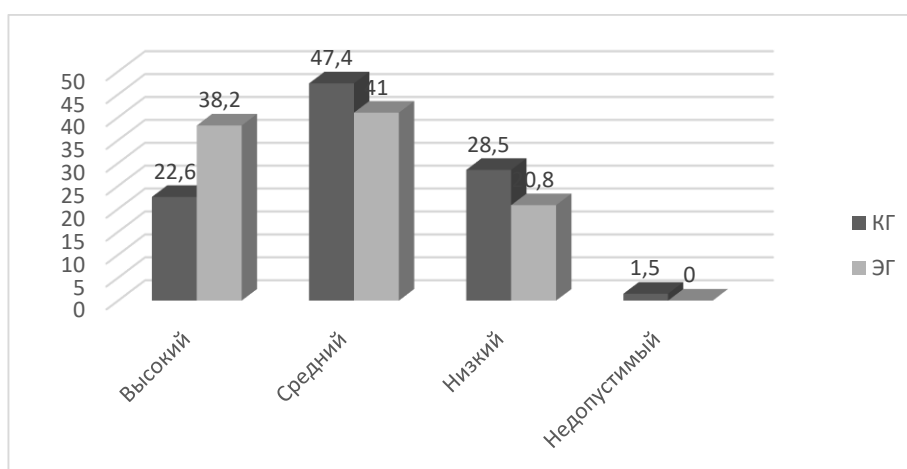


Рисунок 11 – Динамика уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности

Наблюдаемая положительная динамика количественных показателей выполнения студентами ЭГ контрольных испытаний свидетельствует о тенденции роста сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности.

Таким образом, оценка результатов опытно-экспериментальной работы по подготовке студентов к агитационно-пропагандистской работе была построена на итогах выполнения студентами контрольных заданий, соответствующих критериям формирования компетенций: знание профессионального лексического ресурса; знание теоретических основ пропагандистской деятельности; способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать; способность создавать информационный продукт для устной коммуникации; способность создавать информационный продукт для письменной коммуникации; способность проектировать событие/мероприятие в процессе коллективной работы.

По результатам анкетирования в рамках профессионально-ориентационного блока диагностики по представлению студентов о целях и содержании агитационно-пропагандистской работы установлено, что респонденты КГ и ЭГ имеют сопоставимый начальный уровень подготовки – понимания сущности и процессов пропаганды физической культуры и спорта, способов и средств коммуникации, умений и навыков по организации спортивного события.

Внедрение методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей вызвало положительные изменения по всем критериям и показателям освоения компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов экспериментальной группы. Вместе с тем, следует отметить ограниченный рост количественных показателей. Мы интерпретируем этот факт таким образом, что в его основе лежат субъективные причины, в том числе:

- привычка студентов к выполнению заданий на репродуктивном уровне;
- отсутствие опыта решения задач творческого уровня;
- низкая мотивация студентов к учебе.

В целом, в ЭГ по сравнению с КГ повысилась степень усвоения теоретического материала, в том числе, лексики осваиваемой дисциплины; выросли показатели по усвоению умений публичного выступления, в том числе, с применением системы аргументации для создания убеждающего текста. Наиболее выраженные показатели в ЭГ зафиксированы при освоении проектного способа организации и проведения специальных спортивных мероприятий/событий.

4.3 Оценка эффективности методики обучения студентов вузов физической культуры агитационно-пропагандистской работе

В целях экспериментального подтверждения эффективности методики практико-ориентированного обучения студентов агитационно-пропагандистской работе и объективной интерпретации результатов измерений были выполнены итоговые оценочные мероприятия.

На формирующем этапе эксперимента проведён опрос студентов КГ и ЭГ для выявления степени удовлетворенности итогами обучения. Результаты опроса показали, что:

- более высокие показатели удовлетворённости от пройденного курса отметили студенты ЭГ (58%) по сравнению с КГ (45%), снизилось количество респондентов, которые не в полной мере удовлетворены курсом (КГ – 28%; ЭГ – 19%), на 10% снизилось количество человек в ЭГ, не удовлетворенных учебным процессом, по сравнению с КГ;

- студенты достаточно высоко оценили содержание и методику преподавания дисциплины с точки зрения ее практической значимости, большинство студентов и КГ (73%), и ЭГ (94%) посчитали занятия ценными, из них 58% студентов ЭГ – очень ценными;

- студенты ЭГ (84%) отметили у себя значительное повышение навыков аргументации, основанных на знаниях о ценностях физической культуры для человека и общества, полученных на занятиях, по сравнению с выбором студентов

КГ (53%), на 31% снизился уровень респондентов, которые затруднились ответить на этот вопрос;

- студенты ЭГ (71%) и КГ (55%) указали на приобретение дополнительного коммуникативного опыта для осуществления популяризации физической культуры и спорта, однако необходимо отметить, что ряд студентов затруднились ответить на этот вопрос (КГ – 31%, ЭГ – 23%), что свидетельствует о необходимости совершенствовать элементы методики, которые направлены на повышение профессионально-коммуникативных умений;

- на 20% увеличилось количество студентов (КГ – 47%; ЭГ – 67%), которые после курса смогут подобрать средства и способы организации мероприятий в целях популяризации спорта, тем не менее, значительная часть КГ (33%) и ЭГ (26%) при этом испытывают затруднения;

- студенты в полной мере оценили вклад дисциплины в общую профессиональную подготовку, в ЭГ вырос процент оценивающих достаточно высоко (на 25%), на 16% уменьшился процент тех респондентов, кто затруднялся ответить (КГ – 19%; ЭГ – 3%), либо посчитал вклад данной дисциплины не важным (КГ – 6%, ЭГ – 1%).

Субъективные оценки студентов свидетельствуют о повышении уровня удовлетворенности учебным процессом и уровнем профессиональной подготовки в экспериментальной группе к осуществлению агитационно-пропагандистской работы по сравнению с контрольной.

Анализ полученных абсолютных количественных показателей итогов контрольных испытаний позволяет лишь предположить, что изменения носят позитивный характер. Необходимо отметить, что расчет среднего количества правильных ответов как расчет среднего балла по группе не может являться корректным для осуществления выводов в рамках педагогической науки. При расчете критериев было осуществлено сравнение показателей КГ и ЭГ с целью проверки наличия достоверных различий между группами вследствие применения авторской методики обучения. При проверке статистических гипотез применялись критерии хи-квадрата Пирсона и Манна-Уитни. Для установления взаимосвязи

между переменными рассчитывался ранговый коэффициент корреляции Спирмена и оценивалась его достоверность.

Для проведенных расчетов на основе хи-квадрата Пирсона был применен уровень значимости $p < 0,05$, что означало вероятность ошибки, заключающейся в отклонении (непринятии) нулевой гипотезы, при которой различия между группами носят не систематический, а случайный характер, то есть допускается вероятность ошибки не более 5%.

В таблице 25 представлены показатели p -значения по критериям оценки сформированности компетенций, полученные в результате расчёта по хи-квадрату Пирсона, на основе таблиц сопряженности КГ и ЭГ. Проверялась достоверность повышения доли обучающихся, показавших более высокую степень выполнения контрольных педагогических испытаний (продвинутого и оптимального уровня) по предложенным критериям.

Таблица 25 – p -значение по критериям оценки сформированности компетенций

п/п	Критерии оценки сформированности компетенций	Значение p
1.	Знание профессионального лексического ресурса	0,7392
2.	Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать	0,0023
3.	Знание теоретических основ пропагандистской деятельности	0,1373
4.	Способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации	0,0022
5.	Способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации	0,0763
6.	Способность к проектированию события/мероприятия в процессе коллективной работы	0,0013

Из таблицы видно, что по критериям 1, 3, 5 – p -значение больше 0,05, следовательно, между контрольной и экспериментальной группами нет достоверных отличий. По критериям 2, 4, 6 – p -значение меньше 0,05, следовательно, между в показателях КГ и ЭГ есть достоверные отличия.

Исходя из полученных результатов, представляется необходимым сгруппировать критерии по блокам компетенций (таблица 26), так как для нас является важным подтверждение достоверности формирования компетенций, составляющих в целом компетентность агитационно-пропагандистской направленности.

Таблица 26 – Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности по блокам на основе хи-квадрата Пирсона

Блоки компетенций	Критерии	$p > 0,05$	$p < 0,05$
Ценностно-мировоззренческий	Знание профессионального лексического ресурса	0,7392	
	Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать		0,0023
	Знание теоретических основ пропагандистской деятельности	0,1373	
Профессионально-коммуникативный	Способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации		0,0022
	Способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации	0,0763	
Организационно-технологический	Способность к проектированию события/ мероприятия в процессе коллективной работы		0,0013

Для подтверждения достоверности исследования на основе U-критерия Манна-Уитни были определены среднее выборочное значение – M, ошибка среднего выборочного – m при определенном объёме выборки – n. При этом считаем необходимым учитывать показатель Me – медиана, так как разброс исследуемых значений достаточно широк. Проверялась достоверность увеличения среднего балла по результатам тестов, сгруппированных по блокам компетенций (таблица 27).

Таблица 27 – Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности по блокам на основе U-критерия Манна-Уитни

Критерии	КГ, n = 137 (M±m / Me / p)	ЭГ, n = 144 (M±m / Me / p)
1	2	3
Ценностно-мировоззренческий блок компетенций		
Знание профессионального лексического ресурса	3,30 ± 0,09	3,39 ± 0,09
	3,0	3,0
	0,6204 > 0,05	
Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать	3,59 ± 0,08	3,93 ± 0,08
	4,0	4,0
	0,0012 < 0,05	
Знание теоретических основ пропагандистской деятельности	4,07 ± 0,06	4,26 ± 0,06
	4,0	4,0
	0,0489 > 0,05	

Продолжение таблицы 27

1	2	3
Профессионально-коммуникативный блок компетенций		
Способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации	$2,93 \pm 0,09$	$3,45 \pm 0,09$
	3,0	3,0
	0,00006 < 0,05	
Способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации	$3,89 \pm 0,10$	$3,85 \pm 0,08$
	4,0	4,0
	0,3832 > 0,05	
Организационно-технологический блок компетенций		
Способность к проектированию события/мероприятия в процессе коллективной работы	$3,10 \pm 0,09$	$3,52 \pm 0,08$
	3,0	3,5
	0,0021 < 0,05	
Примечание: М – среднее выборочное значение; m – ошибка среднего выборочного; n – объём выборки; Me – медиана; p – уровень значимости		

В результате сопоставления расчетов, как на основе хи-квадрата Пирсона, так и U-критерия Манна-Уитни, нами было установлено следующее:

- подтверждается достоверность результатов эксперимента по компетенциям ценностно-мировоззренческого блока – «способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать» – наблюдается повышение показателей «продвинутого» уровня освоения на 20,7% в ЭГ по сравнению с КГ; не выявлено существенных различий в уровне освоения основ профессионального лексического ресурса и теоретических знаний пропагандистской деятельности;

- подтверждается достоверность результатов эксперимента по компетенциям профессионально-коммуникативного блока – «способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации» – зафиксирован прирост показателей «продвинутого» уровня на 10% и «оптимального» на 12,4% в ЭГ по сравнению с КГ; при этом, не выявлено существенных различий в уровне освоения способности к созданию информационного продукта для письменной коммуникации;

- подтверждается достоверность результатов эксперимента по компетенциям организационно-технологического блока – «способность к проектированию события/мероприятия в процессе коллективной работы» – установлен рост

показателей «оптимального» на 9,9% и «допустимого» на 6,5% уровней в ЭК по сравнению с КГ.

Таким образом, подтвердилась достоверность результатов эксперимента по формированию компетенций внутри каждого блока компетенций агитационно-пропагандистской направленности. Необходимо отметить, что достоверные результаты раскрываются в критериях, которые отражают наиболее сложные по формированию и специфические по осуществлению качества специалиста для проведения агитационно-пропагандистской работы.

Корреляция между показателями сформированности компетенций вычислялась по Спирмену. Теснота корреляционной связи между показателями сформированности компетенций в КГ и ЭГ определялась по коэффициенту корреляции (r): сильная – $r = \pm 0,7$ до ± 1 , средняя – $r = \pm 0,3$ до $\pm 0,699$, слабая – $r = 0$ до $\pm 0,299$ (таблицы 28 и 29).

Таблица 28 – Коэффициент корреляции показателей сформированности компетенций в контрольной группе

КГ, n=137	1	2	3	4	5	6
1		0,2444	0,7226	0,4580	0,4453	0,3159
2	0,2444		0,3602	0,2485	0,1768	0,1743
3	0,7226	0,3602		0,5437	0,5923	0,4525
4	0,4580	0,2485	0,5437		0,3197	0,2106
5	0,4453	0,1768	0,5923	0,3197		0,2134
6	0,3159	0,1743	0,4525	0,2106	0,2134	

Примечание. Критерии:

1. Знание профессионального лексического ресурса
2. Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать
3. Знание теоретических основ пропагандистской деятельности
4. Способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации
5. Способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации
6. Способность к проектированию события/ мероприятия в процессе коллективной работы

Анализ данных КГ, приведенных в таблице, показывает, что имеется существенная корреляционная связь между овладением профессионального лексического ресурса студентов и их теоретической подготовкой к агитационно-пропагандистской работе. При этом наблюдается статистически значимая положительная связь между знанием лексики и умением осуществлять письменную и устную коммуникацию в профессиональной сфере, применять теоретические основы для подготовки проектов.

Таблица 29 – Коэффициент корреляции показателей сформированности компетенций в экспериментальной группе

ЭГ, n=144	1	2	3	4	5	6
1		0,2973	0,7414	0,5146	0,4509	0,4662
2	0,2973		0,5005	0,2017	0,3080	0,2885
3	0,7414	0,5005		0,6715	0,5397	0,6343
4	0,5146	0,2017	0,6715		0,3594	0,4592
5	0,4509	0,3080	0,5397	0,3594		0,3747
6	0,4662	0,2885	0,6343	0,4592	0,3747	

Примечание. Критерии:

1. Знание профессионального лексического ресурса
2. Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать
3. Знание теоретических основ пропагандистской деятельности
4. Способность к созданию информационного продукта для устной коммуникации
5. Способность к созданию информационного продукта для письменной коммуникации
6. Способность к проектированию события/ мероприятия в процессе коллективной работы

Сравнительный анализ данных коэффициента корреляции показателей сформированности компетенций КГ и ЭГ, свидетельствует об усилении корреляционной связи в процессе внедрения методики практико-ориентированного обучения ЭГ. Повышается значение комплексных факторов – формирование способностей к аргументации и убеждению, проектированию событий в процессе коллективной деятельности. Рост взаимовлияния между способами освоения компетенций дает основание говорить об интегративном характере подготовки к агитационно-пропагандистской работе, которая в совокупности способствует:

- формированию мировоззренческой позиции; овладению навыками мотивационного воздействия на установки различных групп населения, в том числе молодежи;

- овладению умениями осуществлять разного вида коммуникации в устной и письменной формах с использованием современных коммуникационных технологий;

- развитию способности к осуществлению проектной работы.

Статистические расчеты, полученные в результате экспериментальной проверки эффективности применения модели формирования компетенций агитационной-пропагандистской направленности, позволяют с долей вероятности сделать вывод о продуктивности методики практико-ориентированного обучения

на основе таксономии образовательных целей, учитывающей, в том числе, знания студентов, приобретаемые в результате освоения других дисциплин учебного плана, наряду с опытом трудовой деятельности.

Сравнение экспериментальных данных о результатах подготовки и их динамике в процессе обучения студентов на основе традиционной методики (контрольная группа) и на базе внедрённой методики (экспериментальная группа) свидетельствуют об эффективности, продуктивности и результативности последней, как по отдельным блокам компетенций: ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому блокам, так и в целом компетенций агитационно-пропагандистской направленности.

Таким образом, подготовка студентов к агитационно-пропагандистской работе с применением методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей оказывает существенное воздействие на профессиональное становление будущих специалистов, ориентированных на личное активное участие в пропаганде физической культуры, спорта и ЗОЖ, выраженное в эффективном формировании профессионально значимых компетенций агитационно-пропагандистской направленности, мотивированности, осознанного отношения к пропаганде спорта, а также удовлетворённости студентов учебно-познавательной деятельностью, что значительно повышает качество их профессиональной подготовки в вузе физической культуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО ГЛАВЕ 4

Анализ результатов опытно-экспериментальной работы и оценка эффективности внедрения методики практико-ориентированного обучения агитационно-пропагандистской работе студентов вузов физической культуры проводились в соответствии с задачами эксперимента и с использованием разработанного автором диагностического аппарата.

Выбор способов и средств диагностики был обусловлен:

- 1) спецификой содержания дисциплины;
- 2) этапностью эксперимента;
- 3) сопоставимостью контрольной и экспериментальной групп, как по численности испытуемых, так и по уровню начальных знаний студентов в области пропаганды спорта.

Для каждого этапа эксперимента были определены свои оценочные средства, подробная характеристика каждого из которых включает описание самого диагностического инструмента, деятельности студентов, способов проверки и оценки результатов выполнения контрольных заданий.

Диагностический инструментарий был разработан для оценивания:

- уровня представлений об агитационно-пропагандистской работе и степени удовлетворенности учебно-познавательной деятельностью студентов, что отражено в профессионально-ориентационном блоке диагностического аппарата:

- сформированности у студентов компетенций агитационно-пропагандистской направленности по трем блокам компетенций: ценностно-мировоззренческом, профессионально-коммуникативном, организационно-технологическом.

Анализ результатов определения уровня представлений студентов в КГ и ЭГ о сущности пропаганды ФК и С, об использовании тех или иных каналов передачи информации с помощью современных медиа для формирования общественного мнения свидетельствует об идентичном понимании процессов коммуникации, при этом степень критичности к оценке осуществления данного вида деятельности выше в ЭГ (КГ – 31%; ЭГ – 38%). Выделяя необходимые умения и навыки для ведения агитационно-пропагандистской работы, наряду с имеющимися знаниями о современных медиа-средствах и способах создания и размещения в них контента, студенты ЭГ, вместе с тем, повышают требования к компетенциям, связанным с навыками публичной коммуникации и способами организации спортивного события (на 6% и 5% соответственно).

Оценка уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов КГ и ЭГ, осуществляемая в результате сравнительного анализа результатов выполнения контрольных заданий, показала следующие изменения у студентов ЭГ по сравнению с КГ:

- повысилась степень усвоения лексики осваиваемой дисциплины в целом на 4%;

- увеличилось количество студентов с «продвинутым» уровнем усвоения теоретического материала на 10%;

- значительно повысилась сформированность умения выстраивать систему аргументации («продвинутый» уровень на 20,7%);

- усовершенствовались навыки создания текстов для письменной коммуникации на 11,5%;

- усовершенствовались навыки устной коммуникации в публичном пространстве на 5%;

- повысилась способность к проектированию специальных событий на 10%.

Положительная динамика количественных показателей выполнения студентами контрольных заданий свидетельствуют о достаточно высокой степени сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности, что позволяет сделать вывод о результативности использования методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей.

Эффективность внедрённой методики также подтверждается анализом итогов проведенного опроса среди студентов КГ и ЭГ о степени их удовлетворенности результатами учебно-познавательной деятельности: в ЭГ отмечено повышение степени удовлетворенности учебным процессом на 13% и в целом уровнем профессиональной подготовки к осуществлению агитационно-пропагандистской работы, оценка вклада дисциплины в общую профессиональную подготовку также выросла в ЭГ по сравнению с КГ на 25%.

Результаты объективного анализа количественных показателей итогов контрольных испытаний, полученных вследствие применения критериев хи-

квадрата Пирсона и Манна-Уитни, а также рангового коэффициента корреляции Спирмена позволяют судить об объективности результатов исследования.

Таким образом, подтвердилась достоверность результатов эксперимента по формированию компетенций агитационно-пропагандистской направленности, сгруппированных по блокам (p -значение $< 0,05$), равно как продуктивность методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей для подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты, полученные в ходе исследования, позволили сделать следующие выводы.

1. Теоретический анализ агитационно-пропагандистской работы в сфере физической культуры и спорта показал, что данное понятие необходимо рассматривать в двух основных аспектах, а именно в аспекте теории пропаганды как социально-культурного явления и её практического воплощения как вида деятельности в означенной сфере.

Выявлено, что в трактовке термина «пропаганда» и «агитация» в отечественной науке в XIX-XX вв., сформировалась и доминировала точка зрения на пропаганду как на деятельность, выполняющую государственно-политическую функцию, выраженную в поддержке государственной идеологии.

Феномен пропаганды физической культуры и спорта на протяжении десятилетий видоизменялся в соответствии с историко-культурными процессами, происходящими в России и за рубежом, что позволило нам определить и сформулировать парадигмальный подход к изучению пропаганды, выделить критерии для периодизации исторических этапов её развития, сделать историографический обзор изучения пропаганды сферы физической культуры и спорта.

На фундаменте данных исследований было сформулировано определение пропаганды физической культуры и спорта как особого вида коммуникационной деятельности субъекта, осуществляемой в целях формирования устойчивой позиции индивидуума или общественной группы к принятию ценностей физической культуры, спорта и здорового образа жизни и изменения социального поведения людей с помощью комплекса современных средств и инструментов коммуникации в рамках социально-исторической парадигмы.

2. На основе анализа теоретических и эмпирических исследований были выявлены и определены факторы, влияющие на процесс подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе, которые

отражают ключевые звенья построенной в ходе исследования структуры функционирования пропаганды и включают в себя:

- *нормативный фактор*, раскрывающий различные подходы к пониманию сущности пропаганды ФК и С;

- *управленческий фактор*, представляющий собой структуру управления пропагандой;

- *потребительский фактор*, определяющий объект пропаганды физической культуры и спорта – ее целевые аудитории;

- *технологический фактор*, объединяющий способы осуществления пропаганды физической культуры и спорта: средства, формы и методы пропаганды;

- *образовательный фактор*, представляющий собой педагогическую надстройку со специальным набором учебных и воспитательных форм обучения, которая основана на принципе комплексности педагогических подходов, предполагающих их вариативность в зависимости от постановки образовательных задач в структуре профессиональной подготовки студентов вузов физической культуры.

Учёт совокупности данного комплекса факторов позволил реализовать системный подход к постановке задач по формированию отношения студентов к роли и месту агитационно-пропагандистской работы в их будущей профессиональной деятельности; проанализировать и пересмотреть содержание, методы и средства преподавания дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» как экспериментально-образовательной площадки.

3. Разработка авторской модели подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе была обусловлена наличием ряда взаимовлияющих факторов и процессов, происходящих во внешней и внутренней социокультурной и образовательной среде:

- определение структуры функционирования пропаганды ФК и С;

- систематизация компетенций по базовым блокам актуализированного ФГОС по направлению подготовки «Физическая культура»;
- проведение сопоставительного анализа образовательных и профессиональных стандартов в области физической культуры и спорта;
- построение матрицы соответствия компетенций ФГОС по направлению подготовки «Физическая культура» и трудовых действий, закрепленных в Профессиональных стандартах специалистов по физической культуре;
- формулирование планируемых результатов освоения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» – индикаторов сформированности компетенций.

Построенная в ходе исследования структурно-содержательная модель представляет собой образовательный процесс, осуществляемый на трёх уровнях:

- стратегическом, определяющим государственный заказ на целевую подготовку специалистов по ФК и С, на основе ФГОС и профессиональных стандартов;
- тактическом, выражающим содержание образовательной деятельности в соответствии с рекомендуемыми компетенциями (ФУМО, ОУ) и авторским подходом к их систематизации;
- оперативном, отражающим результативный этап применения педагогических технологий и раскрывающим организацию процесса обучения, исходя из экспериментальной методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей.

4. Разработанная методика практико-ориентированного обучения студентов агитационно-пропагандистской работе на основе таксономии образовательных целей базируется на группировке компетенций ФГОС и трудовых действий ПС по предлагаемым автором блокам – ценностно-мировоззренческому, профессионально-коммуникативному, организационно-технологическому. Опираясь на современные принципы обучения и воспитания, внедрённая методика учитывает уже имеющиеся результаты освоения студентами дисциплин базовой части учебного плана на предыдущих этапах обучения, а также результаты участия

студентов во внеаудиторной работе, реализуемой в вузе, студенческих слётах, фестивалях, клубах физкультурной направленности, в спортивном волонтерском движении.

5. Апробация методики, проходившая в процессе обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», выявила положительную динамику показателей сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов экспериментальной группы. Так, высокий уровень сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока у студентов ЭГ – 42,3%, а в КГ – 30,0%; профессионально-коммуникативного блока – у студентов ЭГ – 32%, КГ – 17,5%; организационно-технологического блока – у студентов ЭГ 9,4%, КГ – только 4,4%.

Итоговые результаты обучения экспериментальной группы по базовым критериям, отражающим основные характеристики компетентности для реализации агитационно-пропагандистской работы в сфере ФК и С, в заявленных блоках компетенций достоверно выше ($p < 0,05$), чем в контрольной группе.

Данные статистических расчётов свидетельствуют об усилении корреляционной связи между способами освоения компетенций и, соответственно, о росте их взаимовлияния, что даёт основание говорить об интегративном характере подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе в результате применения экспериментальной методики и подчёркивает продуктивность проделанной работы.

6. Значимость разработанной автором модели подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе и внедрённой методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей подтверждается, в том числе, оценочными суждениями студентов ЭГ по сравнению со студентами КГ о степени удовлетворенности результатами учебно-познавательной деятельности: повышение навыков аргументации (КГ – 84% и ЭГ – 53%), коммуникативного опыта (КГ – 71% и ЭГ – 55%), знаний средств и способов организации спортивных мероприятий в целях популяризации спорта и здорового образа жизни (КГ – 67% и ЭГ – 47%).

Данный подход к формированию профессиональной компетентности специалистов, осуществляющих деятельность по пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни, обеспечивает повышение эффективности образовательного процесса и вносит вклад в общую профессиональную подготовку студентов в вузах физической культуры.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Содержание и структуру подготовки к агитационно-пропагандистской работе в сфере физической культуры и спорта, рекомендуется разрабатывать образовательной организации с учетом поставленных государством долгосрочных целей по формированию общенациональных ценностей в области физического и нравственного здоровья, опираясь на нормативные документы и общенациональные проекты.

2. Внедрение образовательной организацией специального курса по изучению пропаганды физической культуры и спорта, средств и методов ее осуществления в образовательные программы бакалавриата рекомендуется на курсах, предшествующих по графику учебно-производственной практике, для реального применения полученных компетенций.

3. Для повышения эффективности подготовки к агитационно-пропагандистской работе образовательной организации рекомендуется усилить ценностный и коммуникативный потенциал в содержании других дисциплин гуманитарного цикла учебного плана по направлению «Физическая культура».

4. При внедрении предлагаемой методики практико-ориентированного обучения на основе таксономии образовательных целей преподавателю специализированной дисциплины рекомендуется учитывать блоковую структуру формируемых компетенций агитационно-пропагандистской направленности (ценностно-мировоззренческий, профессионально-коммуникативный, организационно-технологический), применение которой обеспечивает оптимальные педагогические условия для эффективного образовательного процесса.

5. Руководству вузов физической культуры рекомендуется применять результаты диссертационного исследования для наиболее максимального положительного образовательного результата при осуществлении планирования и в ходе реализации работы по вовлечению студентов в активную социально-значимую деятельность спортивной направленности (клубы, конкурсы, фестивали,

соревнования), в том числе центры спортивных волонтеров, для интенсификации агитационно-пропагандистской работы по физической культуре и спорту через систему воспитательной работы.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

ВО – высшее образование

ГДР – Германская Демократическая Республика

ГТО – спортивный комплекс «Готов к труду и обороне»

ЗОЖ – здоровый образ жизни

КГ – контрольная группа

КОЗ – компетентностно-ориентированное задание

НСК – Национальная система квалификаций

ОК – общекультурные компетенции

ООН – Организация Объединенных Наций

ОПК – общепрофессиональные компетенции

ОУ – образовательное учреждение

ПК – профессиональные компетенции

ПООП – примерная основная образовательная программа

ПС – профессиональный стандарт

РФ – Российская Федерация

СМИ – средства массовой информации

УК – универсальные компетенции

ФГОС – федеральный государственный образовательный стандарт

ФЗ – Федеральный закон

ФК и С – физическая культура и спорт

ФУМО – федеральное учебно-методическое управление

ЭГ – экспериментальная группа

ЮНЕСКО – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

(организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры)

PR – public relation (связи с общественностью)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Олимпийская хартия (в действии с 9 октября 2018 г.) : перевод с английского языка / Международный олимпийский комитет. – 2018. – ноябрь. URL: https://olympic.ru/upload/2019/02/charter_09_10_2018-russkaya-versiya.pdf (дата обращения: 16.11.2020).
2. Международная хартия физического воспитания и спорта (Принята в г. Париже 21.11.1978 на 20-ой сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114032_rus.page (дата обращения: 17.11.2020).
3. Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ «Трудовой кодекс Российской Федерации» : принят Государственной Думой 21 декабря 2001 года. Одобрен Советом Федерации 26 декабря 2001 года // Собрание законодательства РФ. – 07.01.2002. – № 1. – ст. 3. – URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1002002001000&docid> (дата обращения: 11.07.2019).
4. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» : принят Государственной Думой 21 декабря 2012 года : одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 года // Собрание законодательства РФ. – 31.12.2012. – № 53. – ст. 7598. – URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1002012053010&docid> (дата обращения: 15.07.2019).
5. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» : принят Государственной Думой 16 ноября 2007 года : одобрен Советом Федерации 23 ноября 2007 года // Собрание законодательства РФ. – 10.12.2007. – № 50. – ст. 6242. – URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1002007050000&docid> (дата обращения: 07.08.2020).
6. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 13

марта 2006 года. Собрание законодательства РФ. – 20.03.2006. – № 12. – ст. 1232. – URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1002006012000&docid=51> (дата обращения: 11.08.2020).

7. Федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Законодательство Российской Федерации. – URL: <https://fzrf.su/zakon/o-sredstvah-massovoj-informacii-smi-2124-1/> (дата обращения: 11.08.2020).

8. Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» // КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения: 25.08.2020).

9. Распоряжение Правительства РФ от 24.11.2020 N 3081-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» // КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369118/ (дата обращения: 21.12.2020).

10. Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 N 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» // КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/ (дата обращения: 11.09.2020).

11. Распоряжение Правительства РФ от 07.08.2009 N 1101-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года» // КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90500/ (дата обращения: 05.04.2018).

12. Приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 N 940 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура» :

зарегистрировано в Минюсте России 16.10.2017 N 48566 // Министерство юстиции РФ. – URL: <https://minjust.consultant.ru/documents/37080> (дата обращения: 21.11.2019).

13. Приказ Минобрнауки России от 07.08.2014 N 935 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (уровень бакалавриата)» : зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2014 N 33796 // Министерство юстиции РФ. – URL: <https://minjust.consultant.ru/documents/11537> (дата обращения: 21.04.2018).

14. Приказ Минтруда РФ от 29.09.2014 N 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» : зарегистрировано в Минюсте РФ 19.11.2014 N 34779 // Министерство юстиции РФ. – URL: <https://minjust.consultant.ru/documents/12318> (дата обращения: 19.11.2019).

15. Аванесов, В. С. История педагогической теории измерений / В. С. Аванесов // Образовательные технологии. – 2012. – № 4. – С. 28–38.

16. Агеевец, В. У. Пути, средства и методы организации пропаганды физической культуры и спорта среди молодежи / В. У. Агеевец // Массовая физическая культура и спорт. Идеино-политическое и нравственное воспитание физкультурников и спортсменов : сборник материалов участнику секции XIX съезда ВЛКСМ «Физическое и военно-патриотическое воспитание молодежи. Комсомол и Сов. Вооруженные силы». – Ленинград, 1982. – С. 47–54.

17. Агитационно-пропагандистская работа в профессиональной подготовке бакалавров отрасли физической культуры и спорта / Е. В. Утишева, Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова, С. И. Петров // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2020. – № 8 (186). – С. 280–284.

18. Акрамовский, И. В. Эффективность физического воспитания студентов в зависимости от системы пропаганды : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / И. В. Акрамовский. – Москва, 1990. – 24 с.

19. Аксельрод, В. И. Историко-краеведческий конкурс «Спортивный Петербург» как форма пропаганды спорта среди подростков и старших школьников / В. И. Аксельрод // Физическая культура и спорт в системе воспитания юных петербуржцев : (материалы третьей городской научно-практической конференции, март 2000 г.) – Санкт-Петербург, 2000. – С. 80–83.

20. Аксенова, О. Э. Информационно-пропагандистское воздействие на школьников как фактор приобщения их к физкультурно-спортивной деятельности : 13.00.04 : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / О. Э. Аксёнова. – Санкт-Петербург, 1996. – 158 с.

21. Алмазов, Б. А. Пропаганда в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / Б. А. Алмазов. – Санкт-Петербург : НГУ им. П. Ф. Лесгафта, 2016. – 95 с.

22. Анисимова, В. А. Реализация компетентностного подхода в процессе профессиональной подготовки студентов университета физической культуры / В. А. Анисимова, Л. А. Драговоз // Сибирский педагогический журнал. – 2014. – № 4. – С. 76–81.

23. Астафьев, К. С. Студенческое волонтерское движение как средство популяризации физкультуры и спорта / К. С. Астафьев, Ю. А. Петров, А. Б. Преображенский // Физическая культура студентов : материалы 60-й Санкт-Петербургской межвузовской научно-практической конференции по физическому воспитанию студентов вузов России, посвященной 100-летию олимпийского движения в России. – Санкт-Петербург, 2011. – С. 281–282.

24. Бактыбаев, Ж. Ш. Использование технологии таксономии Блума в учебном процессе вуза / Ж. Ш. Бактыбаев // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 1. – С. 150–153.

25. Барт, Р. Сад, Фурье, Лойола [1971] / Ролан Барт ; перевод с французского Б. М. Скуратова. – Москва : Праксис, 2006. – 252 с.

26. Бенак, Ф. Задачи Спортинтерна и Пролетфизкультуры / Ф. Бенак ; с предисловием К. Мехоношина. – Москва : Гос. изд-во, [1924]. – 72 с.

27. Бережнова, Л. Н. Сила слова в воспитательной практике различных народов / Л. Н. Бережнова, В. В. Перов, О. Л. Поминова // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. – 2018. – № 2 (3). – С. 6–10.

28. Бернейс, Э. Пропаганда / Эдвард Бернейс ; перевод с английского И. Ющенко. – Москва : Hippo Publishing, 2010. – 176 с.

29. Большая советская энциклопедия : в 30 томах / главный редактор А. М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва : Советская энциклопедия, 1978. – 632 с.

30. Брокгауз, Ф. А. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона / Ф. А. Брокгауз. – Москва : Рипол Классик, 2013. – 524 с.

31. Бувалин, М. Ю. Информационные продукты о спорте в Татарстане: эффективные информационные технологии и инновационные подходы / М. Ю. Бувалин ; Спортивно-маркетинговое PR-агентство «Дриблинг», Казань // Теория и практика физической культуры. – 2010. – № 2. – С. 91–92.

32. В помощь пропагандисту физической культуры и спорта : (сборник материалов) Вып. 2 / [составитель А. А. Афанасьев] ; Главное управление по физической культуре и спорту Министерства здравоохранения РСФСР, отдел пропаганды. – Москва : Госкультпросветиздат, 1953. – 160 с.

33. Вдовин, О. О роли органов исполнительной власти в пропаганде физической культуры и спорта (на примерах Санкт-Петербурга) / О. Вдовин // Спорт и здоровье. Первый международный научный конгресс 9-11 сентября 2003 года, Россия, Санкт-Петербург : материалы конгресса. – Санкт-Петербург, 2003. – Т. 2. – С. 207–209.

34. Виноградов, П. А. Основы пропаганды физической культуры и спорта / П. А. Виноградов, В. И. Жолдак. – Москва : МОГИФК, 1979. – 230 с.

35. Виноградов, П. А. Печать эффективное средство пропаганды физической культуры и спорта : методические рекомендации по совершенствованию пропаганды физической культуры и спорта / П. А. Виноградов. – Москва : МОГИФК, 1980. – 174 с.

36. Виноградов, П. А. Теория и методология использования средств массовой информации в развитии физической культуры : 13.00.04 : диссертация в виде научного доклада доктора педагогических наук / П. А. Виноградов ; Государственный институт физической культуры им. П. Ф. Лесгафта. – Ленинград, 1991. – 66 с.

37. Войтик, Е. А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. / Е. А. Войтик. – Томск : Издательский дом ТГУ, 2013. – 239 с.

38. Волков, А. А. Пропаганда физической культуры и спорта: из опыта работы физкультурных организаций и культурно-просветительных учреждений / А. А. Волков ; Комитет по физической культуре и спорту при Совете Министров РСФСР. – Москва : Госкультпросветиздат, 1954. – 88 с.

39. Гнатюк, О. Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902-1978) / О. Л. Гнатюк // Актуальные проблемы теории коммуникации : сборник научных трудов. – Санкт-Петербург : СПбГПУ, 2004. – С. 11–20.

40. Голокова, М. С. Коммуникативные стратегии борьбы с допингом в российских сетевых СМИ / М.С. Голокова // Сборник материалов IX Международного конгресса «Спорт, Человек, Здоровье» (25-27 апреля 2019 г.) / под редакцией В. А. Таймазова. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 23–24.

41. Голокова, М. С. Речевая стратегия информационной войны в мире спорта / М. С. Голокова // Настоящее и будущее стилистики : сборник научных статей Международного научного конференции (13-14 мая 2019 г.) / научный редактор Е. Л. Вартанова ; отв. Редактор Н. И. Клушина, С. Ф. Барышева. – Москва, 2019. – С. 147–150.

42. Гришанина, А. Н. Спорт для всех: медийные ресурсы в продвижении спортивно-массовых мероприятий / А. Н. Гришанина, Г. С. Мельник, Н. О. Свешникова // Теория и практика физической культуры. – 2016. – № 8. – С. 59–61.

43. Гуськов, С. И. Телевидение и спорт / С. И. Гуськов. – Москва : Полиграф сервис, 2016. – 334 с.

44. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. Т 3 / В. И. Даль. – Москва : Русский язык, 2015. – 480 с.
45. Деметер, Г. С. Очерки по истории отечественной физической культуры и олимпийского движения / Г. С. Деметер. – Москва : Советский спорт, 2005. – 105 с.
46. Джон, К. Роль образования в пропаганде здорового образа жизни в двадцать первом столетии / К. Джон, Б. А. Эндрюс // Теория и практика физической культуры. – 1993. – № 1. – С. 46–48.
47. Джонсон, Стивен Л. Как побеждать в дебатах : пособие по Британскому (Всемирному) формату парламентских дебатов / Стивен Л. Джонсон ; [перевод с английского К. Шиманской, под научной редакцией С. Наумова] – Нью-Йорк, Лондон, Амстердам : IDEA, 2012. – 240 с.
48. Джоуэтт, Г. С. Пропаганда и внушение / Г. С. Джоуэтт, В. О'Доннел ; реферат К. С. Гаджиева. – Москва : Мысль, 1988. – 260 с. – URL: <http://psyfactor.org/lib/propaganda13.htm> (дата обращения: 11.03.2019).
49. Дивина, Г. В. Образовательный потенциал пропаганды Физической Культуры / Г. В. Дивина // Актуальные проблемы физической культуры : материалы региональной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону : [б. и.], 1995. – Т.1. – С. 74–80.
50. Доватур, А. И. «Политика» Аристотеля / А. И. Доватур // Аристотель. Сочинения : в 4-х томах / общая редакция А. И. Доватура. – Москва : Мысль, 1983. – Т. 4. – С. 38–52.
51. Долгополова, Е. Ф. Социально-педагогические аспекты пропаганды физической культуры и спорта в период построения социализма : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Е. Ф. Долгополова ; Московский областной государственный институт физической культуры. – Малаховка, 1987. – 23 с.
52. Ермилова, В. В. Спортивная федерация: управление, информация / В. В. Ермилова, С. С. Филиппов. – Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического университета, 2008. – 170 с.

53. Ефремова, Н. Ф. Экспертиза качества освоения компетенций студентами по модулям образовательных программ / Н. Ф. Ефремова // *Ceteris paribus* : научное периодическое издание. – 2015. – № 1. – С.76–83.

54. Ефремова, Н. Ф. Качество оценивания как гарантия компетентностного обучения студентов / Н. Ф. Ефремова // *Высшее образование в России*. – 2012. – № 11. – С. 119–125.

55. Ефремова, Н. Ф. Организация оценивания компетенций студентов, приступающих к освоению основных образовательных программ вузов : рекомендации для вузов, приступающих к переходу на компетентностное обучение студентов / Н. Ф. Ефремова. – Москва : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2010. – 132 с.

56. Звонников, В. И. Инновационные методы оценки учебных достижений студентов / В. И. Звонников // *Высшее образование сегодня*. – 2006. – № 5. – С. 12– 17.

57. Зимняя, И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании : авторская версия / И. А. Зимняя ; Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов Московского государственного института стали и сплавов. – Москва, 2004. – URL: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/npo/20120325214132.pdf> (дата обращения: 18.01.2020).

58. Ильченко, С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания / С. Н. Ильченко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2006. – 139 с.

59. Интегративный подход в учебном процессе вуза / Г. Я. Гревцева, М. В. Циулина, Э. А. Болодурина, М. И. Банников // *Современные проблемы науки и образования*. – 2017. – № 5. – URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=26857> (дата обращения: 04.04.2020).

60. Информационные технологии в подготовке специалистов по направлению физическая культура и спорт / И. А. Кодолова, И. Р. Фаткуллов, Л. Р. Галяутдинова [и др.] // *Проблемы современного педагогического образования*. – 2017. – № 57-5. – С. 127–134.

61. Истягина-Елисеева, Е. А. История спортивной пропаганды в СССР в период 1945-1991 гг. / Е. А. Истягина-Елисеева, Е. Е. Бариеникова // Вестник спортивной науки. – 2015. – № 3. – С. 54–57.

62. Истягина-Елисеева, Е. А. Организация комплекса мероприятий по пропаганде физической культуры и спорта в Российской Федерации на основе материалов исторического спортивного наследия / Е. А. Истягина-Елисеева, Е. Е. Бариеникова // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2015. – № 3. – С. 60–62.

63. Истягина-Елисеева, Е. А. Пропаганда массового спорта и ЗОЖ средствами спортивно-исторического наследия / Е. А. Истягина-Елисеева // Спорт, человек, здоровье. VII Международный научный конгресс, 27-29 октября 2015 г., Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса. – Санкт-Петербург, 2015. – С. 97–99.

64. Казакова, А. Г. Профессиональная компетентность преподавателя высшей школы: проблема и пути её разрешения / А. Г. Казакова // Вестник МГУКИ. – 2013. – № 6 (56). – С. 152–158.

65. Калашникова, Е. В. Анализ результатов пропаганды хоккея для школьников в условиях реализации программы «Добрый лед» / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2017 г., посвященной Дню российской науки. – Санкт-Петербург, 2018. – Ч. 1. – С. 118–119.

66. Калашникова, Е. В. Внеучебная работа в вузе как фактор формирования и развития ключевых компетенций у студентов / Е. В. Калашникова // Вестник Института экономики и социальных технологий. – 2012. – № 1. – С. 87–94.

67. Калашникова, Е. В. Использование метода проектов в процессе изучения дисциплины «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью» / Е. В. Калашникова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава

Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2011 год (28-29 февраля 2012 г.). – Санкт-Петербург, 2012. – С. 103–104.

68. Калашникова, Е. В. К вопросу о пропаганде спорта / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // VIII Международный Конгресс «Спорт, Человек, Здоровье». 12-14 октября 2017 г., Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса / под ред. В. А. Таймазова. – Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2017. – С. 373–375.

69. Калашникова, Е. В. Ключевые подходы к изучению пропаганды спорта в условиях изменения информационного пространства / Е. В. Калашникова // Социология физической культуры и спорта: состояние и перспективы развития. IX Санкт-Петербургские социологические чтения : сборник материалов Всероссийской научной конференции с международным участием, 14-15 апреля 2017 г., Санкт-Петербург, Россия. – Санкт-Петербург : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 178–180.

70. Калашникова, Е. В. Концепция патриотического воспитания студентов вузов физической культуры / Е. В. Калашникова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2013 год. – Санкт-Петербург, 2014. – С. 83–84.

71. Калашникова, Е. В. Концепция подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе в профессиональной сфере / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Современное педагогическое образование. – 2018. – № 4. – С. 109–114.

72. Калашникова, Е. В. Модель формирования компетенций агитационно-пропагандистской направленности у студентов вузов физической культуры / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Современное педагогическое образование. – 2019. – № 11. – С. 50–53.

73. Калашникова, Е. В. Патриотическое воспитание студентов в вузах физической культуры / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Физическая культура,

спорт и здоровье в современном обществе : сборник научных статей Всероссийской с международным участием научно-практической конференции / под ред. Г. В. Бугаева, О. Н. Савинковой. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014. – С. 33–35.

74. Калашникова, Е. В. Подготовка студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе в области физической культуры и спорта с учетом требований профессиональных стандартов // Мир науки. – 2018. – № 6. – URL: <https://mir-nauki.com/PDF/107PDMN618.pdf> (дата обращения: 12.05.2020).

75. Калашникова, Е. В. Пропаганда спорта для детей: неформальный взгляд / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Олимпийский спорт и спорт для всех. XX Международный конгресс. 16-18 декабря 2016 г., Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса. Ч. 1. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 92–94.

76. Калашникова, Е. В. Пропаганда физической культуры и спорта: архаика или современность / Е. В. Калашникова, Т. Э. Круглова // Менеджмент XXI века. Драйверы социально-экономического развития : сб. научных статей. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 253–257.

77. Калашникова, Е. В. Пропаганда физической культуры и спорта: заказ государства или запрос общества / Е. В. Калашникова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2015 г., посвященной 120-летию Университета. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 65.

78. Калашникова, Е. В. Социальные медиа: новый формат коммуникации в работе со студенческой аудиторией / Е. В. Калашникова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2012 г. – Санкт-Петербург, 2013. – С. 98–99.

79. Калашникова, Е. В. Формы пропаганды спорта в условиях трансформации информационного пространства / Е. В. Калашникова // Актуальные

подходы к формированию физической культуры работающего населения и использованию физкультурно-оздоровительных технологий в процессе профессиональной деятельности : материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2019. – С. 61–67.

80. Каневский, Л. О. Через физкультуру к оздоровлению труда и быта: беседы для рабочего актива, физкультурников, комсомола, школ II ступени и конспективные материалы для лекторов, докладчиков и руководителей кружков / Л. О. Каневский, И. А. Ривкин, А. Г. Найштат ; предисловие В. В. Гориневского ; под редакцией В. В. Гориневского и Ф. Ю. Бермана. – Москва : Изд. Мосздравотдела, 1928. – 80 с. – Библиогр.: с. 76–80.

81. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Эксмо, 2013. – 864 с.

82. Климов, И. Модель Джона Цаллера: «Происхождение и природа общественного мнения» / И. Климов // Социальная реальность. – 2006. – № 5. – С. 116–134.

83. Коваленко, Е. С. Использование таксономии Блума для повышения качества профессиональной подготовки студентов педагогического вуза / Е. С. Коваленко, Н. М. Кузуб // Казанский педагогический журнал. – 2020. – № 1. – С. 89–96.

84. Колесникова, М. Сетевые СМИ – основные группы, виды и формы их функционирования / М. Колесникова // Научно-культурологический журнал. – 2016. – URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1824&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 11.01.2021).

85. Комева, Е. Ю. Особенности спортивной субкультуры студентов университета физической культуры / Е. Ю. Комева // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2016. – № 8 (90). – С. 48–52. – URL: <http://lesgaft-notes.spb.ru/files/8-90-2012/p48-52.pdf> (дата обращения: 16.04.2018).

86. Компетентностно-ориентированные задания в системе высшего образования / А. А. Шехонин, В. А. Тарлыков, И. В. Клещева [и др.] – Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2014. – 98 с.

87. Концепция информационно-образовательной кампании по пропаганде физической культуры и здорового образа жизни среди детей, подростков и молодежи / В. В. Кузин, А. Т. Паршиков, П. А. Виноградов [и др.] // Физическая культура. – 2003. – № 1. – С. 18–24.

88. Концепция профилактики наркомании среди детей, подростков и молодежи средствами физической культуры и спорта / А. Т. Паршиков [и др.] // Человек и его здоровье. Седьмой российский национальный конгресс 26-29 ноября 2002, Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса. – Санкт-Петербург, 2002. – С. 244.

89. Крамской, С. И. Информационно-технологические подходы в пропаганде физической культуры и спорта в вузе / С. И. Крамской, В. П. Зайцев // Оздоровительные технологии по физической культуре и спорту в учебных заведениях : международная научно-практическая конференция : сборник научных трудов. – Белгород, 2004. – С. 4–16.

90. Краткое наставление, выбранное из лучших авторов, с некоторыми физическими примечаниями о воспитании детей от рождения до юношества / Печатано в Санкт-Петербурге при Сенате ноября 16 дня 1766 года. – URL: https://archive.org/details/libgen_00711905/page/n1 (дата обращения: 11.01.2021).

91. Круглова, Т. Э. Хоккей в искусстве / Т. Э. Круглова, Е. А. Серова. – Санкт-Петербург : ЛЕМА, 2018. – 60 с.

92. Крупская, Н. К. Основы политпросветработы / Н. К. Крупская. – Москва ; Ленинград : Долой неграмотность, 1927. – Вып. III. – С. 3–27 ; Вып. IV. – С. 3–32.

93. Кукалева, В. А. Фактор зрелищности в современном спортивном телевидении / В. А. Кукалева // Вестник института экономики и социальных технологий. – Санкт-Петербург : [б. и.], 2014. – С. 32–35.

94. Кун, Л. Всеобщая история физической культуры и спорта : перевод с венгерского / Л. Кун ; под общей редакцией В. В. Столбова. – Москва : Радуга, 1982. – 400 с.

95. Кыверялг, А. А. Методы исследований в профессиональной педагогике / А. А. Кыверялг. – Таллин : Валгус, 1980. – 334 с.

96. Лассуэлл, Г. Язык власти / Г. Лассуэлл // Политическая лингвистика / перевод М. В. Толмачева. – Екатеринбург : [б. и.], 2006. – Вып. 20. – С. 264–279.
97. Ленин, В. И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения. 1901-1902 гг. / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений. – Москва : Изд-во политической литературы, 1967. – Т. 6. – С. 144–145.
98. Ленин, В. И. Великий почин (О героизме рабочих в тылу. По поводу «коммунистических субботников») / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений. – Москва : Изд-во политической литературы, 1970. – Т. 39. – С. 13.
99. Ленин, В. И. С чего начать? / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений. – Москва : Изд-во политической литературы, 1967. – Т. 5. – С. 9–13.
100. Лешутина, И. А. Риторика. Искусство публичного выступления / И. А. Лешутина. – Москва : Претекст, 2011. – 320 с.
101. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман ; перевод с английского Т. В. Барчуновой ; редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – Москва : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
102. Липская, Л. А. Интегративно-компетентностный подход как основа управления качеством подготовки студентов вуза физической культуры / Л. А. Липская, В. А. Анисимова // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – № 2. – С. 182–187.
103. Лубышева, Л. И. Современный ценностный потенциал физической культуры и спорта и пути его освоения обществом и личностью / Л. И. Лубышева // Теория и практика физической культуры. – 1997. – № 6. – С. 10–15. – URL: <http://lib.sportedu.ru/Press/ТРФК/1997N6/p10-15.htm> (дата обращения: 11.07.2019).
104. Лубышева, Л. И. Социология физической культуры и спорта / Л. И. Лубышева. – Москва : Академия, 2015. – 269 с.
105. Лубышева, Л. И. Концепция модернизации процесса профессиональной подготовки специалистов по физической культуре и спорту (авторский проект) / Л. И. Лубышева, В. А. Магин // Теория и практика физической культуры. – 2003. – № 12. – С. 13–17.

106. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; перевод с немецкого А. Ю. Антоновского. – Москва : Праксис, 2005. – 256 с.
107. Люлевич, А. А. Образ спорта в отечественных СМИ: социокультурный анализ : 24.00.01 : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Люлевич Александр Александрович. – Москва, 2014. – 22 с.
108. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монография / А. В. Манойло. – Москва : МИФИ, 2003. – 388 с.
109. Метаев, Ю. Пропаганда физической культуры: советы пропагандистам / Ю. Метаев. – Москва : Физкультура и спорт, 1957. – 116 с. : ил.
110. Митин, А. Е. Отношение будущих специалистов по физической культуре к использованию гуманитарных технологий в профессиональной деятельности / А. Е. Митин // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2010. – № 10 (68). – С. 65–69.
111. Молчанов, С. В. Спорт как зрелище / С. В. Молчанов. – Минск : Белорусский государственный институт физической культуры, 1984. – 22 с.
112. Мониторинг пропаганды физической культуры и спорта и здорового образа жизни средствами массовой информации / автор-составитель П. А. Виноградов, Ю. В. Окуньков. – Москва : Советский спорт, 2012. – 106 с.
113. Муртазина, Г. Х. Средства и приёмы связей с общественностью в пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни / Г. Х. Муртазина // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава НГУ им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург за 2010 г. – Санкт-Петербург, 2011. – С. 106.
114. Национальная рамка квалификаций Российской Федерации / В. И. Блинов, Б. А. Сазонов, А. Н. Лейбович [и др.]. – Москва : ФГУ «ФИРО», Центр начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования, 2010. – 7 с.
115. Ненашев, А. И. Информационное пространство современного общества: коммуникационный аспект : 09.00.11 : автореферат диссертации на

соискание ученой степени кандидата философских наук / Ненашев Андрей Иванович. – Саратов, 2008. – 20 с. – URL: [http://cheloveknauka.com/informatsionnoe-prostranstvo-sovremennogo-obschestva-kommunikatsionnyu-aspekt_\(дата обращения: 18.07.2019\)](http://cheloveknauka.com/informatsionnoe-prostranstvo-sovremennogo-obschestva-kommunikatsionnyu-aspekt_(дата_обращения:18.07.2019))).

116. Обвинцев, А. А. Об истоках профессионального военно-физкультурного образования в России (от школы мониторов до Главной гимнастическо-фехтовальной школы) / А. А. Обвинцев, А. А. Горелов // Теория и практика физической культуры. – 2016. – № 2. – С. 3–5.

117. Обвинцев, А. А. О роли П. Ф. Лесгафта и генерала А. Д. Бутовского в становлении военно-физкультурного образования в России / А. А. Обвинцев, А. А. Горелов // Актуальные проблемы физической и специальной подготовки силовых структур. – 2017. – № 3. – С. 3–7.

118. Ожегов, С. И. Словарь русского языка : около 57000 слов / С. И. Ожегов ; под редакцией члена-корреспондента АН СССР Н. Ю. Шведовой. – 18-е изд., стереотип. – Москва : Русский язык, 1987. – 797 с.

119. Олейник, А. А. Занятия физической культурой – альтернатива вредным привычкам в молодежной среде / А. А. Олейник, Е. Г. Соловейченко // Психолого-педагогические технологии повышения умственной и физической работоспособности, снижения нервно-эмоционального напряжения у студентов в процессе образовательной деятельности : материалы Международной научной конференции, г. Белгород, 16-19 июня 2011 г. : в 2 ч.– Белгород, 2011. – Ч. 2. – С. 57–59.

120. Основы научных исследований / под редакцией М. И. Василенко, Е. А. Пендюрина, С. Ю. Рыбиной. – Белгород : Изд-во БГТУ, 2011. – 211 с.

121. Панарин, И. Н. Информационная война и коммуникация / И. Н. Панарин. – Москва : Горячая линия-Телеком, 2014. – 224 с.

122. Панфилова, А. П. Технологии развития аналитического потенциала студентов в игровом интерактивном обучении / А. П. Панфилова // Инновации. – 2019. – № 9 (251). – С. 107–110.

123. Пахаренко, Н. В. Модель определения уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций / Н. В. Пахаренко, И. Н. Зольникова // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – С. 22–24.

124. Попова, Ю. Парады физкультурников в СССР: зачем их проводили / Ю. Попова // Русская семерка. – URL: <https://russian7.ru/post/parady-fizkulturnikov-v-sssr-zachem-i/> (дата обращения: 26.08.2020).

125. Почепцов, Г. Г. Теория и практика коммуникации / Г. Г. Почепцов. – Москва : Центр, 1998. – 349 с.

126. Почепцов, Г. Г. Пропаганда 2.0 и новости / Г. Г. Почепцов // Портал «Псифактор». – URL: <https://psyfactor.org/psyops/propaganda38.htm> (дата обращения: 11.02.2019).

127. Почепцов, Г. Г. Пропаганда 2.0. Новые измерения в действии / Г. Г. Почепцов // Научно-культурологический журнал. – 2015. – № 10 (298). – URL: <http://www.relga.ru> (дата обращения: 28.03.2019).

128. Почепцов, Г. Г. Пропаганда в ее историческом развитии / Г. Г. Почепцов // Полит-Техно. – 11.06.2016. – URL: <https://kvftroubleshooterblog.wordpress.com/2016/06/11/пропаганда-в-ее-историческом-развитии/> (дата обращения: 03.03.2019).

129. Почепцов, Г. Г. Разные типы нетрадиционной пропаганды / Г. Г. Почепцов // Официальный сайт РНИОО «Общественный институт политических и социальных исследований черноморско-каспийского региона». – URL: http://bs-kavkaz.org/2016/05/разные-типы-нетрадиционной-пропаганды_ (дата обращения: 21.03.2019).

130. Поярков, А. А. Анализ концептуально-программных документов Российской Федерации в области пропаганды, агитации и рекламы физической культуры, физической подготовки и спорта, развития военно-прикладных видов спорта / А. А. Поярков // Спорт, человек, здоровье. VII Международный научный конгресс, 27-29 октября 2015 г., Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса. – Санкт-Петербург, 2015. – С. 62–63.

131. Предовская, М. М. Пропаганда физической культуры как создание альтернативной реальности / М. М. Предовская // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава НГУ им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург за 2011 г. – Санкт-Петербург, 2012. – С. 110.

132. Профессионализм в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / В. Ф. Костюченко, Е. Ф. Орехов, М. Ю. Щенникова, А. А. Германова ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург : НГУ им. П. Ф. Лесгафта, 2014. – 222 с.

133. Пустовалов, А. П. За мировые спортивные рекорды / А. П. Пустовалов. – Москва : Физкультура и спорт, 1941. – 20 с.

134. Пухарева, Н. Б. К вопросу о подготовке пропагандистских кадров для спортивных и образовательных учреждений / Н. Б. Пухарева, Л. Б. Шорохова // Человек, спорт, здоровье. III Международный конгресс 19-21 апреля 2007 года Санкт-Петербург, Россия : материалы конгресса / Санкт-Петербургский государственный университет физической культуры им. П. Ф. Лесгафта [и др.] ; под редакцией В. А. Таймазова. – Санкт-Петербург, 2007. – С. 124.

135. Разуваев, В. В. Комментарии к «Государю» Макиавелли / В. В. Разуваев. – Москва ; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив, 2014. – 220 с.

136. Родиченко, В. С. Культура спортивного соревнования и информационные процессы / В. С. Родиченко, Л. Ю. Эпштейн. – Москва : Физкультура и спорт, 2013. – 297 с.

137. Савосина, М. Н. Модель формирования компетентности студентов физкультурного вуза по организации спортивно-массовой и физкультурно-оздоровительной работы с населением / М. Н. Савосина // Перспективы науки. – 2019. – № 12 (123). – С. 217–220.

138. Саланин, И. В. Пропаганда Олимпийских идей среди учащихся и студентов. Олимпийское движение и социальные процессы : материалы

Всесоюзной научно-практической конференции / И. В. Саланин. – Смоленск : СГИФК, (г. Великие Луки), 1991. – 128 с.

139. Сериков, В. В. Обучение как вид педагогической деятельности : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Педагогика», «Педагогика и психология» / В. В. Сериков ; под редакцией В. А. Слостёнина, И. А. Колесниковой. – Москва : Академия, 2008. – 254 с.

140. Сетевые СМИ российского мегаполиса / под редакцией И. Н. Блохина, Д. В. Иванова, С. Г. Корконосенко, В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский гос. ун-т, Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций, 2013. – 217 с.

141. Словарь по социологии физической культуры и спорта / под общей редакцией С. И. Росенко ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург : НГУ им. П. Ф. Лесгафта, 2019. – 130 с.

142. Слюсаренко, Е. А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики : 10.01.10 журналистика : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Е. А. Слюсаренко. – 2013. – URL: <http://cheloveknauka.com/spetsializirovannyye-zhurnaly-o-sporte-tipologicheskie-i-profilnye-harakteristiki> (дата обращения: 14.09.2020).

143. Советский энциклопедический словарь / научно-редакционный совет: А.М. Прохоров (пред.). – Москва : Советская энциклопедия, 1981. – 1600 с. : ил.

144. Современный словарь по общественным наукам / [автор-составитель: Данильян О. Г. и др.]. – Москва : Эксмо, 2005. – 526 с.

145. Солдатова, М. А. Деятельность петербургских спортивных обществ в популяризации и распространении физической культуры и спорта среди различных слоев населения в конце XIX – начале XX в. / М. А. Солдатова // Физическая культура и здоровье студентов вузов : материалы IV Международной

научно-практической конференции, 31 марта 2008 г. / Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург, 2008. – С. 106–108.

146. Солоневич, И. Л. Внеклубовая работа по физкультуре в профсоюзах / Иван Лукьянович Солоневич. – Москва ; Ленинград : Физкультура и туризм, 1931 (: Типо-литограф. Центросоюза). – 93 с.

147. Социально-экономические вопросы совершенствования наглядно-массовой пропаганды физической культуры / Е. Н. Гребенников [и др.] // Совершенствование научных основ физического воспитания и спорта по материалам медико-биологических, социально-психологических исследований: сборник научных трудов. – Ленинград, 1978. – С. 35–36.

148. Степанюк, И. А. Развитие мотивации студентов университета к здоровому образу жизни средствами физической культуры : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / И. А. Степанюк ; Магнитог. государственный университет. – Магнитогорск, 2005. – 23 с.

149. Суворов, А. В. Наука побеждать / А. В. Суворов. – Москва : Абрис, 2017. – 256 с.

150. Таймазов, В. А. Петр Францевич Лесгафт : история жизни и деятельности / В. А. Таймазов, Ю. Ф. Курамшин, А. Т. Марьянович. – Санкт-Петербург : Печатный двор, 2006 (СПб. : Печатный двор им. А. М. Горького). – 478 с.

151. Татур, Ю. Г. Высшее образование: методология и опыт проектирования : учебно-методическое пособие / Ю. Г. Татур. – Москва : Логос, 2006. – 130 с.

152. Тиунова, О. В. Повышение эффективности средств массовой информации в пропаганде физической культуры, спорта и спортивного образа жизни в российской федерации : методические рекомендации / О. В. Тиунова, Д. А. Фильченков. – Москва : Т-во науч. изд. КМК, 2013. – 97 с.

153. Трус, А. А. Публичные выступления: психологический аспект : учебное пособие / А. А. Трус. – Минск : Элайда, 2011. – 152 с.

154. Тулупов, В. В. Спорт в массовой социальной коммуникации / В. В. Тулупов. – Воронеж : Кварта, 2013. – 139 с.

155. Тулупов В. В. Техника и технология СМИ. Бильдредактирование. Москва : Пресса, 2019. – 182 с.
156. Тульчинский, Г. Л. PR фирмы: технология и эффективность : монография / Г. Л. Тульчинский. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств, 2000. – 292 с.
157. Физическая культура и спорт в СССР : сборник пропагандистских материалов / под редакцией Н. И. Любомирова. – Москва : Физкультура и спорт, 1962. – 144 с.
158. Филатова, Е. Ф. Восприятие сети интернет студенческой молодежью / Е. Ф. Филатова // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки : сборник статей по материалам XXI международной студенческой научно-практической конференции. – Новосибирск, 2014. – № 6 (21). – URL: [http://sibac.info/archive/guman/6\(21\).pdf](http://sibac.info/archive/guman/6(21).pdf) (дата обращения: 17.10.2019).
159. Филиппов, С. С. Об эффективности методики информационно-образовательной и пропагандистской деятельности среди школьников / С. С. Филиппов, О. Э. Аксёнова ; Санкт-Петербургская государственная академия физической культуры им. П. Ф. Лесгафта // Двигательная активность, оценка физического состояния детей и молодежи : межвузовский сборник научных трудов / Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму ; Научно-исследовательский институт физической культуры, г. Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург, 1996. – С. 36–42.
160. Философский словарь / под редакцией И. Т. Фролова. – 4-е изд. – Москва : Политиздат, 1981. – 445 с.
161. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2013. – 584 с.
162. Хвостов, В. М. Общественное мнение к политической партии / В. М. Хвостов, профессор Московского университета. – [Москва]: т-во И.Д. Сытина, 1906. – 63 с.
163. Хуторской, А. В. Компетентностный подход и методология дидактики. К 90-летию со дня рождения В. В. Краевского / А. В. Хуторской // Вестник

института образования человека. – 2016. – № 1. – URL: <https://eidos.ru/journal/2016/100/Eidos-Vestnik2016-111-Khutorskoy.pdf> (дата обращения: 15.03.2020).

164. Человек в мире физической культуры и спорта: проблемы и перспективы развития университетского образования в области физической культуры и спорта / В. У. Агеевец, Н. Н. Аксенова [и др.] – Санкт-Петербург : Политех-Пресс: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. – 586 с.

165. Шадриков, В. Д. Профессиональные способности : монография / В. Д. Шадриков. – Москва : Университетская книга, 2010. – 319 с. : ил., табл.

166. Шакина, Н. А. Компетенции пропагандистской деятельности, их значимость в пропаганде спорта и формирование у студентов физкультурного вуза / Н. А. Шакина, В. Н. Смоленцева // Современные проблемы и перспективы развития системы подготовки спортивного резерва в преддверии XXXI Олимпийских игр в Рио-Де-Жанейро : материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (26-27 ноября 2015 г.). – Казань, 2015. – С. 172–174.

167. Шакина, Н. А. Методическое обеспечение этапов формирования компетенций рекламирования физической культуры и спорта у студентов физкультурного вуза / Н. А. Шакина // Физкультурное образование Сибири. – 2015. – № 1 (33). – С. 55–59.

168. Шакина, Н. А. Формирование у студентов физкультурного вуза компетенций пропаганды физической культуры и спорта среди населения : 13.00.08 : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Шакина Наталья Анатольевна. – Омск, 2017. – 24 с.

169. Шифрин, А. Н. Уголки физической культуры / А. Н. Шифрин, М. Н. Шифрин ; Московский облотдел народного образования ; Секция физической культуры. – Москва : Работник просвещения, 1930 (: 13-я тип. «Мысль печатника»). – 82 с. : ил.

170. Шишигин, М. В. Пропаганда физической культуры и спорта / М. В. Шишигин. – Москва : Физкультура и спорт, 1975. – 144 с.

171. Шишигин, М. В. Пропаганда физической культуры и спорта – функция управления физкультурным движением : 13.00.04 : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / М. В. Шишигин. – Москва, 1973. – 205 с.

172. Шорохова, Л. Б. Социальные и педагогические аспекты управления пропагандой физической культуры и спорта на примере муниципального образования : 13.00.04 : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Шорохова Любовь Борисовна ; [Место защиты: Камская государственная академия физической культуры, спорта и туризма]. – Набережные Челны, 2008. – 23 с.

173. Шорохова, Л. Б. Интенсификация пропаганды, агитации и рекламной деятельности в области физической культуры и спорта / Л. Б. Шорохова // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2008. – № 6. – С. 21– 24.

174. Шорохова, Л. Б. Механизмы социально-психологического воздействия пропаганды, агитации, рекламы на популяризацию физической культуры и спорта / Л. Б. Шорохова // Теория и практика физической культуры. – 2009. – № 5. – С. 6– 11.

175. Шорохова, Л. Б. Пропаганда физической культуры и спорта в формировании критического отношения подростков к определённым субкультурам / Л. Б. Шорохова // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2013. – № 1. – С. 7–10.

176. Шустер, О. С. Средства массовой информации и спорт / О. С. Шустер. – Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры, 2013. – 122 с.

177. Щенникова, М. Ю. Методические рекомендации по формированию примерных основных образовательных программ по направлениям подготовки «Физическая культура» и «Спорт» с учетом требований профессиональных стандартов : [методические рекомендации] / М. Ю. Щенникова, Т. М. Овсянко;

Федеральное УМО в системе высшего образования по укрупненной группе специальностей и направлений подготовки 49.00.00 Физическая культура и спорт ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург : [б. и.], 2017. – 285 с.

178. Щенникова, М. Ю. Профессиональное образование и система профессиональных квалификаций в области физической культуры и спорта / М. Ю. Щенникова, В. Ф. Костюченко, Т. М. Овсяк; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2018. – № 3 (157). – С. 329–339.

179. Щербакова, Е. В. Самостоятельная работа студентов как важнейшая составляющая организации учебного процесса в вузе / Е. В. Щербакова // Молодой ученый. – 2010. – Т. 2, № 8. – С. 188–190. – URL: <https://moluch.ru/archive/19/1929/> (дата обращения: 21.11.2018).

180. Эко, У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ / У. Эко ; перевод с итальянского Е. Костюкович. – Москва : Эксмо, 2007. – 592 с.

181. Яковлев, Е. В. Педагогический эксперимент: квалиметрический аспект: Монография: – Челябинск: Издательство ЧГПУ, 1998. – 136 с.

182. Яхонтов, Е. Р. Методология спортивно-педагогических исследований / Е. Р. Яхонтов. – Санкт-Петербург : НГУ им. П. Ф. Лесгафта, 2014. – 187 с.

183. Bernays, E. Propaganda / E. Bernays. – Great Britain : Routledge, 2015. – 217 p.

184. Lasswell, H. Propaganda technique in the World War / H. Lasswell. – New York, 1927. – 200 p.

185. Lippmann, W. Public opinion, 1922 / W. Lippmann. – Minnesota : The phantom public, 1925. – 140 p.

186. Miller, C. How to detect propaganda. Propaganda analysis / C. Miller. – New York, 1937. – 181 p.

187. Tian-Syung, L. A Study on the Dynamic Effect of Sports Promotion Strategy and Effectiveness of National Health Care in Taiwan / Tian-Syung Lan, Pin-Chang Chen // International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT). – 2014. – Vol 6, № 1, February. – P. 125–135.

188. Snow, N. Ten things you need to know about propaganda / N. Snow // Third World Traveler. – URL: http://www.thirdworldtraveler.com/Nancy_Snow/10ThingsNeedKnowPropaganda.html (дата обращения: 18.06.2018).

189. Единая Россия : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://proekty.er.ru/node/6601> (дата обращения: 08.10.2020).

190. Коммунистическая партия Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://kprf.ru/activity/healthy-life/> (дата обращения: 09.10.2020).

191. ЛДПР : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://ldpr.ru/party> (дата обращения: 09.10.2020).

192. Политическая партия. Справедливая Россия : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://spravedlivo.ru/> (дата обращения: 08.10.2020).

193. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. Деятельность портала координируется НИТУ «МИСиС» : официальный сайт. – Москва. – URL: <http://fgosvo.ru/docs/69/0/2/5> (дата обращения: 21.01.2021).

194. Спорт – норма жизни : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://norma.sport/> (дата обращения: 09.08.2020).

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

Перечень таблиц

Таблица 1 Периодизация этапов развития пропаганды спорта в России на основе социально-исторической парадигмы.....	31
Таблица 2 Соответствие областей профессиональной деятельности и профессиональных стандартов для сферы физической культуры и спорта....	48
Таблица 3 Критерии, показатели и диагностический инструментарий оценки эффективности обучения студентов агитационно-пропагандистской работе.....	65
Таблица 4 Технологический компонент пропаганды ФКиС	74
Таблица 5 Проявления компетенций ценностно-мировоззренческой направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды).....	83
Таблица 6 Проявления компетенций профессионально-коммуникативной направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды).....	84
Таблица 7 Проявления компетенций организационно-технологической направленности в трудовых функциях профессиональных стандартов (коды).....	85
Таблица 8 Соответствие компетенций, трудовых функций и интегральных характеристик компетентности.....	86
Таблица 9 Базовые основания для формирования методики обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в КГ и ЭГ в соответствии со структурой функционирования пропаганды ФК и С как факторов влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.....	91
Таблица 10 Соотношение уровней освоения, показателей и коэффициента сформированности компетенций.....	119

Таблица 11 Рейтинг форм пропаганды ФКиС с точки зрения их эффективности.....	128
Таблица 12 Рейтинг каналов коммуникации для пропаганды физической культуры и спорте.....	130
Таблица 13 Рейтинг значимых знаний, представлений и навыков агитационно-пропагандистской работы для студентов.....	131
Таблица 14 Соотнесение критериев и контрольных заданий.....	132
Таблица 15 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Знание профессионального лексического ресурса».....	133
Таблица 16 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Знание теоретических основ пропагандистской деятельности».....	133
Таблица 17 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность аргументировать, отстаивать точку зрения, убеждать».....	133
Таблица 18 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность создавать информационный продукт для устной коммуникации».....	134
Таблица 19 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность создавать информационный продукт для письменной коммуникации».....	134
Таблица 20 Результаты выполнения контрольных заданий по критерию «Способность проектировать событие/мероприятие в процессе коллективной работы».....	134
Таблица 21 Показатели сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока.....	135
Таблица 22 Показатели сформированности профессионально-коммуникативного блока компетенций.....	136
Таблица 23 Показатели сформированности организационно-технологического блока компетенций.....	137

Таблица 24 Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности.....	138
Таблица 25 <i>p</i> -значение по критериям оценки сформированности компетенций.....	142
Таблица 26 Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности по блокам на основе хи-квадрата Пирсона.....	143
Таблица 27 Показатели сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности по блокам на основе U-критерия Манна-Уитни.....	143
Таблица 28 Коэффициент корреляции показателей сформированности компетенций в контрольной группе.....	145
Таблица 29 Коэффициент корреляции показателей сформированности компетенций в экспериментальной группе.....	146

Перечень рисунков

Рисунок 1 Структурно-логическая схема организации исследования.....	58
Рисунок 2 Схема организации педагогического эксперимента.....	61
Рисунок 3 Структура функционирования пропаганды ФК и С: факторы влияния на процесс подготовки студентов к агитационно-пропагандистской работе.....	69
Рисунок 4 Структурно-содержательная модель подготовки студентов вузов физической культуры к агитационно-пропагандистской работе.....	93
Рисунок 5 Содержание и структура методики практико-ориентированного обучения агитационно-пропагандистской работе.....	96
Рисунок 6 Логика учебного процесса в соответствии с таксономией образовательных целей.....	98

Рисунок 7 Динамика оценки студентами степени овладения знаниями и умениями по популяризации ФК и С и ЗОЖ в процессе участия во Всероссийском слёте студентов вузов физической культуры 2017 года.....	108
Рисунок 8 Динамика уровня сформированности компетенций ценностно-мировоззренческого блока.....	135
Рисунок 9 Динамика уровня сформированности компетенций профессионально-коммуникативного блока.....	136
Рисунок 10 Динамика уровня сформированности компетенций организационно-технологического блока.....	137
Рисунок 11 Динамика уровня сформированности компетенций агитационно-пропагандистской направленности.....	138

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Перечень универсальных, общепрофессиональных и рекомендуемых профессиональных компетенций направления подготовки 49.03.01 Физическая культура

Универсальные компетенции, определены ФГОС ВО 49.03.01 Физическая культура и спорт	Общепрофессиональные компетенции, определены ФГОС ВО 49.03.01 Физическая культура и спорт	Профессиональные компетенции, рекомендованы ФУМО по направлениям 49.00.00 Физическая культура и спорт
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и поиск информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ОПК-1. Способен планировать содержание занятий с учетом положений теории физической культуры, физиологической характеристики нагрузки, анатомо-морфологических и психологических особенностей занимающихся различного пола и возраста	ПК-1 Способен осуществлять планирование, учет и анализ результатов тренировочного процесса и соревновательной деятельности на этапах спортивной подготовки
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ОПК-2. Способен осуществлять спортивный отбор и спортивную ориентацию в процессе занятий	ПК-2 Способен реализовывать индивидуальный подход в процессе спортивной подготовки
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ОПК-3. Способен проводить занятия и физкультурно-спортивные мероприятия с использованием средств, методов и приемов базовых видов физкультурно-спортивной деятельности по двигательному и когнитивному обучению и физической подготовке	ПК-3 Способен использовать в процессе спортивной подготовки средства и методы профилактики травматизма и заболеваний, организовывать восстановительные мероприятия с учетом специфики вида спорта, возраста и пола обучающихся, в том числе с применением методик спортивного массажа
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ОПК-4. Способен проводить тренировочные занятия различной направленности и организовывать участие спортсменов в соревнованиях в избранном виде спорт	ПК-4 Способен осуществлять руководство соревновательной деятельностью спортсменов
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ОПК-5. Способен воспитывать у занимающихся социально-значимые личностные качества, проводить профилактику негативного социального поведения	ПК-5 Способен совершенствовать своё индивидуальное спортивное мастерство в процессе тренировочных занятий, владеть в соответствии с особенностями избранного вида спорта техникой движений, технико-тактическими действиями, средствами выразительности

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ОПК-6. Способен формировать осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни	ПК-6 Способен разрабатывать учебно-методическое обеспечение реализации образовательной программы
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОПК-7. Способен обеспечивать соблюдение техники безопасности, профилактику травматизма, оказывать первую доврачебную помощь	ПК-7 Способен использовать в образовательном процессе педагогически обоснованные формы, методы, средства и приемы организации деятельности обучающихся
УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	ОПК-8. Способен проводить работу по предотвращению применения допинга	ПК-8 Способен определять и использовать в образовательном процессе формы, методы, средства контроля и оценивания процесса и результатов освоения образовательной программы
	ОПК-9. Способен осуществлять контроль с использованием методов измерения и оценки физического развития, технической и физической подготовленности, психического состояния занимающихся	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно-массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа
	ОПК-10. Способен организовать совместную деятельность и взаимодействие участников деятельности в области физической культуры и спорта	ПК-10 Способен использовать общеукрепляющие и оздоровительные мероприятия по поддержанию здоровья, включая закаливание, массаж, правильное питание
	ОПК-11. Способен проводить исследования по определению эффективности используемых средств и методов физкультурно-спортивной деятельности	ПК-11 Способен осуществлять координацию тренировочного, образовательного и методического процессов
	ОПК-12. Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами сферы физической культуры и спорта и нормами профессиональной этики	ПК-12 Способен проводить анализ организации тренировочного и образовательного процессов и делать обоснованные предложения по её совершенствованию
	ОПК-13. Способен осуществлять организацию и судейство соревнований по избранному виду спорта	ПК-13 Способен организовать методическое сопровождение деятельности специалистов в области физической культуры и спорта

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

	ОПК-14. Способен осуществлять методическое обеспечение и контроль тренировочного и образовательного процесса	ПК-14 Способен планировать и координировать проведение мероприятий и выполнение работ, исходя из целей и задач организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта
	ОПК-15. Способен проводить материально-техническое оснащение занятий, соревнований, спортивно-массовых мероприятий	ПК-15 Способен осуществлять анализ финансово-хозяйственной деятельности, реализовывать учетную политику организации
		ПК-16 Способен проводить мероприятия по укреплению и развитию материально-технической базы физкультурно-спортивной организации
		ПК-17 Способен планировать, организовывать и контролировать работу персонала организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта
		ПК-18 Способен осуществлять анализ данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта
		ПК-19 Способен реализовывать программы физкультурно-оздоровительных занятий с учетом гигиенических и естественно-средовых факторов
		ПК-20 Способен выбирать средства и методы физической культуры для коррекции состояния лиц различного пола и возраста с учетом их профессиональной деятельности
		ПК-21 Способен разрабатывать программы и вести индивидуальные занятия физической культурой и спортом для различного контингента, включающие в себя технологии управления массой тела, рационального питания и регуляции психического состояния
		ПК-22 Способен осуществлять руководство организацией судейства спортивного соревнования
		ПК-23 Способен организовывать работу по антидопинговому обеспечению
		ПК-24 Способен осуществлять организационно-методическое руководство деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта
		ПК-25 Способен обеспечивать соответствие условий и материальной базы проведения спортивных соревнований правилам вида спорта
		ПК-26 Способен осуществлять руководство технической эксплуатацией, ремонтом и модернизацией спортивного и технологического оборудования, спортивного сооружения
		ПК-26 Способен осуществлять руководство технической эксплуатацией, ремонтом и модернизацией спортивного и технологического оборудования, спортивного сооружения

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Выборка трудовых функций и действий профессиональных стандартов, соответствующих способности к агитационно-пропагандистской работе

Используемые сокращения Профессионального стандарта:

Т – Тренер

ИМ – Инструктор-методист

ПДО – Педагог дополнительного образования

ППО – Педагог профессионального образования

Р – Руководитель

ПОО – Педагог общего образования

Проф Стан дарт	Коды ТФ	Трудовые функции и действия
1	2	3
Т	А/02.5	Формирование у обучающихся представлений о теоретических основах физической культуры и интереса к занятиям спортом
		Проведение с обучающимися лекций и бесед о пользе, значении ФКиС, основах ЗОЖ, гигиены, первой доврачебной помощи
		Совместный просмотр и обсуждение кино- и видеоматериалов, в том числе трансляций спортивных соревнований, обучающих и научно-популярных фильмов
		Оказание методической и консультативной помощи родителям (законным представителям) несовершеннолетних обучающихся
	В/01.5	Осуществление набора обучающихся в группы и секции этапа начальной подготовки (по виду спорта, спортивным дисциплинам)
		Консультирование обучающихся и их родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся относительно порядка зачисления и тренировочного процесса на этапе начальной подготовки
	В/03.5	Формирование у обучающихся представлений о теоретических основах вида спорта, спортивной этики
		Проведение с обучающимися лекций и бесед о правилах, технике и тактике в виде спорта
		Организация совместного просмотра и обсуждения кино- и видеоматериалов, в том числе трансляций спортивных соревнований, обучающих и научно-популярных фильмов
	С/01.5	Осуществление отбора обучающихся в группы и секции тренировочного этапа (этапа спортивной специализации) по виду спорта, спортивным дисциплинам
		Консультирование обучающихся и их родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся относительно порядка зачисления и тренировочного процесса на тренировочном этапе (этапе спортивной специализации)
	D/01.6	Осуществление отбора обучающихся в группы и секции этапа совершенствования спортивного мастерства (по виду спорта, Спортивной дисциплине)
		Консультирование обучающихся относительно порядка зачисления и тренировочного процесса на этапе совершенствования спортивного мастерства

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

1	2	3
ИМ	В/02.5	Организация работы кружков и спортивных секций, спортивного актива
		Вовлечение обучающихся, занимающихся в участие в спортивных кружках и секциях
	В/04.5	Методическая и консультационная помощь работникам образовательной организации, родителям (законным представителям) несовершеннолетних обучающихся
		Изучение и обобщение передового опыта в области физической подготовки и обучения детей физической культуре
		Проведение просветительской работы в области физической подготовки и обучения детей физической культуре среди родителей (законным представителям) несовершеннолетних обучающихся, занимающихся, педагогических работников с привлечением соответствующих специалистов
		Проведение родительских собраний, воспитательных и других мероприятий, предусмотренных образовательной программой, в части установленных полномочий
	В/05.5	Проведение физкультурно-оздоровительной работы с обучающимися, занимающимися во время занятий физической культурой в спортивном сооружении и на его территории
		Изучение и обобщение передового опыта в области обучения занятиям физической культурой в спортивном сооружении и на его территории
		Организация предварительной работы с родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся по подготовке к занятиям физической культурой в спортивном сооружении и на его территории
	С/02.5	Проведение набора и отбора в секции, группы спортивной и оздоровительной направленности физкультурно-спортивной организации
		Проведение разъяснительных бесед с лицами, поступающими в секции и группы спортивной и оздоровительной направленности
	С/05.5	Организационно-методическое руководство деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта
		Подготовка волонтеров в области физической культуры и спорта, в том числе в области пропаганды здорового образа жизни, занятий физической культурой и спортом, отказа от использования допинга
	Д/03.6	Методическое сопровождение деятельности специалистов образовательной организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта
		Обобщение и распространение передового педагогического опыта, включая индивидуальный опыт тренеров-преподавателей образовательной организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта
		Проведение мастер-классов, круглых столов, семинаров с целью информирования специалистов образовательной организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта, о новых направлениях в развитии спорта и образования

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

1	2	3
		Информирование педагогических работников о современной педагогической, психологической, методической литературе, об опыте инновационной деятельности образовательных организаций, осуществляющих деятельность в области физической культуры и спорта
	Е/01.6	Руководство организацией и проведением ФО и СМ работы в ФСО
		Разработка стратегии проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий физкультурно-спортивной организации
		Утверждение программы проведения физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия физкультурно-спортивной организации с учетом его целей и задач
		Контроль оповещения занимающихся в физкультурно-спортивной организации о предстоящем физкультурно-оздоровительном или спортивно-массовом мероприятии, доведение информации о программе проведения мероприятий до участников и иных заинтересованных лиц
	Е/02.6	Руководство процессом набора и отбора в секции, группы спортивной и оздоровительной направленности физкультурно-спортивной организации
		Консультирование занимающихся в секциях и группах спортивной и оздоровительной направленности относительно программы тренировок, методических основ спортивной работы, проведение антидопинговой пропаганды
ПДО	А/01.6	Организация деятельности учащихся, направленная на освоение дополнительной общеобразовательной программы
		Организация, в том числе стимулирование и мотивация деятельности и общения учащихся на учебных занятиях
		Консультирование учащихся и их родителей (законных представителей) по вопросам дальнейшей профессионализации
	А/02.6	Организация досуговой деятельности учащихся в процессе реализации дополнительной общеобразовательной программы
	А/03.6	Обеспечение взаимодействия с родителями (законными представителями) учащихся, осваивающих дополнительную общеобразовательную программу, при решении задач обучения и воспитания
		Проведение родительских собраний, индивидуальных и групповых встреч (консультаций) с родителями (законными представителями) учащихся
		Организация совместной деятельности детей и взрослых при проведении занятий и досуговых мероприятий
	С/01.6	Организация и проведение массовых досуговых мероприятий
		Планирование массовых досуговых мероприятий
		Разработка сценариев досуговых мероприятий, в том числе конкурсов, олимпиад, соревнований, выставок, организация мероприятий
		Проведение массовых досуговых мероприятий
	С/02.6	Организационно-педагогическое обеспечение развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых
		Планирование, организация и проведение мероприятий для привлечения и сохранения контингента учащихся различного возраста

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

1	2	3
ППО	Е/01.6	Информирование и консультирование школьников и их родителей (законных представителей) по вопросам профессионального самоопределения и профессионального выбора
		Информирование и консультирование школьников и их родителей (законных представителей) при проведении дней открытых дверей, выставок, иных массовых мероприятий профориентационной направленности
		Разработка (обновление) планов (сценариев) и проведение индивидуальных и групповых профориентационных занятий и консультаций школьников и их родителей (законных представителей)
	Е/02.6	Проведение практикоориентированных профориентационных мероприятий со школьниками и их родителями (законными представителями)
		Планирование совместно с другими педагогическими работниками профориентационной деятельности образовательной организации
		Проведение мастер-классов по профессии для школьников
		Взаимодействие со школьными учителями технологии и профильных предметов по вопросам профессиональной ориентации, в том числе вовлечения школьников в техническое творчество, декады и конкурсы профессионального мастерства
Р	Д/05.6	Управление процессами консультирования по вопросам развития физической культуры и спорта
		Создание методологии консультирования, в том числе по вопросам дошкольного, школьного и нешкольного физического воспитания, по вопросам деятельности физкультурно-спортивных организаций, школ и объединений, и по видам спорта и спортивным дисциплинам, спортивным играм, методике и теории спорта
ПОО	А/01.6	Общепедагогическая функция. Обучение
		Формирование мотивации к обучению
	А/02.6	Воспитательная деятельность
		Создание, поддержание уклада, атмосферы и традиций жизни образовательной организации
		Формирование толерантности и навыков поведения в изменяющейся поликультурной среде
	А/03.6	Развивающая деятельность
		Развитие у обучающихся познавательной активности, самостоятельности, инициативы, творческих способностей, формирование гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современного мира, формирование у обучающихся культуры здорового и безопасного образа жизни
	В/02.6	Педагогическая деятельность по реализации программ начального общего образования
		Формирование у детей социальной позиции обучающихся на всем протяжении обучения в начальной школе
	В/03.6	Педагогическая деятельность по реализации программ основного и среднего общего образования
		Формирование общекультурных компетенций и понимания места предмета в общей картине мира

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Соответствие компетенций, трудовых функций, планируемых результатов освоения дисциплины, методов и средств обучения

	Компетенции ФГОС 3++	Обобщенные трудовые действия ПС	Планируемые результаты освоения дисциплины	Проявления компетенции (обобщенные характеристики)	Формы и методы обучения (технологии формирования)	Способы оценивания (виды оценочных средств)
1	2	3	4	5	6	7
Ценностно-мировоззренческая компетентность	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-6 способен формировать осознанное отношение к занимающимся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-	Выражаются в способности применять знания о теоретических основах физической культуры и спорта, спортивной этики; побуждать интерес к занятиям спортом; оказывать методическую и консультационную помощь, обобщать и распространять передовой педагогический опыт, включая индивидуальный опыт тренеров-преподавателей; стимулировать и мотивировать к профессиональной самореализации в области физической культуры и	<i>Знает:</i> - теорию пропаганды и ее роль в развитии физической культуры и спорта; - социально-исторические и правовые подходы к пропаганде ФКиС; - философию и этические принципы спорта; - стратегии и концепции пропаганды ФКиС; - направления развития связей с общественностью в сфере ФКиС; - современное состояние агитационно-пропагандистской работы; <i>Умеет:</i> - определять и соотносить понятия в области пропаганды и связей с общественностью; - обобщать передовой опыт в области пропаганды ФКиС; - прогнозировать изменения общественного мнения; - применять системный подход к оценке пропаганды ФКиС; - действовать в соответствии с нормами этики; - аргументированно разъяснять значение	Способность к философским обобщениям Ценностная ориентация на ведение здорового образа жизни Убежденность и личная мотивированность Демонстрация активной жизненной социально-ориентированной позиции Нацеленность на результат	Лекции/интерактивные лекции Семинары, практические занятия: Просмотр и обсуждение документальных фильмов и телепередач Обсуждение/разбор фрагментов в учебных текстах Интеллектуальное соревнование в формате дебатов	Проведение рефлексивного анкетирования Написание эссе Участие в качестве спикера или эксперта в интеллектуальном соревновании

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

1	2	3	4	5	6	7
	ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни.	спорта; приобретать навыки поведения в изменяющейся поликультурной среде и формировать у детей социальную позицию; проводить просветительскую работу в области физической подготовки и обучения детей физической культуре.	физической подготовки и ЗОЖ; - проводить просветительскую работу в области ФКиС среди населения; <i>Владеет:</i> - методологией агитационно-пропагандистской деятельности; - способностью убеждения и мотивации; - техниками побуждения к занятиям физической активностью.			
Профессионально-коммуникативная компетентность	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать	Выражаются в способности проводить с обучающимися лекции и беседы о пользе, значении ФКиС, основах ЗОЖ, гигиены, первой доврачебной помощи; организовывать совместные просмотры и обсуждения кино- и видеоматериалов; проводить родительские собрания, индивидуальные и групповые встречи (консультации) с родителями; воспитательны	<i>Знает:</i> - критерии отбора информации, обработки и создания информационного материала; - информационное пространство сферы ФКиС; - преимущества и недостатки средств массовой коммуникации; - модели и особенности массовой коммуникации; - основные характеристики целевых аудиторий; - способы и средства современной коммуникации, в том числе СМИ; <i>Умеет:</i> - анализировать, систематизировать и сравнивать информацию о значении ФКиС и пользе ЗОЖ;	Отбор, анализ и производство информации Владение устной речью Владение письменной речью Взаимодействие с аудиторией Знание средств Владение современными	Лекции/интерактивные лекции Семинары, практические занятия: Игровые коммуникативные практики Медиа-тренинг Интеллектуальное соревнование в формате дебатов	Самопрезентация Создание интерактивных сообщений (постов) для социальных медиа Публичное выступление с использованием технологий

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

1	2	3	4	5	6	7
	свою роль в команде УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской	е и другие мероприятия; проводить мастер-классы, круглые столы, семинары с целью информирования специалистов образовательной организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта, о новых направлениях в развитии спорта и образования; информировать и консультировать, в том числе с помощью современных средств коммуникации.	- формулировать и выражать общественно-значимые суждения; - пользоваться современными средствами коммуникации; - обсуждать с аудиторией направления развития спорта; - осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах; <i>Владеет:</i> - приемами публичного выступления; - навыками командной работы; - приемами подбора материалов для формирования кейсов аргументов и фактов; - способами вербальной и невербальной коммуникации; - навыками пропаганды ФКиС через социальные медиа; - приемами Самопрезентации.	средствам и коммуникации		«message house» Участие в качестве спикера в интеллектуальном соревновании
Организационно-технологическая	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивные массовые мероприятия,	Выражаются в способности организовывать просмотры и обсуждения кино- и видеоматериалов; утверждать и реализовывать программы проведения физкультурно-оздоровительных или спортивно-	- особенности физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий; - систему подготовки и роль волонтеров в пропаганде ФКиС; - этапы подготовки и порядок проведения мероприятий; - характеристику, цели и задачи специальных событий в сфере ФКиС; - принципы планирования	Организация массовых мероприятий на различные аудитории: исследование проблемы	Лекции/интерактивные лекции Семинары, практические занятия: Проектирование специального события	Разработка и защита проекта Написание сценария мероприятия

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

1	2	3	4	5	6	7
	<p>организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа ПК-24</p> <p>Способен осуществлять организацию методическое руководство деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта</p>	<p>массовых мероприятий физкультурно-спортивной организации с учетом их целей и задач; планировать организовывать и проводить массовые досуговые мероприятия; разрабатывать сценарии досуговых мероприятий, в том числе конкурсов, олимпиад, соревнований, выставок; организация подготовки мероприятий.</p>	<p>специальных мероприятий в рамках коммуникационных кампаний в сфере ФКиС;</p>	<p>планирование;</p> <p>- создание команды;</p> <p>реализация;</p> <p>- оценка эффективности.</p>		

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

УТВЕРЖДАЮ

Президент Ассоциации содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации

В.А. Таймазов

11 июля 2017 года

ПОЛОЖЕНИЕ

О XIV Всероссийском Слёте студентов-отличников вузов физической культуры и спорта

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок организации и проведения Всероссийского Слёта студентов-отличников вузов физической культуры и спорта, **«Физкультуру и спорт – в массы»** (далее – Слёт).

1.2. Настоящее Положение определяет сроки проведения Слёта, порядок организации и проведения мероприятия, требования к участникам Слёта и порядок их участия в Слёте.

1.3. Учредителям и организаторами Слёта являются: Ассоциация содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации (далее – Ассоциация).

2. Цели и задачи Слёта

2.1. Целью проведения Слёта является:

➤ Знакомство студентов с легендарным олимпийским комплексом в г. Сочи, который ассоциируется с достижениями и победами России в спорте. Воспитание патриотизма, уважения и любви к Родине, гордости за страну, в которой живешь.

➤ Формирование профессиональных компетенций для реализации в дальнейшей трудовой деятельности.

➤ Развитие потребности у студентов в здоровом образе жизни.

➤ Повышение интереса студентов к коллективной деятельности.

➤ Развитие нравственной, всесторонней и гармоничной личности студента как будущего специалиста в области физической культуры и спорта.

2.2. Основные задачи Слёта:

Пропагандировать нравственные ценности физической культуры и спорта, идей олимпизма среди молодежи с использованием современных технологий, приемов и средств в области массовой коммуникации.

Способствовать формированию у студентов профессиональных компетенций по организации спортивных соревнований, спортивно-массовых мероприятий.

Через организационную и творческую деятельность способствовать усвоению у студентов практических навыков по популяризации здорового образа жизни, физической культуры и спорта.

3. Программа, сроки и место проведения Слёта

3.1. Слёт проводится с **30 сентября – 7 октября 2017 г.** в городе Сочи.

3.2. Участники и гости Слёта обязаны соблюдать правила поведения (Приложение № 1).

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

3.3. Слёт проводится в соответствии с программой (Приложение № 2).

4. Участники и гости Слёта

4.1. **Участниками Слёта** могут быть:

- Вузы физической культуры и спорта Российской Федерации;
- Вузы, осуществляющие подготовку по направлению «Физическая культура»;
- Спортивные федерации России;
- Физкультурно-спортивные организации России.

4.2. Статус «Почетный гость» присваивается Оргкомитетом Слёта известным спортсменам и видным общественным деятелям, приглашенным на Слёт, а также партнерам (спонсорам и благотворителям) Слёта.

4.3. Для участия в мероприятиях Слёта необходимо в срок до 08 сентября 2017 года выслать в Оргкомитет Слёта (Ассоциацию содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации) списочный состав делегации (по образцу, согласно Приложению № 3).

4.4. Обслуживание участников Слёта.

4.4.1 Проезд, проживание и питание участников Слёта осуществляется за счет организаций, направляющих делегации на Слёт.

4.4.2 Транспортное обслуживание участников Слёта в рамках мероприятий Программы Слёта осуществляется привлеченным транспортом за счет Оргкомитета Слёта.

4.4.3 Медицинское обслуживание оказывается при наличии страхового медицинского полиса в медицинском учреждении места проведения Слёта, а также, при необходимости, в медицинских учреждениях города Сочи.

4.5. Все участники Слёта должны иметь при себе: паспорт РФ; страховой медицинский полис.

4.6. Всю ответственность за жизнь и здоровье участников Слёта несут руководители делегаций – участников Слёта.

5. Организационный комитет Слета

5.1. Руководство Слётом осуществляет Организационный комитет (далее – Оргкомитет), формируемый учредителями и организаторами Слёта.

5.2. **Оргкомитет Слёта:**

- утверждает Положение о Слёте и программу Слёта;
- определяет состав участников Слёта для формирования делегаций участников Слёта;
- осуществляет информационное обеспечение Слёта.

5.3. Текущей деятельностью по организации и проведению Слёта занимается **Дирекция Слёта**.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Дирекция Слёта:

- осуществляет организационно-административное обеспечение мероприятий Слёта (в т.ч. приём и размещение участников и гостей Слёта, обеспечение готовности площадок Слёта);
- организует материально-техническое обеспечение мероприятий Слёта в соответствии с утвержденными Программой Слёта;
- по согласованию с Оргкомитетом организует взаимодействие со всеми заинтересованными службами, организациями и ведомствами, имеющими отношение к вопросам организации и проведения Слёта;
- организует работу с партнерами, заключает для этого с ними необходимые соглашения и договоры;
- осуществляет другие необходимые виды деятельности в целях организации и проведения Слёта по поручению Оргкомитета.

5.4. Дирекция Слёта по согласованию с Оргкомитетом имеет право вносить изменения в программу Слёта.

5.5. Оргкомитет Слёта обладает эксклюзивным правом на разработку, издание и распространение атрибутики и символики Слёта.

6. Организация мероприятий Слёта

6.1. Мероприятия Слёта проводятся в соответствии с утвержденной Оргкомитетом программой Слёта (приложение № 1).

6.2. Все участники конкурсных мероприятий Слёта оцениваются судьейской коллегией и жюри, которое формируется непосредственными организаторами мероприятий из числа авторитетных специалистов и экспертов. Победители спортивных соревнований и конкурсных мероприятий награждаются кубками, дипломами и памятными призами.

7. Заключительные положения

7.1. Все вопросы, не отраженные в настоящем Положении, решаются Оргкомитетом и Дирекцией Слёта исходя из своей компетенции в рамках сложившейся ситуации и в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

8. Координаты Оргкомитета и Дирекции Слёта:

Ассоциация содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации.

Контакты: afkrf@mail.ru

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Пояснительная записка
**Программа XXIV Слёта студентов-отличников
вузов физической культуры и спорта 2017 года
«ФИЗКУЛЬТУРУ – В МАССЫ»**

Дата проведения: 30 сентября – 7 октября 2017 г.

Место проведения: Россия, Краснодарский край, г. Сочи, оздоровительный комплекс «Дагомыс», ул. Ленинградская, д.7

Организаторы, используя в названии Слёта 2017 года известный советский пропагандистский лозунг «Физкультуру – в массы», указывают на важность осуществления пропаганды физической культуры и спорта среди населения и, соответственно, задают общую тематику творческих конкурсов.

Данный выбор был определен направлением деятельности по осуществлению государственной политики в области развития физической культуры и массового спорта, инициированным в Стратегии развития физической культуры и спорта в России на период до 2020 года – «Реализация комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта как важнейшей составляющей здорового образа жизни». В рамках данного направления большое внимание уделяется использованию средств массовой информации и организации спортивно-массовых мероприятий по популяризации здорового образа жизни, физической культуры и спорта.

Участники Слёта, будущие специалисты в области физической культуры, в процессе обучения должны приобрести профессиональные навыки и сформировать компетенции по организации рекламных и пиар кампаний, пропагандистских мероприятий в рамках дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФКиС». Направленность Слёта даст возможность студентам на практике применить полученные знания.

Задачи Слёта:

1. Пропагандировать нравственные ценности физической культуры и спорта, идей олимпизма.
2. Создавать публицистические, информационные и аналитические тексты для решения задач в сфере физической культуры и спорта.
3. Анализировать фирменный стиль спортивной организации.
4. Применять современные технологии, приемы и средства деловой коммуникации в отрасли физической культуры и спорта.
5. Использовать способы применения приемов и средств коммуникативных практик применительно к выпуску, производству и распространению рекламной продукции при проведении спортивных мероприятий.
6. Организовывать спортивно-массовые мероприятия в рамках популяризации физической культуры и спорта.

Информационную поддержку Слёта обеспечивает Студенческий пресс-центр, который осуществляет подготовку текстовых материалов, видео-фотосъёмку, отбор и размещение контента в группе ВКонтакте «СЛЁТ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА» (vk.com/sletvuzovfks).

Спортивный компонент Слёта включает ежедневную зарядку, соревнования по игровым видам спорта – волейбол, баскетбол, теннис. В зависимости от возможностей спортивных площадок – плавание.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

П Л А Н

- 1 день** (30.09.17) – заезд участников слета, совещание руководителей делегаций
 19.00 – «Слёт-конференция» – презентация организаторов и почётных гостей Слёта (зал «Зодиак»)
Организатор: Ассоциация содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации
- 2 день** (01.10.17) – спортивные соревнования, репетиция открытия
 19.30 – Открытие Слёта «**Спортимидж – всё!**» – представление команд (концертный зал)
Организатор: НГУ им. П.Ф. Лесгафта
- 3 день** (02.10.17) – спортивные соревнования
 19.00 – «**Агит-спорт**» – конкурс спортивной рекламы (зал «Зодиак»)
Организатор: СибГУФК
- 4 день** (03.10.17) – спортивные соревнования
 19.00 – «**Парк физкультуры и отдыха**» - конкурс спортивного танца (зал «Зодиак»)
Организатор: МГАФК
- 5 день** (04.10.17) – спортивные соревнования,
 14.30 – «**Особенности национального спорта**» – соревнования по национальным видам спорта
Организаторы: ЧГИФКИС, ПГАФКиТ
 18.30 – «**Спортмоб**» – экскурсия на Олимпийские объекты г. Сочи
Организатор: Ассоциация содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации
- 6 день** (05.10.17) – спортивные соревнования
 15.00 – «**Спорт-дебаты**» – интеллектуальное соревнование
Организатор: НГУ им. П.Ф. Лесгафта
 19.00 – «**Спорт за кадром**» конкурс спортивных комментаторов и журналистов (зал «Зодиак»)
Организатор: _____
- 7 день** (06.10.17) – спортивные соревнования
 19.00 – «**День физкультурника!**» – закрытие Слёта, награждение победителей в спортивных соревнованиях (зал «Зодиак»)
Организатор: УралГУФК
- 8 день** (07.10.17) – разъезд участников

*Рабочий вариант программы допускает изменения в связи с условиями проведения и предложениями участников Слёта.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Анкета №1

«Определение уровня сформированности представлений студентов о пропаганде и их отношении к агитационно-пропагандистской работе»

Уважаемые студенты!

Просим Вас принять участие в опросе по определению уровня сформированности представлений студентов о пропаганде и отношении их к агитационно-пропагандистской работе в сфере физической культуры и спорта. Пожалуйста, внимательно прочтите вопросы и варианты ответов, выберите те ответы, которые наиболее точно отражают ваше мнение по каждому вопросу. Анкетирование анонимно. Ваше мнение очень важно для нас. Надеемся на ваши искренние ответы!

1. Осуществляется ли в России пропаганда спорта, физической культуры и здорового образа жизни?

- 1) Да
- 2) Да, но проводится недостаточно
- 3) Да, но проводится несовременными методами
- 4) Нет

2. Какие группы целевой аудитории на Ваш взгляд являются наиболее восприимчивы к пропаганде физической культуры и спорта? Выберите один из вариантов ответов.

- А) занимающиеся спортом (спорт - профессия);
- Б) занимающиеся в обязательных организованных формах (по учебным программам);
- В) занимающиеся в организованных формах (секции, группы, кружки и т.д.);
- Г) занимающиеся самостоятельно (включая тех, кто ранее занимался в организованных формах, а ныне продолжает занятия самостоятельно);
- Д) в настоящее время не занимающиеся, но занимавшиеся ранее (самостоятельно или в организованных формах);
- Е) не занимающиеся, но проявляющие определенный интерес к спорту ("пассивные спортсмены" - зрители);
- Ж) не занимающиеся физической культурой и не проявляющие интереса к спорту.

3. Выберите из списка пять форм пропаганды спорта, на Ваш взгляд являющихся наиболее эффективными, и проранжируйте их в порядке уменьшения значимости, присваивая порядковый номер от 1 до 5. В пустой строке предложите свой вариант:

Проведение мастер-классов, в том числе открытых, среди населения по организации занятий физической культурой	
Специальные спортивные каналы на ТВ	
Проведение спортивных праздников для населения	
Социальные сети, объединяющие занимающихся спортом, ведущих ЗОЖ, спортивных болельщиков	
Спортивные шоу на ТВ	
Художественные и документальные фильмы	
Проведение акций, флешмобов	
Наружная реклама, призывающая к ведению ЗОЖ, по профилактике табакокурения, пьянства, наркомании и других антисоциальных явлений	
Онлайн-трансляции в сети Интернет спортивных соревнований и мероприятий	
Программы о здоровом образе жизни на ТВ	
Обучающие ролики для самостоятельно занимающихся с сети Интернет	
Спортивные интернет-ресурсы	
Привлечение волонтеров на спортивные соревнования и мероприятия	

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Проведение выставок, ярмарок	
Программы о здоровом образе жизни на радио	

4. Какие СМИ и каналы коммуникации наиболее чаще используются для распространения информации о физической культуре и спорте, идей олимпизма, здорового образа жизни?

- 1) Печатная пресса
- 2) Телевидение
- 3) Радио
- 4) Интернет
- 5) Наружные средства (баннеры, транспорт)

5. Являетесь ли Вы уверенным пользователем ПК с постоянным доступом к Интернету?

- 1) Да
- 2) Нет

6. Вы сами публикуете информацию о физической культуре и спорте в Интернете?

- 3) Да
- 4) Нет

7. Участвуете ли Вы лично в популяризации/пропаганде физической культуры, спорта и здорового образа жизни?

- 1) Да, в беседе с друзьями
- 2) Да, в беседе с воспитанниками и их родителями
- 3) Да, в СМИ
- 4) Да, в социальных медиа
- 5) Нет

8. Какие навыки необходимы Вам, как будущим специалистам в области физической культуры и спорта, для ведения пропаганды?

- 1) Умение писать тексты
- 2) Знание об особенностях современных медиа и способах размещения в них информации
- 3) Умения презентовать достижения спортсменов через современные медиа
- 4) Умение организовать и провести спортивное мероприятие (соревнование/праздник)
- 5) Другое _____

О себе:

Мужчина/женщина (нужное подчеркнуть)

Спасибо за предоставленную информацию.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Анкета №2

«Определение уровня сформированности представлений студентов Слёта о пропаганде и их отношении к агитационно-пропагандистской работе»

Уважаемые слётовцы!

Просим Вас принять участие в опросе по выявлению степени значимости пропаганды спорта среди молодежи и участию студентов вузов физической культуры и спорта в данном процессе. Выберите (отметьте) один из вариантов ответов.

I.

1. Осуществляется ли в России пропаганда спорта, физической культуры и здорового образа жизни?
 - 5) Да
 - 6) Да, но проводится недостаточно
 - 7) Да, но проводится несовременными методами
 - 8) Нет
2. Какие СМИ и каналы коммуникации наиболее чаще используются для распространения информации о физической культуре и спорте, идей олимпизма, здорового образа жизни?
 - 6) Печатная пресса
 - 7) Телевидение
 - 8) Радио
 - 9) Интернет
 - 10) Наружные средства (баннеры, транспорт)
3. Какие СМИ и каналы коммуникации Вы чаще всего читаете/смотрите/слушаете для получения информации о физической культуре, спорте и здоровом образе жизни?
 - 1) Печатная пресса
 - 2) Телевидение
 - 3) Радио
 - 4) Интернет
 - 5) Наружные средства (баннеры, транспорт)
4. Какая информация о спорте, физической культуре и здоровом образе жизни в Интернете Вам наиболее интересна?
 - 1) О соревновательной деятельности
 - 2) По видам спорта
 - 3) О правильном питании
 - 4) О спортивной моде
 - 5) Другое _____
5. Есть ли у Вас кумиры среди спортивных авторов в Интернете?
 - 1) Да
 - 2) Нет
 - 3) Если да, назовите их имя _____
6. Какая информация о ФКиС будет чаще востребована современной молодежью?
 - 1) Статья в газете/журнале
 - 2) Передача на ТВ
 - 3) Передача на радио
 - 4) Пост в социальной сети
 - 5) Ролик на YouTube
 - 6) «Живое» выступление
7. Какие массовые мероприятия привлекают молодых людей в спорт?
 - 1) Спортивные соревнования
 - 2) Спортивные праздники
 - 3) Спортивные флешмобы
 - 4) Другое _____
8. Какая спортивная реклама привлекает молодежь в спорт?
 - 1) Спортивных товаров
 - 2) Спортивных услуг

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

- 3) Спортивных брендов
- 4) Спорта как стиля жизни

II.

9. Подписаны ли Вы в социальных медиа (Инстаграмм, ВКонтакте, Фейсбук и пр.) на спортивный контент?
- 1) Да
 - 2) Нет
10. Вы сами публикуете информацию о ФКиС в Интернете?
- 5) Да
 - 6) Нет
11. Вы часто Вы читаете/смотрите/слушаете обновления спортивной информации в Интернете?
- 1) По мере поступления новости
 - 2) Каждый день
 - 3) Раз в неделю
 - 4) Реже, чем раз в неделю
12. Являетесь ли Вы сами создателями/редакторами групп/блогов в социальных медиа по спортивной тематике?
- 1) Да
 - 2) Нет
13. Участвуете ли Вы лично в популяризации/пропаганде ФКиС и здорового образа жизни?
- 6) Да, в беседе с друзьями
 - 7) Да, в беседе с воспитанниками и их родителями
 - 8) Да, в СМИ
 - 9) Да, в социальных медиа
 - 10) Нет

III.

14. Вам хватает знаний и умений для популяризации/пропаганды спорта, полученных в вузе?
- 1) Да
 - 2) Недостаточно
 - 3) Нет
15. Какие навыки необходимы Вам, как будущим специалистам в области ФКиС, для ведения пропаганды спорта?
- 6) Умение писать тексты
 - 7) Знание об особенностях современных медиа и способах размещения в них информации
 - 8) Умения презентовать достижения спортсменов через современные медиа
 - 9) Умение организовать и провести спортивное мероприятие (соревнование/праздник)
 - 10) Другое _____
16. Может ли Слет или подобные мероприятия для студентов спортивных вузов быть площадкой для получения навыков по популяризации/пропаганде спорта?
- 1) Да
 - 2) Нет
17. Отметьте на шкале степень Ваших знаний, умений и навыков по популяризации/пропаганде ФКиС и ЗОЖ до и после Слёта студентов-отличников вузов ФКиС?

_____ ДО _____
_____ ПОСЛЕ _____

-5 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 5
-5 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 5

Немного о себе:

- 1) Сколько Вам полных лет _____
- 2) Мужчина/женщина (нужное подчеркнуть)
- 3) Направленность (профиль) образовательной программы _____

Спасибо за предоставленную информацию.

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Анкета №3

«Определение уровня удовлетворенности студентами
учебно-познавательной деятельностью»

Уважаемые студенты!

Нам интересно узнать ваше мнение о том, насколько вы удовлетворены занятиями в процессе обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта». Пожалуйста, внимательно прочтите вопросы и варианты ответов, выберите те ответы, которые наиболее точно отражают ваше мнение по каждому вопросу. Анкетирование анонимно. Ваше мнение очень важно для нас. Надеемся на ваши искренние ответы!

1. Удовлетворены ли Вы процессом обучения дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта»?
 - Да, удовлетворен;
 - Нет, не удовлетворен;
 - Удовлетворен не в полной мере;
 - Затрудняюсь ответить.
2. Оцените насколько занятия по дисциплине ценны для Вас с точки зрения практической значимости по шкале от 5 до 0, где:
 - 5 – очень ценны;
 - 4 – ценны значительно;
 - 3 – ценны в определенной степени;
 - 2 – ценны незначительно;
 - 1 – не ценны;
 - 0 – затрудняюсь оценить.
3. Повлияло ли содержание дисциплины на Вашу систему аргументации о ценностях физической культуры для человека и общества?
 - Да, повлияло
 - Нет, не повлияло
 - Затрудняюсь ответить
4. Приобрели ли Вы дополнительный коммуникативный опыт для осуществления популяризации физической культуры и спорта?
 - Да, приобрел
 - Нет, не приобрел
 - Затрудняюсь ответить
5. Сможете ли вы подобрать средства и способы организации мероприятия в целях популяризации спорта?
 - Да, смогу
 - Нет, не смогу
 - Затрудняюсь ответить
6. Оцените важность вклада дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в формирование общего уровня Вашей агитационно-пропагандистской подготовки наряду с другими дисциплинами учебного плана по шкале от 5 до 0:
 - 5 – очень важен;
 - 4 – важен значительно;
 - 3 – важен в определенной степени;
 - 2 – важен незначительно;
 - 1 – не важен;
 - 0 – затрудняюсь ответить.

О себе: Мужчина/женщина (нужное подчеркнуть)

Спасибо за предоставленную информацию.

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Терминологический диктант

	1 вариант	2 вариант
1	Пропаганда – распространение политических, философских, научных, художественных и других взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности.	Агитация – устная, печатная и наглядная политическая деятельность, воздействующая на сознание и настроение людей с целью побудить их к политическим или другим действиям.
2	Реклама – направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему.	Связи с общественностью – деятельность, помогающая устанавливать и поддерживать процесс коммуникации, взаимопонимание, одобрение и сотрудничество между организацией и общественностью.
3	Общественное мнение – это специфическое проявление массового сознания, выражающееся в оценочных суждениях (устных и письменных) и массовых действиях (мирных и немирных).	Коммуникация – это тип активного взаимодействия между объектами любой природы, предполагающий информационный обмен.
4	Социальная реклама – это реклама, направленная на решение социально-общественных проблем и привлечение внимания общества к ним, а также на обеспечение интересов государства.	Политическая реклама – то реклама, направленная на изменение политического поведения общества или его части в условиях политического выбора.
5	Внутренние целевые аудитории – та часть общества, на которую распространяется деятельность организации: ее сотрудники организации и их семьи.	Внешние целевые аудитории – та часть общества, на которую распространяется деятельность организации: клиенты, партнеры, поставщики, контрагенты, органы власти, финансовые организации, СМИ, все те, на кого распространяется деятельность компании.
6	Паблсити – одно из направлений PR, целью которого является формирование у целевых аудиторий узнаваемости публичной компании, продукта или бренда.	Информационное пространство – совокупность объектов, вступающих друг с другом в информационное взаимодействие, а также сами технологии, обеспечивающие это взаимодействие, средства информационного взаимодействия и информационная инфраструктура.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ И

	1 вариант	2 вариант
7	Коммуникационная кампания – совокупность заранее спланированных организационных и информационных мероприятий, включающих использование средств пропаганды, рекламы и PR.	Средства массовой информации – Под СМИ понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы; периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма.
8	Пресс-конференция – это встреча журналистов с представителями государственных учреждений, общественно-политических организаций, коммерческих структур, имеющая целью предоставить СМИ различного формата информацию.	Специальные мероприятия (Special Event) – это события, проводимые компаниями в целях привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности, продуктам и услугам.
9	Имидж – целенаправленно формируемый образ (лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы.	Фирменный стиль – это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям.
10	Бренд – это сумма потребительских качеств товара плюс образ товара.	Репутация – это динамическая характеристика поведения компании, персоны, формирующаяся в обществе в течение достаточно продолжительного периода времени.

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Оценочный лист эксперта «Дебаты»

Дата _____

Тема _____

Критерии оценки	Утверждающая сторона/баллы			Отрицающая сторона/баллы		
	У1	У2	У3	О1	О2	О3
Аргументы						
Отношение к теме						
Разнообразие, глубина						
Доказательность						
Полнота ответов на вопросы						
Формулировка вопросов						
Логика построения речи						
Соблюдение регламента						
Культура речи						
Корректность						
Фактические ошибки*						
Итого						

Примечание: выставляется по 1 баллу за выполнение спикером критерия,

* - снимается 1 балл за фактические ошибки

У1 (ФИ) _____

У2 (ФИ) _____

У3 (ФИ) _____

О1 (ФИ) _____

О2 (ФИ) _____

О3 (ФИ) _____

Лучшая игра была показана _____ стороной

Лучший спикер _____

Лучший вопрос _____

ФИО эксперта _____

_____ (подпись)

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Рефлексирующий тест

1. Расставьте соответствие между понятием и его определением:

- 1) организованная деятельность по распространению того или иного убеждения или доктрины – механизм широкомасштабного внушения взглядов;
- 2) деятельность, помогающая устанавливать и поддерживать процесс коммуникации, взаимопонимание, одобрение и сотрудничество между организацией и общественностью;
- 3) направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту, формирования или поддержания интереса к нему;
- 4) публичность, гласность, известность, популярность.
 - А) связи с общественностью;
 - Б) реклама;
 - В) пропаганда;
 - Г) публицити.

2. Социальная поддержка – это....

- А) совпадение точек зрения двух или больше людей;
- Б) степень уверенности в том, что мнение разделяют другие, принадлежащие к вашему окружению, социальной или иной среде;
- В) закрепленное, постоянное мнение человека по поводу известного ему предмета, факта или явления;
- Г) след, оставляемый в сознании человека окружающими предметами, лицами, событиями.

3. Совпадение точек зрения двух или больше людей – это...

- А) конгруэнция;
- Б) коориентация;
- В) консенсус;
- Г) информационная насыщенность.

4. Закрепленное, постоянное мнение человека по поводу известного ему предмета, факта или явления – это...

- А) согласие;
- Б) суждение;
- В) установка;
- Г) понимание.

5. Группа людей, во-первых, оказавшихся в аналогичной неразрешенной ситуации, во-вторых, сознающих неопределенность и проблематичность ситуации и, в-третьих, реагирующих определенным образом на создавшуюся ситуацию – это...

- А) общественность;
- Б) человеческая общность;
- В) общество;
- Г) аудитория.

5. Определите тот критерий, который не относится к признакам общественного мнения:

- А) направленность;
- Б) интенсивность;
- В) информационная насыщенность;
- Г) активность.

6. Какая из классификаций выделяет группы общественности с точки зрения значимости для организации:

- А) Общественность, реагирующая на все проблемы, равнодушная, реагирующая только на одну обострившуюся проблему;
- Б) Главная, второстепенная и маргинальная;
- В) Активные (вовлеченные и готовые действовать), латентные (не определившиеся), пассивные или враждебно настроенные.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Л

7. Аудитории, которые могут повлиять на успех компании или предприятия: представители власти, персонал, сотрудники СМИ, называются:
- А) главные аудитории;
 - Б) целевые аудитории;
 - В) ключевые аудитории;
 - Г) формальные аудитории.
8. Пропаганда, цель которой добиваться согласия, социальной гармонии, опираясь на общепринятые ценности, не преследует манипулятивных целей, выполняя информационные и воспитательные задачи, называется:
- А) позитивная или созидательная;
 - Б) деструктивная;
 - В) увещательная;
 - Г) просветительская.
9. Пропаганда, навязывающая обществу убеждения и взгляды, которые зачастую создают своего рода параллельную реальность, «перевернутую» систему ценностей, используя внушаемость общественных групп, манипулирует в узко групповых интересах, в частности, разжигание социальной, межконфессиональной или расовой вражды, обострение противоречий в обществе, создание «образа врага», пробуждение низменных инстинктов, называется:
- А) не критичная;
 - Б) негативная или деструктивная;
 - В) увещательная;
 - Г) просветительская.
10. Расставьте соответствие между понятием и его определением:
- 1) Пропаганда устрашения;
 - 2) Пропаганда отчаяния;
 - 3) Пропаганда героизма;
 - 4) Пропаганда просвещения;
- А) обращена на противника, подчеркивая его безнадежное положение и побуждая к сдаче либо в плен, либо (в экономике) позиций;
 - Б) приводит примеры для подражания, которые дают возможность легче перенести всевозможные трудности. Призывает к объединению ради отстаивания нравственных или национальных духовных ценностей;
 - В) информирует население о действиях руководства, партии, государства. Рекламирует определенный образ жизни. Характерно, что и в данном случае она может быть, как позитивной, так и негативной.
 - Г) убеждение противника (все равно какого: военного, идеологического или экономического) в собственной мощи;
12. Реклама несоответствующая требованиям законодательства – это
- А) противоправная реклама;
 - Б) недобросовестная реклама;
 - В) недостоверная реклама;
 - Г) ненадлежащая реклама.
13. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – это
- А) рекламодатель;
 - Б) рекламодатель;
 - В) рекламопроизводитель;
 - Г) потребитель рекламы.
13. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, обеспечение интересов государства.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Л

- А) социальная реклама;
- Б) спонсорская реклама;
- В) наружная реклама;
- Г) потребительская реклама.

14. Целенаправленно формируемый образ (лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы и т.п.; одно из средств пропаганды называется

- А) имиджем;
- Б) фирменным стилем;
- В) паблисити;
- Г) репутацией.

15. Специальные мероприятия (Special Event) – это

- А) одно из направлений PR, целью которого является формирование у целевых аудиторий узнаваемости публичной компании, продукта или бренда;
- Б) это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям;
- В) события, проводимые компаниями в целях привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности, продуктам и услугам;
- Г) ценностные характеристики организации, такие как аутентичность, ответственность и порядочность.

16. Комплексное и многократное использование PR-средств, а также рекламных материалов в рамках единой концепции и общего плана воздействия на мнения и отношения людей в целях популяризации имиджа, поддержания репутации, создания паблисити – это

- А) пресс-конференция;
- Б) PR-кампания;
- В) PR-акция;
- Г) событийный менеджмент.

18. Модель организации и проведения коммуникационных кампаний, определяющая последовательность выполнения действий: исследование – действие – общение – оценка

- А) DAGMAR;
- Б) AIDA;
- В) AIDMA;
- Г) RACE.

19. Кампании, проведение которых связано с необходимостью оперативного реагирования на вновь возникшие обстоятельства, например, когда организация сталкивается с какими-либо непредвиденными проблемами, с новой ситуацией на рынке, кризисом, форс-мажорными обстоятельствами называются

- А) реактивные;
- Б) плановые;
- В) проактивные;
- Г) внеплановые.

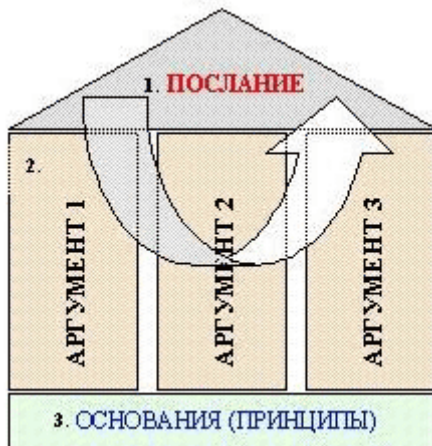
20. Какой нормативный документ в России определяет комплекс мер по пропаганде физической культуры?

- А) Конституция РФ;
- Б) ФЗ «О физической культуре и спорте»;
- В) Стратегия развития физической культуры и спорта на период до 2020 года;
- Г) ФЗ «О средствах массовой информации».

21. В каких исторических условиях возникает острая необходимость в пропаганде? (напишите кратко) _____

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Матрица подготовки и оценки публичного выступления



Технология построена на жестком структурировании информации при подготовке к публичному выступлению: вся информация, необходимая для выступления укладывается на один лист бумаги, она особым образом расположена, что облегчает доступ к ней при забывании текста. Технология также предполагает алгоритмичные приемы при ответах на вопросы, в том числе – жесткие.

Оценочный лист

Критерии оценки		Балл *
Актуальность выбранной темы для публичного выступления.		
Структурирование	Послание – короткая содержательная часть, которая остается в наших собеседниках после того, как процесс общения закончен, краткость и понимание с точки зрения зрителя / слушателя.	
	Аргументы – доводы, то, на чем «держится» послание. Они отвечают на вопрос «почему». Почему ваше послание верно? Почему вы считаете это важным? Почему вы это утверждаете?	
	Основание – принципиальные, мировоззренческие взгляды оратора. Его «картина мира».	
Преодоление психологических барьеров при публичном выступлении, вовлечение аудитории к активному слушанию.		
Итого		

* Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критериев, 1 балл – полное выполнение критерия, максимальное количество баллов – 5.

ПРИЛОЖЕНИЕ Н

Матрица подготовки и оценки рекламно-пропагандистского сообщения

Информация для подготовки

Слоган, обычно предваряющий рекламное обращение, представляет собой одно из основных средств привлечения внимания и интереса целевой аудитории. Его роль особенно возрастает при отсутствии других средств, привлекающих непроизвольное внимание — иллюстраций, цвета и т.п. Вступительная часть, как правило, «расшифровывает» слоган. В случае теле- или радиорекламы эту функцию выполняет вступительная фраза.

Вступительная часть должна быть максимально краткой, но в нее необходимо заложить мотивы личной выгоды клиента, новизны продукта, его уникальности или необычности, доступности.

Информационный блок, называемый еще основным текстом, несет главную нагрузку по углублению интереса потребителя к рекламируемому туристскому продукту, обеспечивает коммуникацию с потенциальным туристом посредством подробной и достоверной информации о туристских услугах, их характеристиках, отличительных особенностях. Он также путем аргументированного изложения выгод, которые ждут клиента в результате приобретения продукта, призван сформировать его желание и побудить к совершению определенных действий.

Справочные сведения включают четкие данные о рекламодателе (фирменное название, товарный знак, адрес, телефоны или другие каналы связи с ним).

Рекламное обращение может завершать **эхофраза**, которая дословно или по смыслу повторяет слоган или основной мотив обращения. Особенно эффективно ее применение, если обращение отличается достаточно большим объемом.

Оценочный лист

Критерии оценки	Балл *
Соответствие структуре рекламного сообщения (слоган, вступительная часть, информационный блок, справочные сведения, эхофраза).	
Наличие идеи-концепции рекламного сообщения (оригинальность).	
Соответствие заявленному мотиву.	
Использование психологических приемов (домысливание, обращение к чувствам аудитории, ассоциации, цвет, шрифт и др.)	
Представление макета визуального оформления рекламного сообщения по формату Инстаграм.	
Итого	

* Оценка производится по сумме набранных баллов за выполнение критериев, 1 балл – полное выполнение критерия, максимальное количество баллов – 5.

ПРИЛОЖЕНИЕ П

Оценочный лист эксперта «Проект»

Дата _____

Фамилия, имя, отчество эксперта _____

Группа _____

№	ФИ	Критерии*					Общая сумма баллов**
		Способ- ность к целе- полаганию	Способ- ность работать с информацией	Способ- ность к планирова- нию	Способ- ность к творческому подходу	Способ- ность к презентации результатов	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

*Способность к целеполаганию – описать проблему организации/персоны, сформулировать цель проекта события/мероприятия

Способность работать с информацией – определить необходимые ресурсы, участников проекта и их должностные обязанности

Способность к планированию – провести отбор и систематизацию необходимых действий для создания события/мероприятия

Способность к творческому подходу – придумать оригинальную идею-концепцию события/мероприятия

Способность к презентации результатов – создать и представить аудитории презентацию проекта в программе PowerPoint

**Примечание: выставляется по 1 баллу за выполнение критерия

ПРИЛОЖЕНИЕ Р

А К Т

внедрения результатов научной разработки в практику

Санкт-Петербург

« 18 » июня 2018 г.

Мы, нижеподписавшиеся, А.И. Волков, директор института экономики и социальных технологий НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, и соискатель кафедры менеджмента и экономики спорта НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург Е.В. Калашникова составили настоящий акт в том, что материалы диссертационной работы соискателя «ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» внедрены в учебно-воспитательный процесс института экономики и социальных технологий (2011-2016 гг.) – авторская программа внеучебной деятельности со студентами – «Клуб любителей футбола», направленный на популяризацию физической культуры и спорта.

ФИО автора внедрения	Наименование научной разработки	Эффект от внедрения
Калашникова Елена Васильевна	«Клуб любителей футбола», объединение студентов, участвующих в активной общественно-значимой деятельности по популяризации футбола, по организации досуга и творческой реализации молодежи.	Программа и отчет о работе «Клуба любителей футбола» Университета им. П.Ф. Лесгафта была представлена экспертному сообществу на Городском конкурсе кураторов академических групп, проводимого под эгидой Комитета по образованию Правительства Санкт-Петербурга в 2013 году, где ей было присуждено первое место, а опыт работы Клуба был предложен для распространения среди вузов города.

Директор Института экономики
и социальных технологий
НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербурга
д.э.н., профессор



А.И. Волков

Ст. преподаватель кафедры
социальных технологий и массовых
коммуникаций в спорте
НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

Калашникова Е.В. Калашникова

Почтовый адрес: Россия, 190121, г. Санкт-Петербург, ул. Декабристов, 35

**Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Р
А К Т**

внедрения результатов научной разработки в практику

Санкт-Петербург

«05» октября 2018 г.

Мы, нижеподписавшиеся, председатель Ассоциации содействия развитию образовательных учреждений физической культуры и спорта Российской Федерации д.п.н., профессор В.А. Таймазов и соискатель кафедры менеджмента и экономики спорта НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург Е.В. Калашникова составили настоящий акт в том, что материалы диссертационной работы соискателя «ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» внедрены в организационно-педагогический процесс Всероссийского слёта студентов-отличников вузов физической культуры в 2015-2017 гг. с целью формирования тематики, целей и задач, структуры и содержания Слёта, как студенческого спортивно-творческого форума.

ФИО автора внедрения	Наименование научной разработки	Эффект от внедрения
Калашникова Елена Васильевна	Программа проведения Всероссийского слёта студентов-отличников вузов физической культуры в 2017 г. «Физкультуру – в массы».	Участники слёта, студенты 11 вузов физической культуры и спорта РФ получили знания и навыки в области пропаганды нравственных ценностей физической культуры и спорта, идей олимпизма; просветительно-образовательной и агитационной работы, основы проведения мастер-классов, публичных дискуссий, организации и проведения спортивных и культурно-массовых мероприятий в рамках агитационно-пропагандистской работы.

Председатель Ассоциации, д.п.н., профессор  В.А. Таймазов

Почтовый адрес: 105122, г. Москва, Восточный административный округ, район Измайлово, бульвар Сиреневый, д. 4

Представитель ФГБОУ ВО НГУ им. П.Ф. Лесгафта,
Санкт-Петербург, ст. преподаватель кафедры
социальных технологий и массовых коммуникаций
в спорте

 Е.В. Калашникова

Почтовый адрес: Россия, 190121, г. Санкт-Петербург, ул. Декабристов, 35

**Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Р
А К Т
внедрения результатов научной разработки в практику**

Санкт-Петербург

« 02 » апреля 2019 г.

Мы, нижеподписавшиеся, С.И. Росенко, зав. кафедрой социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, и соискатель кафедры менеджмента и экономики спорта НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург Е.В. Калашникова составили настоящий акт в том, что материалы диссертационной работы соискателя «ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К АГИТАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» внедрены в учебный процесс подготовки студентов по направлению 49.03.01 Физическая культура в рамках дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта».

ФИО автора внедрения	Наименование научной разработки	Эффект от внедрения
Калашникова Елена Васильевна	Модель формирования у студентов направления подготовки 49.03.01 Физическая культура компетенций агитационно-пропагандистской направленности для осуществления профессиональной деятельности с учетом требований соответствующих профессиональный стандартов.	Применение комплекса интерактивных педагогических технологий в соответствии с блоками формируемых компетенций (ценностно-мировоззренческий, профессионально-коммуникативный, организационно-технологический) обеспечили эффективное овладение компетенциями агитационно-пропагандистской направленности для осуществления деятельности в области популяризации и пропаганды физической культуры и спорта.

Зав. кафедрой социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте НГУ им. П.Ф. Лесгафта, д. соц. н., профессор

С.И. Росенко

Ст. преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербурга

Е.В. Калашникова

