

ISSN 2304-2435



**Вестник
Института экономики и социальных технологий**

**BULLETIN
OF THE INSTITUTE OF ECONOMICS
AND SOCIAL TECHNOLOGIES**

**ПЕТР
ФРАНЦЕВИЧ
ЛЕСГАФТ**

2024/2

ISSN 2304-2435



**Вестник
Института экономики и социальных технологий**

**BULLETIN
OF THE INSTITUTE OF ECONOMICS AND SOCIAL
TECHNOLOGIES**



2024/2

Учредитель и издатель: Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
Founder and publisher: The Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg

Свидетельство о регистрации средства массовой информации: зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, рег. № ПИ № ФС77-49791 от 16.05 2012

Главный редактор: Гришков В.Ф., канд. экон. наук, доцент

Заместители главного редактора: Волков А.И., д-р экон. наук, профессор
Закревская Н.Г., д-р пед. наук, профессор

Редколлегия:

Верзилин Д.Н., д-р экон. наук, профессор

Ермилова В.В., канд. пед. наук, доцент

Пыж В.В., д.полит.н., профессор

Скок Н.С., канд. социол. наук, доцент

Яковлюк А.Н., д-р филол. наук, профессор

Ответственный за выпуск: Комева Е.Ю.

Корректор – Кравцова С.Г.

Верстка – Солдатов И.С.

Адрес издателя и редакции:

190121, НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург (для журнала «Вестник Института экономики и социальных технологий»),

ул. Декабристов, 35, Санкт-Петербург, Россия,

e-mail: vestnik.in-t@bk.ru

Подписано в печать 27.12.2024

Формат А4

Усл. печ. л. 7,2

Тираж 100 экз.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	4
Мальцева С.Г. Патриотическая позиция спортсмена в современных реалиях международного спорта	4
Муртазина Г.Х. Знаковые единицы олимпийской символики	8
Пекшев Д.С., Скок Н.С. Специфика работы спортивного радиожурналиста в современных условиях	12
Щепкина Т.М. Генезис вовлеченности женщин в олимпийские игры	17
СОЦИАЛЬНЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	22
Мальцева С.Г. Спортивная этика в контексте преподавания дисциплины «Профессиональная этика и этикет» в вузах физической культуры	22
Марченко Е.С. Организация консультативной помощи в учреждениях физической культуры и спорта	26
Скок Н.С., Турьянская В.А. Формирование ценностных ориентаций в рамках технологии активного обучения	30
Трусова В.О. Формирование целостного представления студентов направления подготовки «Журналистика» о языковой личности спортивного комментатора	35
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ И СПОРТА	40
Закревская Н.Г., Колева Е.Ю. Критерии эффективности процесса управления корпоративными коммуникациями в спортивной организации	40
Лаврентьев А.В., Теодорович М.В. Исследование отношения представителей волонтерского сообщества к сохранению наследия их добровольческой деятельности	46
Селезнева В.В. Тенденции и статистика мирового туризма. Комплексный анализ	52

CONTENT

LEGAL SUPPORT, PROBLEMS AND TECHNOLOGIES OF PERSONNEL TRAINING IN THE FIELD OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS	4
Maltseva S. G. Patriotic position of an athlete in the modern realities of international sport	4
Murtazina G. H. Iconic units of olympic symbols	8
Pekshev D. S., Skok N. S. The specifics of the work of a sports radio journalist in modern conditions	12
Schepkina T. M. Genesis of women's involvement in the olympic games	17
SOCIAL AND EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS	22
Maltseva S. G. Sports ethics in the context of teaching the discipline «professional ethics and etiquette» in physical education universities	22
Marchenko E. S. Organization of advisory assistance in physical education and sports institutions	26
Skok N.S., Turianskaia V. A. Formation of value orientations within the framework of active learning technology	30
Trusova V. O. Formation of a holistic view of students in the field of journalism about the linguistic personality of a sports commentator	35
ECONOMICS AND MANAGEMENT IN THE FIELD OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS	40
Zakrevskaya N. G., Komeva E. Y. Criteria for the effectiveness of the corporate communications management process in a sports organization	40
Lavrentev A.V., Teodorovich M.V. A study of the attitude of representatives of the volunteer community to the preservation of the heritage of their volunteer activities	46
Selezneva V.V. Global tourism trends and statistics. Comprehensive analysis	52

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

УДК 796.01

ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ СПОРТСМЕНА В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ МЕЖДУНАРОДНОГО СПОРТА

Мальцева Светлана Георгиевна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им.

П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

suncrown@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-1315-7846

Аннотация. В статье рассмотрена одна из ключевых проблем современной спортивной сферы – возможность проявления своей гражданской позиции российскими и белорусскими спортсменами на соревнованиях мирового уровня. Выявлен основной источник данной проблемы, а именно политизация международного спорта. Посредством исторической ретроспективы проанализированы возможности воспитательного компонента в процессе обучения спортсменов как одной из значимых составляющих формирования отношения к патриотизму как важному ценностному ориентиру. Сделан вывод о том, что патриотизм является одной из детерминант профессиональной деятельности спортсмена.

Ключевые слова: патриотизм, международный спорт, политизация спорта, спортсмен.

PATRIOTIC POSITION OF AN ATHLETE IN THE MODERN REALITIES OF INTERNATIONAL SPORT

Maltseva Svetlana Georgievna

Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg

Abstract. The article examines one of the key problems of the modern sports sphere – the possibility of Russian and Belarusian athletes to demonstrate their civic position at world-class competitions. The main source of this problem is identified, namely, the politicization of international sports. Through historical retrospective, the possibilities of the educational component in the process of training athletes are analyzed as one of the most important components of the formation of attitudes towards patriotism as an important value orientation. It is concluded that patriotism is one of the determinants of an athlete's professional activity.

Keywords: patriotism, international sport, politicization of sport, athlete.

Проблема проявления патриотической позиции спортсмена актуализировалась в последние десятилетия в связи с процессом политизации международного спорта и стала остроактуальной в 2022 году. В Российской Федерации, ориентированной на традиционные ценности, патриотизм является одной из основных аксиологических категорий, наряду с жизнью, достоинством, правами и свободами человека и др. «Традиционные ценности - это нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан России, передаваемые от поколения к поколению, лежащие в основе общероссийской гражданской идентичности и единого культурного пространства страны, укрепляющие гражданское единство, нашедшие свое уникальное, самобытное проявление в духовном, историческом и культурном развитии многонационального народа России» [1]. Следует отметить, что нормативно-правовая база, затрагивающая вопросы патриотического воспитания в Российской Федерации, постоянно

совершенствуется и модернизируется (Стратегия развития и воспитания в Российской Федерации до 2025 года от 29 мая 2015 года №996-р; Указ Президента Российской Федерации «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» от 9 ноября 2022 г. № 809).

В общественном восприятии можно столкнуться с узкой трактовкой патриотизма, понимаемого исключительно как любовь к Родине, но в действительности данное понятие гораздо глубже и не может восприниматься только в таком контексте. Патриотизм – сложное, многогранное, трансформирующееся понятие, неоднозначно трактуемое в современном обществе, подверженном постоянным, в том числе геополитическим изменениям и потрясениям. Современные исследователи, в частности, Кетенчиева Е.С. и Облёзов Р.Д. отмечают, что «В последние десять лет все всплески патриотического настроения были связаны с геополитическими или спортивными событиями» [2, с.128].

Патриотизм входит в аксиологическую сферу личности, является компонентом иерархической структуры мотивации и поведения личности. «Совокупность личностно ориентированных и организационно-управленческих социально-культурных условий обеспечивает успешное решение задач целостного педагогического процесса формирования патриотического самосознания молодежи» [3, с.153]. В качестве примера можно привести сферу спорта, в которой значима взаимосвязь физического и морального воспитания, необходимость выработки у человека определенных моральных качеств, позволяющих честно достичь победы, достойно перенести поражение. Сфера спорта позволяет оценивать патриотичность спортсмена также по отношению к членам команды, к тренеру. И любовь к своей стране проявляется через эти отношения.

Воспитательный компонент является одним из основных в процессе формирования патриотизма как ценностного ориентира для личности. Это хорошо понимали в период СССР, когда в процесс спортивно-патриотического воспитания были включены различные средства пропаганды и агитации. В 1920-1930 годы зародилась традиция использования устных средств пропаганды, преимуществом которых было то, что они затрагивали практически все социальные слои населения. В 1922 году начали выходить журнал «Физкультура и спорт» и газета «Советский спорт», которые продолжают выпускаться на территории России до сих пор. Особенными успехами в деле спортивно-патриотического воспитания отмечен период 1930-1940 годов. На экраны выходит ряд художественных («Вратарь», 1936, реж. С.Тимошенко, «Боксеры», 1941, реж. В.Гончуков, «Первая перчатка», 1947, реж. А.Фролов) и документальных фильмов, посвященных спортивной тематике, начинает сниматься киножурнал «Советский спорт» (1946-1987). Также пропаганда шла посредством других видов искусства. Успех всех этих начинаний был развит в последующее время, традиции СССР до сих пор имеют продолжение в отечественном искусстве. Отдельно следует отметить парады физкультурников, проводившиеся в Москве, Ленинграде и других городах. Первый был проведен на Красной площади в 1919 году. Они и сами по себе являлись мощным средством пропаганды, а также нашли отражение в документальной хронике. Традиция их проведения, прерванная в 1954 году, была возобновлена по инициативе главы Международной ассоциации бокса Умара Кремлева, при поддержке президента

Российской Федерации В.В. Путина [4], и в рамках фестиваля «Времена эпохи» в 2024 года парады физкультурников прошли на ВДНХ.

Современные реалии сферы международного спорта заключают в себе ряд глобальных проблем, таких как: коммерциализация, политизация, навязывание гендерного равенства в спорте, проблема значительного разрыва между аксиологической теорией и практикой. В контексте данного исследования необходимо заострить внимание на проблеме политизации спорта, как одном из наиболее ярких негативных факторов. В условиях быстро меняющихся правил международных спортивных соревнований, прежде всего Олимпийских игр, усиления давления и введения санкций по отношению к российским и белорусским спортсменам со стороны международных спортивных организаций, в частности Международного олимпийского комитета (МОК), возникает необходимость постоянного поиска решения проблем соответствия высоким этическим нормам, в том числе стремления выражения своей патриотической позиции и одновременно соблюдения собственных интересов, как для профессиональных спортсменов, так и спортсменов-любителей. Специфика целеполагания в спортивной сфере, способы его реализации (например, учебно-тренировочный процесс), отличительные личностные качества спортсмена, своеобразие спортивной борьбы, взаимоотношения с соперниками – это лишь немногие факторы, формирующие проблемное поле спортивной этики. С учетом того, что одновременно в этот же водоворот событий попадают и другие субъекты спортивной деятельности – тренеры, спортивные журналисты, спортивные дипломаты, организаторы соревнований и др. проблемное поле многократно расширяется.

Принцип политического нейтралитета входит в противоречие с санкциями МОК против России и Беларуси. Спортсменов вынуждают принимать участие в Олимпиаде в нейтральном статусе. Возникает моральная дилемма – соблюдение собственных интересов – материальных, карьерных или осознание себя неотъемлемой частью Родины, проявления своей патриотической позиции. Спортивное сообщество разделилось на два лагеря. Аргументация за выступление – потраченное время, вложенные материальные средства, зачастую подорванное здоровье (спортивные травмы). Аргументация против – спортсмены позиционируются в средствах массовой информации (равно как и сами позиционируют себя) именно как выдающиеся представители своей страны, это люди, за успехами которых болельщики следят именно в силу принадлежности их к определенному городу, определенной стране. Государственные символы Российской Федерации являются неотъемлемой составляющей процесса патриотического воспитания. Поэтому торжественный момент, влияющий на массовое сознание – подъем национального флага под звуки гимна – катарсис для зрителя. Следует отметить и то, что государство также активно поддерживает развитие спорта в целях достижения высших спортивных результатов. Как освещать выступление спортсменов под нейтральным флагом российским журналистам – еще одна серьезная моральная дилемма.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что патриотизм является важной и неотъемлемой частью спортивной сферы, одной из детерминант профессиональной деятельности спортсмена. Как сложная, трансформирующаяся аксиологическая категория он требует ответственного отношения всех участников процесса воспитания и

формирования личности. Проблема актуализируется в связи с событиями последних лет, когда Международный Олимпийский комитет и другие международные спортивные организации используют все возможные (при этом этически не корректные) способы воздействия на Россию.

Список источников

1. Указ Президента Российской Федерации «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» от 9 ноября 2022 г. № 809. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/> (дата обращения: 25.10.2024).
2. Кетенчиева Е. С., Облёзов Р. Д. Соотношение патриотизма и любви к Родине как категорийных понятий // Материалы Всероссийской конференции «Патриотизм в российском обществе» / под ред. М. А. Королевой. Воронеж : АРТПринт, 2022. С. 88–90.
3. Косаченко Е. Ю. Социально-культурные условия формирования патриотического самосознания молодежи // Культура и образование. 2019. № 2 (33). С. 148–155.
4. Путин поручил заняться возрождением спортпарадов на Красной площади // РБК. 2023. 19 декабря. URL: <https://www.rbc.ru/society/19/12/2023/6581f0079a7947c7aee275de> (дата обращения: 30.10.2024).

References

1. (2022), "Decree of the President of the Russian Federation "On Approval of the Fundamentals of State Policy for the Preservation and Strengthening of Traditional Russian Spiritual and Moral Values", dated November 9, No. 809, URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/> (date of access: 10/25/2024).
2. Ketenchieva E. S., Oblezov R. D. (2022), "The Relationship between Patriotism and Love for the Motherland as Categorical Concepts", *Proceedings of the All-Russian Conference "Patriotism in Russian Society"*, Ed. by M. A. Koroleva, Voronezh, ARTPrint, pp. 88–90.
3. Kosachenko E. Yu. (2019), "Socio-cultural Conditions for the Formation of Patriotic Self-Awareness of Young People", *Culture and Education*, No. 2 (33), pp. 148–155.
4. (2023), "Putin ordered to work on the revival of sports parades on Red Square", *RBC*, December 19, URL: <https://www.rbc.ru/society/19/12/2023/6581f0079a7947c7aee275de> (date of access: 10/30/2024).

Информация об авторах

Мальцева Светлана Георгиевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте

УДК 796.032: 141

ЗНАКОВЫЕ ЕДИНИЦЫ ОЛИМПИЙСКОЙ СИМВОЛИКИ

Муртазина Гульсина Хафизовна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
g.murtazina@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0003-3423-7922

Аннотация. В статье рассматриваются основные семиотические единицы Олимпийских игр, таких как эмблема, флаг, гимн, факел, талисманы, являющиеся «фокусом сборки» олимпийского движения. Поскольку Олимпийские Игры являются значимыми для всех государств и народов планеты, то символика является постоянно изменяющейся константой (квадратура круга), соединением традиции и новации.

Ключевые слова: символика, семиотика, олимпийские символы, олимпийские игры.

ICONIC UNITS OF OLYMPIC SYMBOLS

Murtazina Gulsina Hafizovna

Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg
g.murtazina@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0003-3423-7922

Abstract. The article examines the main semiotic units of the Olympic Games, such as the emblem, flag, anthem, torch, mascots, which are the "focus of assembly" of the Olympic movement. Since the Olympic Games are significant for all states and peoples of the planet, the symbolism is a constantly changing constant (the squaring of the circle), a combination of tradition and innovation.

Keywords: symbolism, semiotics, Olympic symbols, Olympic games.

Методы исследования: научный, герменевтический, нарративный, историко-сравнительный, историко-типологический.

Введение. Возникновение и становление символика связаны с развитием древних цивилизаций, возникновением письменного изобразительного языка, его эволюцией в пространстве и времени. Простые геометрические фигуры – круг, крест, треугольник, прямоугольник (квадрат), звезда использовались у разных народов в качестве символов и эмблем, теперь хорошо известных по памятникам, созданным в колыбели человечества в двуречье рек Тигра и Евфрата – шумерским табличкам (4 тыс. до н.э.).

Результаты исследования. Ю.М. Лотман отмечал, что слово «символ» одно из самых многозначных в системе семиотических наук. Именно «простые» символы образуют символическое ядро культуры, а насыщенность ими культурного пространства позволяет судить о «символизирующей или десимволизирующей ориентации культуры в целом» [1, с.191].

В знаковых системах олимпийской символика есть признак конвенциональности, не свойственный иконическим чертам. Так, Соссюр объясняет иконичность знака сходством знака (символа) с тем, что означает знак [2]. Г.Л. Тульчинский определяет символ в предметном поле семиотики как вид знаков и знаковых систем, где символ не имеет «никаких "естественных" отношений со своими значениями, когда связь означающего и означаемого чисто конвенциональна, задается некоей культурной традицией» [3, с.18].

Олимпийская символика, являющаяся собственностью Международного Олимпийского комитета (МОК), включает в себя олимпийский символ (пять колец), олимпийский флаг, олимпийский девиз, олимпийскую эмблему, олимпийский гимн, олимпийский огонь, олимпийские факелы, олимпийские обозначения (знаки) [4].

В предмете нашего исследования такой символ как олимпийские кольца можно объяснить конвенциональным сходством с тем, что знак обозначает (например, континенты). Символика олимпийских игр, как и все символические знаки, с одной стороны «отягощена» архаикой времени, с другой динамично преодолевает пространственные, временные и каузальные границы бытия. В Шумере, на переломе III - II тысячелетия до н.э. в городе Ниппуре учреждаются первые из известных спортивных игр, посвященные герою «начала начал» Бильгамешу (Гильгамешу). Все календари мира происходят из Ниппурского календаря. Здесь впервые структурировали Время. Спортивные игры приходились по современным подсчетам на конец лета, в июле-августе и заключались в борьбе и атлетических соревнованиях. При свете факелов спортсмены из числа наиболее сильных мужей города шествовали перед статуей легендарного Бильгамеша (полубога), сына богини Нинсун и правителя Урука по имени Лугальбанда. Игры длились девять дней и заканчивались обязательным ритуальным посещением могил предков, подчеркивая незыблемую связь поколений народа «черноголовых» [5]. «Протоолимпийские» игры древних шумер позволяют, вслед за С. Н. Крамером, смело утверждать, что спортивная история также начинается в Шумере.

Античные олимпийские игры греков инсталлированы в 776г. до н.э. и продолжались один день. Первые Олимпийские Игры, спустя полторы тысячи лет после запрета 394 года н.э. были возрождены французом Пьером де Кубертенем. Он предложил олимпийский символ - пять переплетенных колец, олимпийский флаг, текст клятвы атлетов, им была написана знаменитая «Ода спорту». Кубертену принадлежала идея зажжения олимпийского огня в Олимпии с доставкой эстафеты в город проведения Игр. Один из символов Игр - флаг, белый фон которого олицетворяет идею дружбы, пять переплетенных колец - единство спортсменов пяти континентов. Огонь, клятва от имени спортсменов и арбитров, девиз, гимн, талисманы, часто выступающие в качестве персонажей мифов и легенд стран, принимающих олимпиады, тысячи белых голубей, пиктограммы, церемонии открытия и закрытия составляют мощный инструментарий суггестии этого незабываемого спортивного зрелища.

Во время олимпийских игр страна, принимающая состязания, вносит неповторимый национальный колорит, связанный с интерпретацией символических единиц, опирающийся на местные традиции, обряды, ритуалы. Страница советской, российской олимпийской истории открыта на XXII Олимпийских Играх в Москве (1980 г.). Одним из самых сильных визуальных образов был восьмиметровый медведь талисман «Мишка». По окончании «Оды спорту!» в небо было выпущено 5000 белых голубей, символизирующих мир и дружбу народов. Наряду с визуальными символами использовались аудиальные каналы коммуникации (гимн страны, бой курантов Спасской башни Кремля, песня «Подмосковные вечера»), многократно усиливающие эффект интегрального, синергетического воздействия на аудиторию. Яркая, эмоциональная подача материала оставила незабываемые впечатления у зрителей и

участников состязаний, поставила Олимпиаду в Москве в ряд мировых значимых событий, несмотря на бойкот игр рядом стран.

Глубокий символический след оставили и XXII зимние игры в Сочи в 2014 году. Можно только удивляться роковому совпадению цифр XXII. Талисман Зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи, благодаря новым информационным технологиям, впервые выбирали миллионы россиян по телефону посредством СМС-сообщений и Интернет. Седьмого февраля 2011 года, ровно за 3 года до начала Игр, талисманы были представлены широкой публике. Из 25000 заявок экспертное жюри выбрало 10 идей или направлений, где победителями стали Леопард, Белый мишка, Зайка и 3 идеи - направления паралимпийских талисманов, где победителями стали Лучик и Снежинка. 26 февраля в прямом эфире Первого канала телевидения россияне демократическим путем выбирали официальные талисманы зимних Олимпийских игр 2014 года. Паралимпийские талисманы определили чемпионы-паралимпийцы.

Еще один важный символ - Олимпийский огонь, символизирующий культурную трансмиссию, передачу светоча знаний, информации во времени и пространстве от поколения к поколению спортсменов, тренеров, зрителей и болельщиков [6, с.62]. Современный ритуал зажжения Олимпийского огня включает использование новых технологий, неизвестных в древности: огонь, зажженный в Олимпии от солнца с помощью параболических зеркал, фокусирующих лучи солнца, безусловно, новация. Транспортировка огня к месту проведения Олимпийских игр осуществляется современными техническими средствами и транслируется масс-медиа в глобальном мировом масштабе.

Всемирные эстафеты олимпийского огня по типу афинских (2004г.) и пекинских (2008г.) в настоящее время не рекомендуются МОК, но не сходят с экранов телевизоров и мониторов зрителей всех стран мира благодаря сети Интернет. Мы видим образ огня, как виртуализацию и становление новой символической реальности в эпоху цифровой конвергенции олимпийцев и олимпиоников в современном глобальном, дигитальном (цифровом) обществе, где спорт служит делу мира, искреннего взаимопонимания и прогресса этносов и суперэтносов гиперэтноса планеты Земля.

Культурологи понимают символ не только как способ передачи смысла в искусственных языках науки (например, химические или математические символы), но и как выражение глубинного, сокровенного или сакрального смысла в культуре/цивилизации. Парижские летние олимпийские игры 2024 года, где на церемонии открытия, по версии традиционалистов, была представлена аллегория библейской сцены «Тайная вечеря», внесли определенный «макроновый» диссонанс в спортивное празднование. Необычное зачехленное герменевтическое зрелище представлял факелonosец, лицо которого было скрыто капюшоном. В полутьме он пронесся на железном коне с развевающимся за спиной олимпийским флагом, который позже, по нелепой случайности или продуманному конспирологическому сценарному плану, подняли в перевернутом виде.

Еще одно новшество. Символ современных игр - олимпийский девиз, звучащий как «Быстрее, выше, сильнее», объединяющий с конца XIX века мировую спортивную общественность, был трансформирован в «Быстрее, выше, сильнее - вместе». Это пример изменчивости олимпийской символики и является, на наш взгляд, избыточным. И так

понятно, что спорт объединяет. Западная цивилизация, как известно, базируется на индивидуализме, в отличие от евразийской соборности. Можно предположить, что слово «вместе», как символ объединения, является актуальным лингвистическим апокалиптическим дополнением.

Выводы. Таким образом, с точки зрения семиотического подхода, можно говорить о светотени трансформации конвенциональной олимпийской символики и расширении смысловой знаковой структуры. Фундаментальные, традиционные платоновы идеи Зевса-Геракла-Кубертена сменяют мрачные мыслеформы (женский бокс, штанга, гендерная неразбериха) современных спортивных единоборств, препарированные аксиологическим скальпелем, и чреватые потерей ценностных ориентиров в современном олимпийском движении.

Список источников

1. Лотман Ю. М. Избранные статьи в трех томах. Том I. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин : Изд-во «Александра», 1992. 472 с.
2. Соссюр Ф. де. Заметки по общей лингвистике : пер. с фр. Москва : Издательская группа «Прогресс», 2001. 280 с.
3. Тульчинский Г. Л. К проблеме смысла в социальной семиотике: глубокая семиотика как концептуальное расширение социальной семиотики // Слово.ру: балтийский акцент. Калининград, 2018. Т. 9, № 4. С. 15–26.
4. Olympic Charter International Olympic Committee. July 2024. URL: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/IOC-Publications/EN-Olympic-Charter.pdf> (дата обращения: 11.11.2024).
5. Емельянов В. В. «Олимпиада» Гильгамеша (источники и история вопроса) // Иудаика и арамеистика : сб. науч. статей на основе материалов Третьей ежегодной конференции по иудаике и востоковедению. Санкт-Петербург, 2014. С. 278–298.
6. Муртазина Г. Х. Эстафета Олимпийского огня как пиар акция // Современные информационно-коммуникационные и коммуникативные технологии в глобальном мире: вызовы и возможности : сб. науч. статей по материалам междунар. научно-практ. конф. (20-22 октября 2016 г.). Симферополь, 2017. С. 61–65.

References

1. Lotman Y. M. (1992), "Selected articles in three volumes", Volume I, Articles on semiotics and topology of culture, Tallinn, Publishing House "Alexandra," 472 p.
2. Saussure F. de (2001), "Notes on general linguistics", Translation from fr., Moscow, Publishing group "Progress," 280 p.
3. Tulchinsky G. L. (2018), "To the problem of meaning in social semiotics: deep semiotics as a conceptual extension of social semiotics", *Word.ru: Baltic accent*, Kaliningrad, V. 9, No 4, pp. 15–26.
4. (2024), "Olympic Charter International Olympic Committee", URL: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/IOC-Publications/EN-Olympic-Charter.pdf>.
5. Emelyanov V. V. (2014), "'Olympics' Gilgamesh (Sources and history of the issue)", *Judaica and Aramaic*, Sat. scientific. articles based on materials from the Third Annual Conference on Jewish and Oriental Studies, St. Petersburg, pp. 278–298.
6. Murtazina G. Kh. (2017), "Olympic torch relay as a PR campaign", *Modern information and communication and communication technologies in the global world: challenges and opportunities*, October 20-22, 2016, Sat. scientific. articles based on materials of international scientific and practical conf., Simferopol, pp. 61–65.

Информация об авторе:

Муртазина Гульсина Хафизовна – кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

УДК 654.19

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ СПОРТИВНОГО РАДИОЖУРНАЛИСТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Пекшев Данила Сергеевич¹, Скок Наталья Сергеевна²

^{1,2}Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

¹danila.pekshev@mail.ru, ORCID: 0009-0005-0662-0256

²n.skok@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0002-4121-836X

Аннотация. Статья посвящена особенностям работы спортивного журналиста на современных радиостанциях. В тексте автором были проанализированы цели работы спортивного радиожурналиста, используемые способы и формы преподнесения информации аудитории, особенности журналистской этики, а также тонкости работы радиожурналиста и главные отличия его деятельности от деятельности своих коллег в печатных и телевизионных СМИ. В конце был сделан вывод о важности работы радиостанций и спортивного радиожурналиста в рамках редакции радио.

Ключевые слова: радиовещание, журналист, радиостанция, репортаж, спорт, соревнование, слушатель.

THE SPECIFICS OF THE WORK OF A SPORTS RADIO JOURNALIST IN MODERN CONDITIONS

Pekshev Danila Sergeevich¹, Skok Natalia Sergeevna²

^{1,2}Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg

¹danila.pekshev@mail.ru, ORCID: 0009-0005-0662-0256

²n.skok@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0002-4121-836X

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of the work of a sports journalist on modern radio stations. In the text, the author analyzed the goals of the work of a sports radio journalist, the methods and forms used to present information to the audience, the features of journalistic ethics, as well as the subtleties of the work of a radio journalist and the main differences between his activities and those of his colleagues in print and television media. In the end, a conclusion was made about the importance of the work of radio stations and a sports radio journalist within the editorial staff of the radio.

Keywords: Broadcasting, journalist, radio station, reportage, sports, competition, listener.

Введение. В настоящее время в нашей стране вопросы физической культуры, духовного здоровья человека, здорового образа жизни приобретают особое значение. Они являются ценностью современного молодого человека, активно пропагандируются и популяризируются. Внимание к развитию спорта в нашей стране было и остаётся значительным по сей день, его популяризация увеличивается. В разные периоды истории такие крупные турниры, как Олимпиада в 1980, хоккейная суперсерия СССР – Канада 1972-го, Олимпийские игры в Сочи в 2014-м и Чемпионат Мира по футболу в 2018-м, прошедшие в нашей стране, собрали у радиоприёмников и телевизоров огромную аудиторию и доказали высокую заинтересованность людей в абсолютно разных видах спорта. По данным исследовательской компании «TNS Россия», ныне «Mediascope», на главных федеральных каналах страны олимпийские трансляции, церемонии открытия и закрытия, дневники и тематические программы посмотрело 93,5% российской

измеряемой аудитории, что составляет 63 миллиона 758 тысяч зрителей [1]. Сегодня в связи с ограничениями выступлений наших спортсменов на международной арене интерес к состязаниям мирового уровня стал снижаться, но зарубежные спортивные события актуальны и интересны современному слушателю. Сегодня зрители слушают о зарубежном и международном спорте, смотрят его, даже если там не участвуют российские спортсмены.

Цель исследования: изучить специфику работы спортивного журналиста на радио в современных условиях.

Результаты исследования. Спорт – это обсуждаемое и сложное социальное явление, играющее важную роль во многих сферах общественной жизни. Это вид коммуникации, который возник для реализации многих потребностей – духовных, биологических, финансовых, информационных. Многогранность, наличие разных сторон, аспектов и проблем делают спорт привлекательным для освещения представителями СМИ. Е.А. Войтик даёт следующее определение массовой спортивной коммуникации: «Информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями и т.п.), основанное на производстве, распространении и потреблении спортивной массовой информации» [2]. Иными словами, информация о спорте разнообразна: спорт как соревнования, как вид досуга, как бизнес, как образ жизни, как причина становления личности, преодоления себя и т. п.

Спортивная журналистика при широком рассмотрении включает в себя теоретико-методологический анализ состояния общественных процессов, касающихся физической культуры и спорта. Технология выполнения журналистских функций в спортивной журналистике включает в себя написание отчётов на спортивные темы и проведённых соревнований [3]. Спорт привлекает чёткими правилами, неожиданными результатами, азартом, открытостью, честной игрой. Благодаря тому, что существует множество видов спорта, а график спортивных соревнований очень плотный и регулярный, спорт выступает источником свежей информации, что отвечает стремлению СМИ к актуальности предоставляемой информации.

В современном обществе журналистика является одним из важнейших составляющих коммуникации. Каждое средство массовой информации имеет свою специфику. Опытный журналист должен понимать все своеобразие СМИ, в котором он работает, чувствовать его «подводные камни» и уметь их обходить. Для радиожурналиста это особенно важно. У него существует лишь один инструмент – его голос. И с его помощью журналист должен не только привлечь себе аудиторию, но и удержать ее на протяжении всего эфира, а возможно, и заставить включить радиоприемник и в следующий раз. Это особое искусство, крайне сложное, требующее особой сосредоточенности и высокого профессионализма.

Каждую радиостанцию представляет команда, основу которой составляют журналисты, производящие контент. Аудитория налагает на работников её редакции особую ответственность. Специфика журналистского труда зависит от того, что производимый материал отличается от материала прессы, телевидения, интернета. Использование кроме речи шумов, музыки и других звуков сопряжено с невозможностью

показать что-либо. Отталкиваясь, в первую очередь, от этого решающего фактора, стоит анализировать труд радиожурналиста.

Слова воздействуют на слушателя не только своим смыслом, но и собственной аудиальной образностью. При нынешних скоростях распространения информации, её количества наш слух не всегда может воспринимать в полной мере, что радиокорреспонденты, ведущие выпусков новостей или программ, пытаются нам донести. Да и они сами очень часто пренебрегают красотой речи, звукописью, а предпочитают некий быстрый, отрывистый темп при подаче информации. «Искусство радиорепортера, – писал журналист Ю.А. Летунов, – заключается в том, что он должен в происходящем событии выбрать такой момент или сознательно поставить героя в такую ситуацию, чтобы они раскрылись максимально ярко и полно, а главное – естественно и органично» [4]. Спортивные радиожурналисты не должны ограничиваться хроникой состязаний, они должны отражать спортивную жизнь мира, страны, тщательно анализировать прошедшее событие, изучать и описывать личность спортсмена, «погружаться» в изучаемое и вычленять в нём самое существенное, используя художественные средства.

Также каждый спортивный журналист, должен быть не только в курсе спортивной повестки, но и постоянно совершенствовать свои знания в этой сфере, расширять их. Часто, в зависимости от личных интересов и заинтересованности обычно он специализируется, углубляется в определённый спортивный раздел, вид спорта и ведёт свою журналистскую работу в его рамках.

Основной целью работы современного спортивного радиожурналиста является информирование аудитории и представление её в интересной форме. Журналист должен изучать историю спортивного явления или события, искать интересные детали, а не просто полагаться на информацию, которую он получил из пресс-релиза, в спортивном штабе, команде или от информационного агентства. Следует учитывать, что иногда игроки, тренеры, руководство спортивной команды скрывают реальные данные, факты, подробности о процессе тренировок, подготовок к соревнованиям и так далее, не желая эту информацию распространять в СМИ.

Спортивные радиожурналисты, как и все остальные, должны соблюдать журналистскую этику. В спорте важно учитывать возможные конфликты интересов и вкусов, которые часто возникают у различных команд, сборных, их болельщиков. Радиожурналист должен всегда оставаться нейтрален и не проявлять симпатию к одной из сторон. Радиожурналисты не могут поддаваться давлению со стороны коммерческих организаций, недовольных слушателей, чтобы всегда оставаться объективными. Также, можно привести массу примеров, когда чувство материального благополучия доминирует над честной и беспристрастной работой. Преступив эту черту, спортивный радиожурналист может потерять свой рейтинг, репутацию и работу.

Спортивную информацию радиожурналист может преподносить в разных формах. В первом случае она становится частью выпусков новостей. Подготовка текстов к выпускам новостей о спорте с точки зрения методики и общих правил практически ничем не отличается от подготовки новостей на иные темы. Стоит обратить внимание на использование цифровой статистики. Не стоит полноценно озвучивать каждый результат до долей секунды или переполнять своё сообщение цифровыми сведениями.

Они должны лишь уточнять и детализировать полученную информацию, а не усложнять восприятие слушателю [5].

Что касается прямого радиорепортажа о каком-то спортивном событии, то здесь стоит учитывать, что слушатель не видит сам соревновательный процесс. Поэтому обязательно нужно помнить о необходимости описания картины места или обстановки спортивного события, уделять внимание мелким деталям, а также излишне не отвлекаться на рассказ о сторонних фактах, а постоянно описывать, что прямо сейчас происходит, как развиваются события, а также напоминать слушателю, сколько осталось времени, какой счёт, кто выигрывает и так далее. Если репортаж выходит в записи, то здесь журналисту нужно ещё и грамотно его смонтировать. В радиожурналистах сегодня очень ценится универсальность. Он должен уметь самостоятельно разработать текст для репортажа, его записать на месте события, после смонтировать, учитывая все требования, и выдать в эфир.

В обязанности радиожурналиста, ведущего тематическую спортивную радиопрограмму, входит разработка сценария для передачи, нахождение интересных и актуальных тем для выпусков, разговор со слушателем, подготовка аналитических материалов, комментариев, проведение интервью в студии с приглашёнными гостями. Выпуск целой передачи – это не такой лёгкий процесс, особенно, если она выходит в прямом эфире. Подготовка к ней требует от журналиста затраты огромных сил и выдержки [6].

Одна из самых основных ступеней при выполнении своих обязанностей для спортивного радиожурналиста – это выбор темы. Здесь играет важную роль множество факторов: концепция и направленность СМИ, актуальные важные события, сотрудничество со сторонними организациями, которые также дают свою спортивную повестку, редакционное задание. Ещё очень значимы для определения темы личные наблюдения спортивного журналиста. Профессионал своего дела всегда знает примерное расписание будущих состязаний, околоспортивных событий, а также важных дат, которые стоит осветить.

Выводы. На фактор активной популяризации спорта всегда должным образом влияют спортивные СМИ, которые являются связующим каналом между спортивным миром и людьми: помогают быть в курсе всех спортивных новостей, наблюдать за спортивными соревнованиями из любой точки мира, а также анализировать их. В числе ведущих спортивных медиа находятся и радиостанции, которые сегодня занимают заметную нишу в мире спортивной журналистики. Они освещают разные спортивные события, в том числе и зарубежные, в своём эфире в различных формах.

Сегодня радиовещание выступает одним из важнейших организующих факторов в развитии спортивной коммуникации. Это проявляется в решении важных информационных, социальных, финансовых вопросов. Самый главный – стабильная подача полезной спортивной информации в интересной форме. Это может быть прямая трансляция крупного матча, специальный репортаж об игроке или спортсмене, аналитическая программа в студии с экспертами или обычный трёхминутный выпуск новостей о последних спортивных событиях.

Основной целью работы современного спортивного радиожурналиста является информирование аудитории и представление её в интересной форме. Радиожурналист

должен всегда оставаться нейтрален и не проявлять симпатию к одной из сторон. Радиожурналисты не могут поддаваться давлению со стороны коммерческих организаций, недовольных слушателей, чтобы всегда оставаться объективными. Обязательно нужно помнить о необходимости описания картины места или обстановки спортивного события, уделять внимание мелким деталям, а также не отвлекаться на рассказ о сторонних фактах, а постоянно описывать, что прямо сейчас происходит, как развиваются события, напоминать слушателю, сколько осталось времени, какой счёт, кто выигрывает и так далее. Одной из интересных и распространённых форм подачи контента на радио являются авторские тематические радиопередачи, построенные на основе обсуждения, анализа, обзора определённой актуальной спортивной темы.

Список источников

1. Войтик Е. А. Медиапространство спортивной коммуникации: концептуальный подход в понимании сущности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 235–247.
2. Григорова Л. В. Радиорепортаж в программах местного вещания : дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2007. 59 с.
3. Смирнов В. В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм. Москва : Аспект Пресс, 2002. 153 с.
4. Спиридонова Г. В. Радио в глобальной медиаконкуренции // Всероссийский журнал научных публикаций. 2013. № 2. С. 22–24.
5. Сухарева В. А., Аллахвердова А. А. Радио: музыкальное, новостное, общественное. Москва : Фонд независимого радиовещания, 2001. 126 с.
6. Телевизионные рекорды сочинской олимпиады. Москва : Медиапрофи, 2014. URL: <https://mediaprofi.org/media-info/news/item/1541-recordyy> (дата обращения: 18.12.2024).

References

1. Voitik E. A. (2014), "Media space of sports communication: a conceptual approach to understanding the essence", *Bulletin of St. Petersburg University, Series 9. Philology. Oriental studies. Journalism*, Issue 1, pp. 235–247.
2. Grigorova L. V. (2007), "Radio reporting in local broadcasting programs", Diss. Cand. Philological Sciences, Rostov-on-Don, 59 p.
3. Smirnov V. V. (2002), "Broadcasting forms: Functions, typology, structure of radio programs", Moscow, 153 p.
4. Spiridonova G. V. (2013), "Radio in global media competition", *All-Russian journal of scientific publications*, No. 2, pp. 22–24.
5. Sukhareva V. A., Allakhverdova A. A. (2001), "Radio: music, news, public", Moscow, Independent Radio Broadcasting Fund, 126 p.
6. (2014), "Television records of the Sochi Olympics", Moscow, Mediaprofi, URL: <https://mediaprofi.org/media-info/news/item/1541-recordyy> (date of access: 12/18/2024).

Информация об авторах:

Пекшев Данила Сергеевич – магистрант (42.04.02 Журналистика).

Скок Наталья Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

УДК 796.032

ГЕНЕЗИС ВОВЛЕЧЕННОСТИ ЖЕНЩИН В ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ

Щепкина Татьяна Михайловна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
t.schepkina@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0003-4558-5997

Аннотация. В статье рассмотрен генезис участия женщин в спортивных мероприятиях на примере Олимпийских игр, изучение которого, в свою очередь, может стать фактором преодоления данных стереотипов и повышения интереса женщин к занятиям физической активностью и спортом.

Ключевые слова: участие, Олимпийские игры, женщины, соревнования.

GENESIS OF WOMEN'S INVOLVEMENT IN THE OLYMPIC GAMES

Schepkina Tatyana Mikhailovna

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg
t.schepkina@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0003-4558-5997

Abstract. The article examines the genesis of women's participation in sports events using the Olympic Games as an example, the study of which, in turn, can become a factor in overcoming these stereotypes and increasing women's interest in physical activity and sports.

Keywords: participation, Olympic Games, women, competitions.

Введение. Олимпийские игры — это одно из самых крупнейших и привлекательных спортивных соревнований в мире. Их история началась еще в 776 году до нашей эры в Древней Греции. Мероприятие было исключительно мужским, где только они могли соревноваться и показывать свои спортивные навыки. Позже и женщины начали проявлять интерес к спорту и желание участвовать в Олимпийских играх. Это вызвало много споров и негодования, так как участие женщин в спортивных мероприятиях была необычной и непривычной для консервативного общества. Многие считали, что женщины не обладают достаточной физической силой и выносливостью для участия в таких соревнованиях.

Цель исследования: рассмотреть генезис участия женщин в спортивных мероприятиях на примере Олимпийских игр от начального этапа и до наших дней

Задачи исследования:

1. Проанализировать исторический аспект участия женщин в Олимпийских играх;
2. Выявить на основе исторических данных современные тенденции и противоречия женского спорта;
3. Обосновать пути решения сложившихся противоречий.

Результаты исследования. Олимпийские игры — это крупнейшее спортивное событие в мире. Их история началась еще в 776 году до нашей эры в Древней Греции. Мероприятие было исключительно мужским, только мужчины могли соревноваться и показывать свои спортивные навыки. Тем не менее женщины и девушки также занимались своей физической подготовкой и имели собственные соревнования. Как

описывается в учебнике «История физической культуры и спорта» доктор педагогических наук, профессора Н.Ю. Мельниковой, В Спарте большое внимание уделялось физическому воспитанию как юношей, так и девушек [1]. Историки того времени свидетельствовали, что девушкам не полагалось вести праздный образ жизни и для укрепления тела им положено было бегать, бороться, метать диск, копье и т.д., все это было направлено на рождение здоровых и сильных детей в будущем.

Тем не менее любые попытки женщин принять участие в Олимпийских Играх вызвали много споров и негодования, так как участие женщин в спортивных мероприятиях было необычным и непривычным для консервативного патриархального общества. В отличие олимпийских, в Древней Греции проводились специальные соревнования в честь богини Геры, известной как Героиды. Эти игры проходили в Олимпии и предназначались только для незамужних женщин [2].

Первая попытка организовать женские соревнования на Олимпийских играх состоялась в Париже в 1900 году. Тогда Элен де Пурталес из Швейцарии стала первой женщиной, участвовавшей в Олимпийских играх, и первой олимпийской чемпионкой среди женщин в составе экипажа швейцарской лодки Лерина в классе 1-2 тонны. Через 2 месяца британка Шарлотта Купер стала первой женщиной-индивидуальной олимпийской чемпионкой по теннису. После этого женщины постепенно начали принимать участие в других видах спорта.

Настоящий прорыв в женском участии на Олимпийских играх произошел только в 1928 году на играх в Амстердаме. На этих играх женщины впервые могли участвовать в соревнованиях по легкой атлетике и гимнастике. Следующие женские Игры прошли в Праге. Программа включала уже не только легкую атлетику, а также баскетбол и гандбол. Успех этих Игр заставил МОК изменить свое решение, и женская легкая атлетика все-таки попала в Олимпийские игры 1932 г.

Это стало важным шагом для женского спорта и открыло двери для дальнейшего развития. На протяжении XX века количество женщин-участниц Олимпийских Игр росло. В Олимпийской хартии, в разделе Роль МОК, содержится следующее положение: МОК «способствует продвижению женщин в спорте на всех уровнях и во всех структурах с целью строго соблюдения принципа равенства мужчин и женщин» [3].

В дальнейшем, во второй половине 20го века стали решаться и вопросы допуска женщин к руководящим должностям в сфере спорта. Значительным шагом в этом стала Брайтонская Декларация «Женщины и спорт» (1994 г.), принятая конференцией в Брайтоне (Великобритания), организованная Британским спортивным советом при поддержке МОК. В качестве важнейшей задачи международного спортивного движения формулировалось искоренение всех форм дискриминации женщин и привлечение их к участию в руководстве спортивными организациями на разных уровнях и в любых должностях. Позже была образована «Комиссия МОК по вопросам женщин и спорта» (2004 г.) и борьба за гендерное равенство стала важной задачей Международного олимпийского комитета. Это объясняется, в первую очередь благоприятными политическими и социальными условиями, сложившимися в мире, активной позицией руководства МОК. В частности, МОК совместно с ООН провел ряд международных конференций и спонсировал проекты, посвященные гендерному равенству и подготовке молодых женщин - спортивных лидеров [4].

В 2012 году на Играх в Лондоне, в программе летней Олимпиаде, женщины дебютировали в женском боксе. С тех пор, женщин на Играх стало больше и с каждым Олимпийскими играми процент возрастает. Для сравнения в Атланте-1996 среди участников было 34% женщин, а на Играх в Токио представительство выросло до 48,8% – это рекорд. [5]. На Олимпийских играх 2024 года в Париже впервые в истории было достигнуто полное гендерное равенство среди участников: 50% спортсменов составляли женщины, а 50% — мужчины. В настоящее время Международный олимпийский комитет (МОК) стремится поддерживать этот баланс, не планируя увеличивать долю женщин выше 50%. Основная цель — обеспечить равные возможности для всех спортсменов, независимо от пола. Казалось бы, равенство достигнуто, но следует обратить внимание на заявление Президента МОК Томаса Баха о том, что Корею участвовали «только» 43 % женщин, в Токио будут участвовать 48,8% и есть необходимость *«дотянуть до 50 процентов»*, что намекает на формальное отношение руководства МОК. участие женщин в Олимпийских играх. На «искусственный характер» представительства женщин в федерации обратил внимание Бывший президент Международной федерации фехтования (FIE) Алишер Усманов, выступая на Конгрессе федерации в декабре 2018 года в Париже.

Участие женщин в Олимпийских играх стало мощным сигналом для всего мира и символом равенства и инклюзии. Это позволило женщинам проявить свои спортивные таланты и развиваться в данной сфере, а также повлияло на изменение отношения общества к здоровому образу жизни и спорту среди женщин.

Однако, несмотря на значительные достижения в этой области, все еще существуют определенные проблемы. Присутствие женщин в руководстве национальными и международными спортивными организациями, бесспорно, является задачей, решение которой требует значительных усилий международной спортивной общественности [6]. Несмотря на принимаемые Международным олимпийским комитетом меры, проблема рискует стать некоей «формальностью», которую необходимо решить, как можно быстрее и без видимых потерь. Ради соблюдения гендерного равенства, на Олимпиаде – 2020, Международный Олимпийский комитет скорректировал программу по тяжелой атлетике у мужчин, убрав одну весовую категорию, которых теперь стало семь, столько же, сколько у женщин. Удовлетворяет ли это мужчин-спортсменов, отвечает ли их интересам? Не стоит ли сначала учитывать необходимость такого действия, а именно проводить исследования по процентному соотношению мужского и женского, того равно ли количество спортсменов занимается в данный момент данным видом спорта.

При этом, в некоторых странах женщины до сих пор сталкиваются с дискриминацией и ограничениями в доступе не только к руководству в спортивной сфере, но и к участию в спортивной деятельности в целом. Также несмотря на кажущееся равноправие, все еще остаются нерешенными проблемы равной оплаты труда спортсменам и спортсменкам, равного освещения женского и мужского спорта в СМИ, понимания того, что гендерные проблемы присутствуют только в спорте высших достижений, а на более низких уровнях ничего подобного не существует и т.д. Важно понимать, что для эффективного взаимодействия женщин и мужчин в сфере спорта, необходимо не только и не столько внимание к угнетенному положению самих женщин

и необходимость срочно решить эту проблему, сколько перенести внимание на концепцию полов, признания необходимости переоценки всей структуры общества и всего комплекса отношений между женщинами и мужчинами как гендерных. Подход как к женщинам, так и мужчинам с учетом их половых и гендерных особенностей, социальных норм, стереотипов, статусов и т.д. позволит не просто «формально» решить проблему наличия или отсутствия достаточного количества женщин в спорте, но даст возможность глубинно сбалансировать интересы и потребности обоих полов и, соответственно, добиться больших результатов.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что женское участие в Олимпийских играх прошло путь от полного исключения до достижения гендерного равенства в 2024 году. Однако формальный подход к достижению 50% участия женщин требует переосмысления для реального улучшения условий женского спорта. Также, современные Олимпийские игры демонстрируют увеличение участия женщин, но сохраняются проблемы, связанные с доступом к руководящим позициям, объективизацией спортсменок и недостаточным вниманием к физиологическим особенностям женщин. Для решения сложившихся противоречий необходимо продолжать бороться за равные возможности для женщин в спорте, в том числе через усиление пропаганды женского спорта, увеличение финансирования и поддержки женских команд и спортсменок, а также изменение стереотипов о женском спорте в обществе.

Список источников

1. Мельникова Н. Ю., Трескин А. В. История физической культуры и спорта. 2-е изд. Москва : Спорт, 2017. 431 с. : ил. ISBN 978-5-906839-97-8.
2. Платонов В. Программа олимпийских игр: история становления и современное состояние, противоречия и перспективы // Наука в олимпийском спорте. 2013. № 4. С. 60–70.
3. Олимпийская хартия // OLYMPTEKA. URL: <https://olympdeka.ru/olymp/ioc/document/2.html> (дата обращения: 29.01.2024).
4. Официальный сайт ООН. Доклад Всемирной конференции для обзора и оценки достижений Десятилетия женщины Организации Объединённых Наций: равенство, развитие и мир, Найроби, 15-26 июля 1985 года, глава I, раздел А. URL: <https://www.un.org/ru> (дата обращения: 20.10.2024).
5. В Атланте-1996 среди участников было 34% женщин, а на Играх в Токио представительство выросло до 48,8% – это рекорд // Новостной портал Sports.ru. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/interval/2937028.html> (дата обращения: 19.10.2024).
6. Женщины в олимпийской программе. URL: <http://lib.sportedu.ru/press/sfa/1997N3-4/p22-41.htm> (дата обращения: 29.10.2024).

References

1. Melnikova N. Yu., Treskin A. V. (2017), “History of physical culture and sports”, 2nd ed., Moscow, Sport, 431 p.
2. Platonov V. T. (2013), “Olympic Games Program: History of Formation and Current State, Contradictions and Prospects”, *Science in Olympic Sports*, No 4, pp. 60–70.
3. The Olympic Charter// OLYMPTEKA. URL: <https://olympdeka.ru/olymp/ioc/document/2.html> (date of access: 01/29/2024).
4. (1985), “Report of the World Conference to Review and Appraise the Achievements of the United Nations Decade for Women: Equality, Development and Peace”, Nairobi, 15-26 July 1985, Chapter I, Section A), *Official website of the UN*, URL: <https://www.un.org/ru>.

5. “In Atlanta-1996, 34% of the participants were women, and at the Games in Tokyo, their representation increased to 48.8% – a record”, *News portal Sports.ru*, URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/interval/2937028.html>.

6. “Women in the Olympic Program”, URL: <http://lib.sportedu.ru/press/sfa/1997N3-4/p22-41.htm> (date of access: 29.01.2024).

Информация об авторе:

Щепкина Татьяна Михайловна – магистрант (49.04.01 Физическая культура).

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

УДК 796.011.5

**СПОРТИВНАЯ ЭТИКА В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ» В ВУЗАХ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ**

Мальцева Светлана Георгиевна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им.

П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

suncrown@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-1315-7846

Аннотация. В статье проанализировано и обосновано значение спортивной этики как важного компонента дисциплины «Профессиональная этика и этикет» изучаемой студентами, обучающимися в НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург на направлениях 38.03.02 Менеджмент, 41.03.05 Международные отношения, 42.03.02 Журналистика. Охарактеризованы основные проблемы и моральные парадоксы, присущие сфере современного международного спорта. Даны рекомендации по практическому применению полученных знаний и навыков в дальнейшей профессиональной деятельности. Сделан вывод о значимости практического аспекта спортивной этики в процессе подготовки студентов вузов физической культуры.

Ключевые слова: спортивная этика, профессиональная этика и этикет, международный спорт

**SPORTS ETHICS IN THE CONTEXT OF TEACHING THE DISCIPLINE
«PROFESSIONAL ETHICS AND ETIQUETTE» IN PHYSICAL EDUCATION
UNIVERSITIES**

Maltseva Svetlana Georgievna

Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg

suncrown@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-1315-7846

Abstract. The article analyzes and substantiates the importance of sports ethics as an important component of the discipline "Professional Ethics and Etiquette" studied by students studying at NSU named after P.F. Lesgaft, St. Petersburg in the areas of 38.03.02 Management, 41.03.05 International Relations, 42.03.02 Journalism. The main problems and moral paradoxes inherent in the sphere of modern international sports are characterized. Recommendations are given on the practical application of the acquired knowledge and skills in further professional activities. A conclusion is made about the importance of the practical aspect of sports ethics in the process of training students of physical education universities.

Keywords: sports ethics, professional ethics and etiquette, international sports

Введение. Спортивная этика – один из аспектов профессиональной этики, которая является составной частью этики (термин введен древнегреческим философом и ученым Аристотелем, 384 – 322 гг. до н. э.) – проблемной сферы философии, объектами изучения которой являются мораль и различные способы ее обоснования. Спортивная этика изучает и анализирует особенности морали, формулирует моральные принципы и нормы в сфере спортивной деятельности, определяет специфику взаимоотношений между всеми субъектами спортивной деятельности (спортсмены, тренеры, болельщики, члены спортивных организаций и комитетов, организаторы соревнований, спортивные

журналисты и др.) и включает в себя все процессы спортивной деятельности, в том числе тренировочный процесс и процесс организации соревнований. Специфика целеполагания в спортивной сфере, способы его реализации (например, учебно-тренировочный процесс), отличительные личностные качества спортсмена, своеобразие спортивной борьбы, взаимоотношения с соперниками – это лишь немногие факторы, формирующие проблемное поле спортивной этики. Упрощенно, применительно к общественному восприятию, понятие спортивной этики можно сформулировать следующим образом: спортивная этика – это система моральных принципов, норм и аксиологических категорий, регулирующих отношения в сфере спорта.

Именно поэтому можно говорить о том, что спортивная этика – один из важных компонентов дисциплины «Профессиональная этика и этикет», реализуемой в Национальном государственном Университете физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург для студентов 3 курса 38.03.02 Менеджмент, Менеджмент спортивной организации; 41.03.05 Международные отношения, Физическая культура и спорт в системе международных отношений; 42.03.02 Журналистика, Спортивная журналистика.

Результаты исследования. «Спорт никогда не стоял в стороне моральных коллизий и нравственных поисков человека той или иной эпохи» [1, с.39]. Современные реалии международной спортивной сферы, переполненные социально-этическими проблемами и моральными парадоксами, ставят перед профессиональными сообществами, имеющими отношение к сфере спорта сложные вопросы и непростые задачи. Как пример, можно привести события, относящиеся к недавно прошедшей в Париже Олимпиаде-2024. Международный олимпийский комитет, усиливая санкции, разрешил участие российских и белорусских спортсменов только в нейтральном статусе, при этом даже в таком качестве им было запрещено принимать участие в параде спортсменов на Церемонии открытия летних Олимпийских игр 2024 года.

Мнения спортсменов и общества о том, стоит ли участвовать в соревнованиях, в которых не просто нарушаются, а попираются этические нормы и принципы олимпизма разделились. Это не гипотетическая, а реальная моральная дилемма в сфере международного спорта. В данный момент невозможно вычислить единственно правильную позицию. И именно к таким вызовам общества, к таким сложным ситуациям должны быть подготовлены студенты к тому моменту, когда они закончат обучение. Какую позицию и аргументацию для ее отстаивания выбрать, например, спортивному журналисту, освещающему в средствах массовой информации события Олимпиады? Что необходимо принять во внимание, какие источники изучить и проанализировать? Намечить возможные пути поиска ответов на эти вопросы – задача профессорско-преподавательского состава. Более того, и это касается в первую очередь преподавания дисциплины «Профессиональная этика и этикет», необходимо сформировать в будущих специалистах осознание ответственности (в различных ее аспектах) за свои действия в профессиональной сфере.

В качестве иллюстрации многогранности и сложности изучения вышеописанной ситуации, можно просто перечислить примерный спектр позиций, которые подлежат анализу специалиста в области спортивной журналистики (в не меньшей степени и в области спортивной дипломатии или менеджмента спортивной организации): мнение

Международного олимпийского комитета, Олимпийского комитета России, правительств Российской Федерации и Республики Беларусь, глав федераций различных видов спорта, ведущих тренеров, знаменитых спортсменов и тех, кто только собирается участвовать в соревнованиях подобного уровня, спортивных журналистов и комментаторов, общественности и др. Затем изучить мнение ведущих специалистов спортивной сферы других государств. Так освещение правительственной позиции, которая в данном вопросе такова: «Мы исходим из того, что уже несколько раз было сказано президентом: наши спортсмены и соответствующие федерации сами принимают решение об участии в Олимпийских играх» [2], может выявить в числе прочего ее гуманность по отношению к людям, отдавшим время, силы и здоровья спорту высших достижений. Здесь следует учитывать также, что в настоящее время «в профессиональной этике спортсмена очевидно противоречие между ценностями олимпизма и современными профессиональными ценностями спортсмена» [3, с.53].

В то же время яркой, принципиальной, отвечающей интересам сплочения и развития страны, является позиция главы Всероссийской федерации художественной гимнастики И.А. Винер четко обозначила свою позицию: «Это будет позор, если мы туда поедем. Я считаю, что это очень унижительно будет для России. Но российская художественная гимнастика туда точно не поедет, и мы больше никогда не будем выступать без флага и гимна России» [4].

И это только позиции, но без изучения нормативно-правовой базы, проведения ретроспективного анализа организации международных спортивных соревнований, изучения трансформации аксиологической сферы спорта и проч., и проч. также невозможно формирование собственной позиции и, тем более, ее трансляция в массы. При этом, следует учитывать, что «в центре профессиональной этики журналиста стоит конфликт общих и частных интересов, который и формирует моральную дилемму, требующую от профессионала принятия этически оптимального решения. Определение моральных критериев принятия решений в журналистике основано на понимании профессиональных ценностей и знании нормативных правил этики журналиста» [5; с.1134].

Итог участия наших спортсменов представлен сухой статистикой: «Всего в нейтральном статусе в них приняли участие 15 россиян — три велогонщика, одна батутистка, семь теннисистов, три каноиста и один пловец. Удалось завоевать только одну медаль» [6]. Спортивным журналистам предстоит его интерпретировать. При этом журналист, как «рупор эпохи», как человек напрямую влияющий на мнение массовой аудитории должен понимать всю меру ответственности, здесь имеется в виду прежде всего моральная ответственность перед обществом.

Выводы. Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что спортивная этика, является одним из важных компонентов дисциплины «Профессиональная этика и этикет», имеющим неоспоримо большое практическое значение в процессе подготовки студентов вузов физической культуры. Это тот аспект, который поможет в дальнейшей профессиональной деятельности найти точки опоры личностных убеждений, моральные основания формирования этических установок, осознать необходимость глубиной проработки любого рабочего материала, а также собственной позиции и умения сочетать следование собственным принципам с необходимостью постоянной рефлексии.

Список источников

1. Надкевич-Иодко М. С. Спорт как отражение эпохи: этический аспект // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2023. Т. 12, № 9А. С. 38–42.
2. Песков высказался об участии российских спортсменов в Олимпийских играх // РИА Новости. Спорт. 2024. 05 апреля. URL: <https://rsport.ria.ru/20240405/olimpiada-1938147559.html> (дата обращения: 12.04. 2024).
3. Серёгин Б. В. Конфликты ценностей в профессиональной этике спортсмена // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2020. № 4 (36). С. 52–60.
4. Кузьмин А. Позор и унижение. Кто из российских спортсменов отказался ехать на Олимпиаду // Фонтанка.Ру. 2023. 19 декабря. URL: <https://www.fontanka.ru/2023/12/19/73036316/> (дата обращения: 12.09. 2024).
5. Назарова Ю. В., Толкачев Е. А. Профессиональная этика журналиста в контексте конфликта интересов (на основе российского и британского опыта) // Манускрипт. 2021. Том 14, выпуск 6. С. 1134–1137.
6. Как российские спортсмены выступили на Олимпиаде в Париже. Инфографика // РБК. 2024. 09 августа. URL: <https://www.rbc.ru/sport/09/08/2024/66b61ec69a79478a12d25597> (дата обращения: 19.09. 2024).

References

1. Nadkevich-Iodko M. S. (2023), “Sport as a reflection of the era: ethical aspect”, *Context and reflection: philosophy about the world and man*, Vol. 12, No. 9A, pp. 38-42.
2. (2024), “Peskov spoke about the participation of Russian athletes in the Olympic Games”, *RIA Novosti Sport*, April 05, URL: <https://rsport.ria.ru/20240405/olimpiada-1938147559.html> (date of access 12.04. 2024).
3. Seregin B. V. (2020), “Conflicts of values in the professional ethics of an athlete”, *Humanitarian statements of TSPU named after L.N. Tolstoy*, No. 4 (36), pp. 52–60.
4. Kuzmin A. (2023), “Shame and humiliation. Which Russian athletes refused to go to the Olympics”, *Fontanka.Ru*, December 19, URL: <https://www.fontanka.ru/2023/12/19/73036316/> (date of access 09/12/2024).
5. Nazarova Yu. V., Tolkachev E. A. (2021), “Professional ethics of a journalist in the context of a conflict of interest (based on Russian and British experience)”, *Manuscript*, Volume 14, Issue 6, pp. 1134–1137.
6. (2024), “How Russian athletes performed at the Olympics in Paris. Infographics”, *RBC*, 09 August, URL: <https://www.rbc.ru/sport/09/08/2024/66b61ec69a79478a12d25597> (date of access 19.09. 2024).

Информация об авторе:

Мальцева Светлана Георгиевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

УДК 796.07

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНСУЛЬТАТИВНОЙ ПОМОЩИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Марченко Екатерина Семеновна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени
П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

ekaterina_m2001@mail.ru, ORCID: 0009-0007-3920-0375

Аннотация. Статья посвящена организации консультативной помощи в учреждениях физической культуры и спорта, подчеркивая её важность для укрепления здоровья и формирования здорового образа жизни в обществе. В условиях растущего интереса к спорту и фитнесу возрастает необходимость в квалифицированной поддержке различных групп населения. Рассматриваются основные понятия и цели консультативной помощи, включая повышение осведомленности о физической активности, обеспечение безопасности тренировок, индивидуализацию программ и поддержку спортсменов. Описаны различные формы организации консультативной помощи, такие как индивидуальные консультации, групповые семинары, онлайн-консультации и образовательные программы для специалистов. Также акцентируется внимание на роли тренеров, врачей, диетологов и психологов в этом процессе. В статье выделяются существующие проблемы, такие как недостаток финансирования и квалифицированных кадров, а также перспективы развития консультативной помощи через повышение образования специалистов и разработку новых программ. Заключение подчеркивает значимость эффективной работы в данной области для улучшения результатов как профессиональных спортсменов, так и любителей физической активности.

Ключевые слова: консультативная помощь, физическая культура, спорт, здоровый образ жизни, психология.

ORGANIZATION OF ADVISORY ASSISTANCE IN PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS INSTITUTIONS

Marchenko Ekaterina Semenovna

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg

ekaterina_m2001@mail.ru, ORCID: 0009-0007-3920-0375

Abstract. The article is devoted to the organization of advisory assistance in institutions of physical culture and sports, emphasizing its importance for promoting health and creating a healthy lifestyle in society. With growing interest in sports and fitness, the need for qualified support for various groups of the population increases. Reviews basic concepts and goals of counseling, including increasing awareness of physical activity, ensuring exercise safety, individualizing programs, and supporting athletes. Various forms of organizing advisory assistance are described, such as individual consultations, group seminars, online consultations and educational programs for specialists. Attention is also focused on the role of trainers, doctors, nutritionists and psychologists in this process. The article highlights existing problems, such as lack of funding and qualified personnel, as well as prospects for the development of advisory assistance through increasing the education of specialists and developing new programs. The conclusion emphasizes the importance of effective work in this area to improve the results of both professional athletes and amateurs of physical activity.

Keywords: advisory assistance, physical education, sports, healthy lifestyle, psychology.

Введение. Физическая культура и спорт играют важную роль в жизни общества, способствуя укреплению здоровья, повышению уровня физической активности и формированию здорового образа жизни. В условиях современного мира, когда увеличивается интерес к спорту и фитнесу, возрастает необходимость в квалифицированной консультативной помощи для различных групп населения.

Организация такой помощи в учреждениях физической культуры и спорта становится актуальной задачей, требующей системного подхода и профессионализма.

Консультативная помощь в сфере физической культуры и спорта включает в себя предоставление информации, рекомендаций и поддержки по вопросам здоровья, тренировочного процесса, спортивного питания, реабилитации и психологической подготовки. Основными целями консультативной помощи являются:

- Повышение уровня осведомленности населения о важности физической активности.
- Обеспечение безопасных условий для занятий спортом.
- Индивидуализация тренировочных программ с учетом особенностей каждого человека.

- Поддержка спортсменов в период их подготовки и соревнований.

Консультативная помощь (далее - консультация) представляет собой устную консультацию в виде ответов на вопросы, которую предоставляет квалифицированный специалист-консультант, специалист службы, обладающий необходимыми навыками, компетенциями, образованием, в том числе дополнительным профессиональным образованием.

Результаты исследования. Содержание любого вида услуг составляет консультативная помощь получателям услуги. Устная консультация предполагает выбор любого запроса получателем консультации в пределах вопросов образования детей, в рамках психолого-педагогической, методической либо консультативной помощи, и последующие ответы консультанта на вопросы получателя консультации [1].

Классификация консультаций:

- по критерию объекта помощи различают: индивидуальное («один на один» или «лицом к лицу»), групповое и семейное консультирование;
- по критерию возраста дифференцируют работу с детьми и взрослыми.
- по критерию продолжительности консультирование может быть экстренным, краткосрочным и долгосрочным [2].

Организация консультативной помощи может осуществляться через различные формы взаимодействия:

- Индивидуальные консультации

Индивидуальные консультации проводятся с целью более глубокого понимания потребностей клиента. Специалисты могут оценить физическое состояние, уровень подготовки и выработать рекомендации по тренировочному процессу.

- Групповые семинары и тренинги

Групповые мероприятия позволяют охватить большую аудиторию. На таких встречах могут рассматриваться темы спортивного питания, профилактики травм, методики тренировки и другие аспекты.

- Онлайн-консультации

С развитием технологий онлайн-консультации становятся все более популярными. Это позволяет людям получать профессиональные рекомендации независимо от их местоположения.

- Образовательные программы

Создание образовательных программ для тренеров, инструкторов и спортсменов способствует повышению квалификации специалистов и улучшению качества предоставляемых услуг.

Стадии консультирования:

1. Исследование проблем. На этой стадии между клиентом и консультантом устанавливается контакт и обоюдное доверие.

2. Двумерное определение проблем. На этой стадии консультант стремится точно охарактеризовать проблемы клиента, устанавливая, как эмоциональные, так и когнитивные их аспекты.

3. Идентификация альтернатив. На этой стадии выясняются и открыто обсуждаются возможные альтернативы решения проблем.

4. Планирование. На этой стадии осуществляется критическая оценка выбранных альтернатив решения. Консультант помогает клиенту разобраться, какие альтернативы подходят и являются реалистичными с точки зрения предыдущего опыта и настоящей готовности измениться.

5. Деятельность. На этой стадии происходит последовательная реализация плана решения проблем. Консультант помогает клиенту строить деятельность с учетом обстоятельств, времени, эмоциональных затрат, а также с пониманием возможности неудачи в достижении целей.

6. Оценка и обратная связь. На этой стадии клиент вместе с консультантом оценивает уровень достижения цели (степень разрешения проблемы) и обобщает достигнутые результаты [3].

Для эффективной организации консультативной помощи необходимы квалифицированные специалисты:

1) Тренеры и инструкторы

Тренеры играют ключевую роль в процессе подготовки спортсменов. Они должны обладать не только знаниями о методах тренировки, но и навыками психологической поддержки.

2) Врачи и физиотерапевты

Медицинские работники обеспечивают здоровье спортсменов, проводят диагностику и реабилитацию после травм.

3) Диетологи

Специалисты по питанию помогают разработать индивидуальные планы питания, учитывающие потребности организма спортсмена.

4) Психологи

Психологическая поддержка является важным аспектом подготовки спортсменов, особенно в период соревнований.

Выводы. Несмотря на значимость консультативной помощи, существуют определенные проблемы:

- Недостаток финансирования для организации консультационных услуг.
- Нехватка квалифицированных специалистов.
- Ограниченная осведомленность населения о доступных услугах. Перспективы развития включают:

- Повышение уровня образования специалистов.
- Разработка новых программ и услуг.
- Увеличение финансирования для учреждений физической культуры и спорта.

Таким образом организация консультативной помощи в учреждениях физической культуры и спорта — это важный аспект, способствующий повышению качества жизни населения и развитию спортивного движения. Эффективная работа специалистов в этой области может значительно улучшить результаты как профессиональных спортсменов, так и любителей физической активности.

Список источников

1. Распоряжение Минпросвещения России от 1 марта 2019 г. № Р-26 «Об утверждении методических рекомендаций по организации процесса оказания психолого-педагогической, методической и консультативной помощи родителям (законным представителям) детей, а также

гражданам, желающим принять на воспитание в свои семьи детей, оставшихся без попечения родителей». URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/730ee26abcc4ee0a1f8fd4f7788d2f57> (дата обращения: 16.12.2024).

2. Формы и виды консультативной помощи. URL: <https://studfile.net/preview/9686115/page:37/>. (дата обращения: 16.12.2024).

3. Журавкина И. С. Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Консультирование в социально-педагогической деятельности». 2019 // Репозиторий БГПУ. URL: <https://elib.bspu.by/handle/doc/46950> (дата обращения: 16.12.2024).

References

1. (2019), “Order of the Ministry of Education of Russia dated March 1, 2019 No. R-26 “On approval of methodological recommendations for organizing the process of providing psychological, pedagogical, methodological and advisory assistance to parents (legal representatives) of children, as well as citizens wishing to adopt them into their families children left without parental care”, URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/730ee26abcc4ee0a1f8fd4f7788d2f57>.

2. (2019), “Forms and types of advisory assistance”, URL: <https://studfile.net/preview/9686115/page:37/>.

3. Zhuravkina I. S. (2019), “Educational and methodological complex for the academic discipline “Consulting in social and pedagogical activities”, *The BSPU Repository*, URL: <https://elib.bspu.by/handle/doc/46950>.

Информация об авторе:

Марченко Екатерина Семеновна – магистрант (49.04.01 Физическая культура).

УДК 37.032

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В РАМКАХ ТЕХНОЛОГИИ АКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Скок Наталья Сергеевна¹, Турьянская Варвара Александровна²

^{1,2}Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

¹n.skok@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0002-4121-836X

²v.tyrianskaia@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0006-1121-8672

Аннотация. Формирование ценностных ориентаций молодого поколения в современных условиях предполагает развитие и актуализацию активных методов обучения, позволяющих активизировать познавательную деятельность и реализовывать творческий потенциал личности. Рассматривается формирование ценностных ориентаций молодежи с помощью активных игровых форм обучения на примере проведения интеллектуальной викторины (игры формата телевизионной программы «Своя игра») на тему: «День полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады».

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, активные методы обучения, викторина.

FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF ACTIVE LEARNING TECHNOLOGY

Skok Natalia Sergeevna¹, Turianskaia Varvara Alexandrovna²

^{1,2}Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg,

¹n.skok@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0000-0002-4121-836X

²v.tyrianskaia@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0006-1121-8672

Abstract. The formation of value orientations of the younger generation in modern conditions involves the development and actualization of active education methods that allow to activate cognitive activity and realize the creative potential of the individual. The article considers the formation of value orientations of young people with the help of active game forms of education on the example of an intellectual quiz (a game in the format of the television program "Svoia Igra") on the topic: "The Day of the complete liberation of Leningrad from the Nazi blockade."

Key words: values, value orientations, active education methods, quiz.

Введение. Общество представляет собой сложную многоуровневую систему, которая развивается, сохраняется, взаимодействует с социальной средой, оказывает непосредственное влияние на жизнь людей, их ценностные ориентации. Формирование ценностных ориентаций подрастающего поколения представляет собой сложный многоэтапный процесс, что «в ситуации невозможности использования идентификационных схем, сложившихся на основании опыта практической деятельности старшего поколения, провоцирует доминирование ситуативных, кратковременных, случайных факторов формирования идентичности молодого человека» [1].

Понятие «ценность» в социально-гуманитарных науках используют для «обозначения объектов и явлений, значимых в жизнедеятельности общества, социальных групп и отдельных индивидов, а также для обозначения самой этой значимости» [2]. Важными регуляторами поведения являются ценности данной

культуры. Каждый тип культуры, каждая эпоха, нация, этнос, группа имеют свою систему ценностей [3].

Ценностные ориентации рассматривают как: 1) избирательное отношение человека к материальным и духовным ценностям, система его установок, убеждений, предпочтений, выраженная в сознании и поведении; 2) способ дифференциации человеком объектов по их значимости [4].

При этом в современном российском обществе актуальным является формирования у молодого поколения традиционных для нашей культуры ценностей, что определяется Указами Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [5.] и «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [6, 7].

Патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, историческая память и преемственность поколений, единство народов России являются значимыми концептами для культуры Российской Федерации. Необходимо передавать и культивировать данные идеи среди молодого поколения для сохранения и укрепления традиционных российских духовно-нравственных ценностей [6].

Результаты исследования. Формирование ценностных ориентаций молодого поколения в современных условиях предполагает развитие и актуализацию активных методов обучения, которые позволяют стимулировать познавательную деятельность и реализовывать творческий потенциал личности. Для организации групповой работы определяющее значение имеет формирование игровой структуры, в рамках которой закладываются и намечаются способы их координации и интеграции. В рамках формирования ценностных ориентаций молодежи в современных условиях необходимо использовать игровые технологии, благодаря которым создается необходимый эмоциональный настрой.

Технология активного обучения предусматривает такую организацию «учебного процесса, при которой невозможно неучастие в познавательном процессе: либо каждый учащийся имеет определенное ролевое задание, в котором он должен публично отчитаться, либо от его деятельности зависит качество выполнения поставленной перед группой познавательной задачи. Включает в себе методы, стимулирующие познавательную деятельность обучающихся» [8].

В рамках стратегии активного обучения с целью апробации игровых форм и мультимедийных технологий для формирования духовно-нравственных ценностей подготовлена и проведена интеллектуальная викторина формата телевизионной программы «Своя игра» на тему: «День полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады».

Благодаря возможностям использования активных форм создается необходимый эмоциональный настрой. «Викторина – игра в ответы на вопросы (устные или письменные) из разных областей знания» [9]. Молодые люди (17-18 лет) активно принимают участие в обсуждении, происходит усвоение предлагаемого материала, что способствует превращению знаний в убеждения. Активность умственной деятельности в значительной мере зависит от эмоциональных переживаний, ведь известно, что

учебный материал усваивается лучше, если он захватывает эмоциональную сферу студентов [10]. Основные задачи викторины:

- формирование мотивации к участию в интеллектуальных конкурсах, мероприятиях и проектах;
- формирование заинтересованности к изучению истории своей страны;
- создание возможности самореализации и раскрытия своего культурно-творческого потенциала.
- воспитание активной жизненной позиции и патриотизма.

В игре принимало участие 10 человек из ГУМРФ им. С.О. Макарова, 9 юношей и 1 девушка (возраст - 17 лет) и 11 студентов 1 курса НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, 7 юношей и 4 девушки.

Формат проведения предусматривает участие не более 6 команд в составе от 5 до 7 человек. Команды отвечают на вопросы по очереди, которая определяется ведущим. Цель – активизировать познавательный процесс, усвоить материал. Команды по очереди выбирают категорию и стоимость вопроса, в ходе игры ведущий зачитывает вопрос, после чего командам дается 40 секунд на обсуждение. Если команда, отвечающая в порядке очереди, не смогла дать ответ, ход переходит к команде, первой поднявшей руку и т.д. Баллы получает та команда, которая смогла дать верный ответ. Финал представляет собой один развернутый вопрос по теме. В ходе финала каждой команде необходимо сделать ставку, исходя из накопленных баллов. При правильном ответе на финальный вопрос команда получает баллы в размере сделанной ставки, при неверном – баллы вычитаются. Выигрывает команда, у которой к концу игры остается наиболее количество баллов.

Вопросы в категориях ориентированы на логику, эрудицию, внимательность и связаны с изучаемой тематикой. Вопросы задаются в различных форматах: музыкальный вопрос, визуальный вопрос (угадать личность/событие по изображению), текстовый вопрос с развернутым ответом, сообщавшим интересный факт на выбранную тему.

Со вступительным словом к участникам обращается ведущий, который оглашает тематику, представляет команды. Игра состоит из 1 раунда с 4 или 5 категориями, в зависимости от количества участников, и финала. Каждая категория имеет определенное название, специфику и состоит из 5 вопросов различной сложности, стоимостью от 100 до 500 баллов. Разыгранные категории: «Спорт», «Блокада Ленинграда», «Наука» и «Кот в мешке», все задания связаны с темой блокадного Ленинграда.

Участники продемонстрировали высокий уровень знаний по категориям: тема спорта была наиболее популярной и больше всего правильных ответов дано именно по ней – 80%, 60% правильных ответов дано на категории «Блокада Ленинграда» и «Кот в мешке», наименее изученная тема – «Наука» - 20% верных ответов.

После проведения игры участникам предложено её оценить (можно выбрать три варианта ответа): полезно, интересно, увлекательно, формирует чувство патриотизма, формирует желание узнать новое о событии, дает новые знания, неинтересно, бесполезно, не дает новых знаний, не формирует желание узнавать новое, никак не связано с воспитанием патриотизма. Получены положительные отзывы: 100% участников выбрали ответ «интересно», 80% – «формирует чувство патриотизма», 40% – «дает новые знания», 30% – «формирует желание узнать новое о событии».

Выводы. В рамках стратегии активного обучения для формирования духовно-нравственных ценностей проведена интеллектуальная викторина, по результатам которой зафиксирована положительная динамика в идентификации понятий «патриотизм», «патриот». Перед игрой участникам предлагалось ответить на вопросы (анкетирование): «Что такое патриотизм, на Ваш взгляд?», «Какими качествами должен обладать патриот?», «Какие ассоциации у Вас возникают, когда вы слышите слово «Родина»?», «Как Вы считаете, нужно ли в настоящее время в нашей стране уделять больше внимания патриотическому воспитанию?».

После игры участники еще раз ответили на эти вопросы. Ответы респондентов стали более объемными, охватывающими различные аспекты понятий, что говорит о процессе осмысления данных понятий во время игры. До нулевой отметки опустился показатель «затрудняюсь ответить» в вопросе при определении патриотизма. Таким образом, можно считать применение мультимедийных и игровых технологий эффективным средством формирования понимания понятия «патриотизм» и интереса к историческим событиям своей страны у студентов.

Список источников

1. Скок Н. С. Субъективное время как фактор формирования ценностных ориентаций молодежи Донецкого региона // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования : материалы Междунар. конф. (Екатеринбург, 25-26 февраля 2010 г.). Екатеринбург, 2010. Т. 2. С. 276–278.
2. Леонтьев Д. А. Ценность // Большая российская энциклопедия. URL: <https://old.bigenc.ru/philosophy/text/4674699> (дата обращения: 17.05.2024).
3. Перфильева Е. Н. Развивающийся профессионал в сфере физической культуры и спорта и его жизненные стратегии : монография. Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта, 2000. 137 с.
4. Ценностные ориентации // Педагогический словарь. URL: https://pedagogical.academic.ru/887/ЦЕННОСТНЫЕ_ОРИЕНТАЦИИ (дата обращения: 21.05.2023).
5. Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Правительство России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 21.05.2023).
6. Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 21.05.2023).
7. Формирование патриотизма у спортсменов из числа спортивного резерва: теоретические характеристики / Н. С. Скок, В. С. Куликов, Т. И. Улицкая, А. И. Черная // Наука и технологии в сфере физической культуры и спорта : сб. ст. научно-практической конференции научно-педагогических работников Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. Санкт-Петербург, 2024. С. 183–186.
8. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Технология активного обучения // Педагогический словарь. 2-е изд., стер. Москва : Academia, 2005. 173 с.
9. Викторина // Словарь русского языка. 4-е изд., стер. Москва : Рус. яз. : Полиграфресурсы, 1999. URL: <https://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/03/ma117530.htm?cmd=0&istext=1> (дата обращения: 21.05.2023).
10. Падерин В. Н. Использование мультимедийных технологий в обучении студентов вузов // Управление экономическими системами. 2016. № 5 (87). С. 9–23.

References

1. Skok N. S. (2010), "Subjective time as a factor in the formation of value orientations of youth in the Donetsk region", *Actual problems of sociology of youth, culture and education*, materials International. conf. (Yekaterinburg, February 25-26, 2010), Yekaterinburg, VOL. 2, pp. 276–278.
2. Leontiev D. A. "Value", *Big Russian Encyclopedia*, URL: <https://old.bigenc.ru/philosophy/text/4674699>.
3. Perfilieva E. N. (2000), "Developing professional in the field of physical culture and sports and his life strategies", monograph, St. Petersburg, S.-Peterb. state. acad. physical culture named after P.F. Lesgaft, 137 p.
4. "Value orientations", *Pedagogical Dictionary*, URL: https://pedagogical.academic.ru/887/TsYeNNOSTNYYe_ORIYeNTATsII.
5. (2020), "Decree of the President of the Russian Federation of 21.07.2020 No. 474 "On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030 ", *Government of Russia*, URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728>.
6. (2022), "Decree of the President of the Russian Federation of November 9, 2022 No. 809 "On approval of the foundations of state policy to preserve the strengthening of traditional Russian spiritual and moral values", URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502>.
7. Skok N. S., Kulikov V. S., Ulitskaya T. I., Chernaya A. I. (2024), "Formation of patriotism among athletes from among the sports reserve: theoretical characteristics", *Science and technology in the field of physical culture and sports*, Sat. Art. scientific and practical conference of scientific and pedagogical workers of the National State University of Physical Culture, Sports and Health named after P.F. Lesgaft, St. Petersburg, pp. 183–186.
8. Kojaspirova G. M., Kojaspirov A. Yu. (2005), "Technology of active learning", *Pedagogical Dictionary*, 2nd ed., erased, Moscow, Academia, 173 p.
9. (1999), "Quiz", *Dictionary of the Russian language*, 4th ed., erased, Moscow, Rus. Language, Polygraphresursy, URL: <https://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/03/ma117530.htm?cmd=0&istext=1>.
10. Paderin V. N. (2016), "The use of multimedia technologies in the training of university students", *Management of economic systems*, № 5 (87), pp. 9–23.

Информация об авторах:

Скок Наталья Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

Турянская Варвара Александровна – старший преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

УДК 378.147

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛОСТНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ЖУРНАЛИСТИКА» О ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ СПОРТИВНОГО КОММЕНТАТОРА

Трусова Вера Олеговна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта
и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
v.trusova@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0001-6374-0917

Аннотация. В результате применения метода опроса было установлено, что студенты направления подготовки «Журналистика» не в полной мере понимают объем понятия «языковая личность» спортивного комментатора. В статье обозначены факторы, которые необходимо учитывать при определении типа языковой личности спортивного комментатора. Приведены примеры, подтверждающие, что на верное определение типа языковой личности влияет учет речевой ситуации спортивного дискурса. В работе описаны упражнения, помогающие студентам разобраться с понятием «языковая личность» и научиться верно определять типы языковой личности спортивных комментаторов. Сделан вывод о необходимости дальнейшего исследования обстоятельств, влияющих на проявление комментатором черт того или иного типа языковой личности.

Ключевые слова: журналист, спортивный комментатор, СМИ, репортаж, языковая личность, студенты, обучение.

FORMATION OF A HOLISTIC VIEW OF STUDENTS IN THE FIELD OF JOURNALISM ABOUT THE LINGUISTIC PERSONALITY OF A SPORTS COMMENTATOR

Trusova Vera Olegovna

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg
v.trusova@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0001-6374-0917

Abstract. As a result of the application of the survey method, it was established that students of the Journalism program do not fully understand the scope of the concept of a "linguistic personality" of a sports commentator. The article outlines the factors that must be taken into account when determining the type of linguistic personality of a sports commentator. Examples are given confirming that the correct definition of the type of linguistic personality is influenced by taking into account the speech situation of sports discourse. The paper describes exercises that help students understand the concept of "linguistic personality" and learn how to correctly determine the types of linguistic personality of sports commentators. The conclusion was made about the need for further study of the circumstances affecting the manifestation of the traits of a particular personality type by the commentator.

Keywords: journalist, sports commentator, media, reportage, linguistic personality, students, education.

Введение. Исследование языка и стиля спортивных средств массовой информации (далее – СМИ) в современных условиях приобретает все большую актуальность. Язык спортивных СМИ, с одной стороны, отражает тенденции, присущие национально-культурному пространству, в котором функционируют СМИ, с другой стороны, язык спортивных СМИ может являться катализатором процессов, ведущих к изменениям в национальном литературном языке. Так, например, благодаря языковой игре сфера спортивной журналистики, с одной стороны, заимствует из общей речевой практики фразеологизмы, пословицы, поговорки, прецедентные тексты, обыгрывает их

и создает неповторимые словосочетания и фразы, а с другой стороны, отдает в другие сферы речевой практики слова пресуппозиционного фонда спорта. «Яркий пример языковой игры со спортивными реалиями применительно к сфере официального общения встречаем у С. Довлатова: “Художника Копеляна судили за неуплату алиментов. Дали ему последнее слово. Свое выступление он начал так: – Граждане судьи, защитники ... полузащитники и нападающие!...”» [1, с. 222].

Исследование лексических единиц, синтаксических конструкций неразрывно связано с исследованием субъекта – языковой личности говорящего. «Языковая личность – носитель языкового сознания, которое реализуется в речевом поведении в определенной коммуникативной ситуации» [2, с. 172]. В контексте обучения студентов направления подготовки «Журналистика», профиля «Спортивная журналистика» большое внимание следует уделять изучению языковой личности журналиста в профессиональном амплуа спортивного комментатора, так как именно репортаж является основополагающим жанром спортивной журналистики.

Результаты исследования. Был проведен опрос, в котором приняло участие 22 студента направления подготовки «Журналистика». В ходе опроса было выявлено, что студенты не в полной мере понимают специфику языковой личности спортивного комментатора. При анализе понятия языковой личности комментатора студенты выделяют профессиональную спортивную терминологию, средства художественной выразительности, технические параметры речи (дикция, интонация, темп, тембр, громкость, расстановка пауз), что оправданно и логично. Однако студенты не принимают во внимание следующее: 1) спортивный репортаж – это жанр, который состоит из других первичных речевых жанров; 2) жанр репортажа реализуется в конкретной речевой ситуации спортивного дискурса, что определяет его характер и проявление черт того или иного типа языковой личности комментатора; 3) помимо основного типа языковой личности у комментатора могут проявляться черты дополнительных типов языковой личности. Рассмотрим перечисленные утверждения более подробно.

1. Журналистский жанр репортажа внутри разбит на небольшие речевые жанры, которые создают общую канву текста, на которую накладываются дальше языковая игра, интонационная окраска и т.п., но первоначально комментатор строит свою речь на таких жанрах, как совет, комплимент, упрек, шутка, рассказ о происходящем, сообщение о статистических данных, историческая справка, резюмирование, рекомендация, подсказка. В зависимости от того, какие речевые жанры преобладают в речи спортивного комментатора, можно строить предположения относительно типа языковой личности комментатора. То есть небольшие речевые жанры, лежащие в основе ведения спортивного репортажа комментатором, являются важным критерием для определения его языковой личности.

2. Анализировать особенности спортивного репортажа и языковой личности комментатора следует с учетом конкретной речевой ситуации спортивного дискурса: журналист работает один либо в комментаторском дуэте, какие спортсмены/команды соревнуются в данный момент и т.д. Рассмотрим на примерах, почему перечисленные характеристики речевой ситуации спортивного дискурса влияют на дальнейший анализ спортивного репортажа и языковой личности комментатора.

Если журналист комментирует матч в дуэте, то следует учитывать, какая комментаторская модель сложилась при сочетании этих двух комментаторов: «журналист+эксперт», «журналист+журналист», «эксперт+эксперт». Комментаторская модель будет определять речевое поведение комментатора. Исследователь Е.Г. Малышева выделяет 7 типов языковой личности спортивных комментаторов: комментатор-«репортер», комментатор-«аналитик», комментатор-«знаток», комментатор-«балагур», комментатор-«ироник», комментатор-«болельщик», комментатор-«актер» [3].

Если комментатор является профессиональным журналистом с ярко выраженными чертами языковой личности комментатора-«аналитика», а дуэт ему составляет комментатор, который имеет большой профессиональный опыт в конкретном виде спорта в роли спортсмена или тренера и является экспертом, для которого характерен тип языковой личности комментатора-«знатока», то вероятнее всего журналист будет в данной речевой ситуации спортивного дискурса не столь активно проявлять тип комментатора-«аналитика», в его речи будут отчетливо заметны черты вторичных для него типов языковой личности. Это объясняется тем, что тип языковой личности комментатора-«аналитика» перекликается с типом комментатора-«знатока», оба типа используют императивные речевые жанры и в комментаторской модели «журналист+эксперт», при таком сочетании типов языковой личности, журналист будет больше склонен уступать произнесению императивных речевых партий эксперту, в то время, как сам будет по законам развития логики спортивного репортажа стремиться внести в репортаж речевые жанры информативного типа либо фатического.

В зависимости от того, какие спортсмены/команды соревнуются в данный момент, может меняться степень проявления в речи журналиста типа языковой личности – комментатора-«болельщика». Если на поле/корте/зале/ледовой арене соревнуются спортсмены, которых можно разделить на категории «свои/чужие» по принципу национальной принадлежности (довольно распространенное деление в спортивной среде), то комментатор может активно поддерживать «своих» спортсменов, что проявляется через выбор средств художественной выразительности, изменение интонации, подбор речевых жанров. Частотными жанрами будут следующие: похвала, восторг, комплимент, совет, призыв, пожелание, риторическое обращение. Следовательно, комментатор, который по типу языковой личности является, например, комментатором-«репортером» или комментатором-«знатком», может в репортаже, где есть деление на категории «свои/чужие», начать активно проявлять черты комментатора-«болельщика», что оправдано ожиданиями аудитории. При этом из данного факта не следует, что комментатор является по типу языковой личности комментатором-«болельщиком», он лишь проявляет черты этого типа в соответствии с задачей поддержки «своих». Указанное обстоятельство связано со следующим пунктом.

3. Каждый комментатор имеет основной тип языковой личности и проявляет черты дополнительных (вспомогательных) типов, которые выражаются в зависимости от конкретной речевой ситуации спортивного дискурса. Для определения основного типа языковой личности требуется проанализировать большое количество репортажей комментатора, чтобы определить неизменные речевые жанры, свойственные именно

этому комментатору. После проведения этого этапа анализа рекомендуется переходить к определению дополнительных типов языковой личности.

Процесс формирования целостного представления студентов направления подготовки «Журналистика» о языковой личности спортивного комментатора рекомендуется проводить в несколько этапов:

1. Преподавателю необходимо закладывать представление о языковой личности комментатора, как о сложном, многогранном явлении, требующем тщательного анализа. При проведении анализа следует учитывать три перечисленных выше фактора.

2. Со студентами рекомендуется провести упражнение, суть которого заключается в следующем: «студенты должны самостоятельно определить свой тип языковой личности, если они будут выступать в роли спортивного комментатора. Это делается на основании языковых и стилевых особенностей студента, которые проявляются в речевом поведении. После этого студенты делятся на пары, в которых нужно предположить основной тип языковой личности друг друга и высказать предположения относительно черт дополнительных типов. Чтобы определить тип языковой личности, студенты могут задавать друг другу наводящие вопросы, используя в этих вопросах все знания о типах языковой личности, либо могут попросить прокомментировать эпизод спортивной трансляции. Задача – определить основной тип языковой личности и черты дополнительных типов друг друга.

3. Студенты смотрят репортажи определенного комментатора и определяют тип его языковой личности. Подробно разбирают речевые жанры, используемые комментатором, приводят цитаты, подтверждающие предположения о типе, описывают лексические единицы и синтаксические конструкции, характерные для комментатора. По итогам изучения студенты представляют подробный анализ языковой личности комментатора.

Выводы. В результате проведенного исследования было установлено:

1. Студенты направления подготовки «Журналистика» учитывают не все факторы, характеризующие языковую личность комментатора. По этой причине объяснение студентам темы «Языковая личность спортивного комментатора» должно строиться по принципу описания тех факторов, которые влияют на определение типа языковой личности.

2. Построение семинаров с применением нескольких упражнений, позволяющих студентам попробовать определить свой тип языковой личности с позиции комментаторской деятельности, тип языковой личности одноклассников, тип языковой личности комментаторов, ведущих репортажи, помогает студентам лучше понять объем понятия «языковая личность» и научиться определять тип языковой личности.

3. Обстоятельства, влияющие на проявление комментатором черт того или иного типа языковой личности, изучены не в достаточной степени, требуют дальнейшего исследования.

Список источников

1. Савченко А. В. Фразеология сферы спорта как пример языковой игры // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2014. № 1. С. 221–227.
2. Лягунова С. В. О типологии языковой личности спортивных комментаторов // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2018. № 4. С. 170–183.

3. Малышева Е. Г. Дискурсивная языковая личность в русском спортивном дискурсе // Медиаскоп. 2011. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-yazykovaya-lichnost-v-russkom-sportivnom-diskurse> (дата обращения: 08.11.2024).

References

1. Savchenko A. V. (2014), "Phraseology of the sphere of sports as an example of a language game", *Bulletin of St. Petersburg State University. Language and literature*, No. 1, pp. 221–227.

2. Liagunova S. V. (2018), "On the typology of the linguistic personality of sports commentators", *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, No. 4, pp. 170–183.

3. Malysheva E. G. (2011), "Discursive linguistic personality in Russian sports discourse", *Mediascope*, No. 1, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-yazykovaya-lichnost-v-russkom-sportivnom-diskurse> (date of access: 08.11.2024).

Информация об авторе:

Трусова Вера Олеговна – старший преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

УДК 796.06

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ
КОРПОРАТИВНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В СПОРТИВНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ

Закревская Наталья Григорьевна¹, Колева Екатерина Юрьевна²

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им.

П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург.

¹n.zakrevskaya@lesgaft.spb.ru, ORSID: 0000-0002-1134-9406

²e.komeva@lesgaft.spb.ru, ORSID: 0000-0003-3946-5641

Аннотация. В статье раскрыты основные критерии эффективности процесса управления корпоративными коммуникациями в спортивной организации; определены основные показатели критериев, способствующих эффективности процессам взаимодействия в коммуникациях. Организация исследования включала разработку и проведение социологического опроса сотрудников спортшколы для определения показателей результативности критериев эффективности управления корпоративными коммуникациями в спортивной организации.

Ключевые слова: спортивная организация, корпоративные коммуникации, эффективность коммуникации.

CRITERIA FOR THE EFFECTIVENESS OF THE CORPORATE
COMMUNICATIONS MANAGEMENT PROCESS IN A SPORTS ORGANIZATION

Zakrevskaya Natalia Grigorevna¹, Komeva Ekaterina Yurievna²

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg

¹n.zakrevskaya@lesgaft.spb.ru, ORSID: 0000-0002-1134-9406

²e.komeva@lesgaft.spb.ru, ORSID: 0000-0003-3946-5641

Abstract. The article reveals the main criteria for the effectiveness of the corporate communications management process in a sports organization; identifies the main indicators of criteria that contribute to the effectiveness of communication processes. The organization of the research included the development and conduct of a sociological survey of sports school employees to determine performance indicators and criteria for the effectiveness of corporate communications management in a sports organization.

Keywords. Sports organization, corporate communications, communication efficiency.

Введение. Изучению критериев, обеспечивающих эффективность корпоративного управления, посвящены работы по управлению коммуникациями Ф.Тейлора [1], И.П. Яковлева [2], Т. Парсонса [3], Ф.Э. Шереги [4]. Критерии эффективности процесса управления корпоративными коммуникациями в спортивной организации являются ключевыми аспектами, определяющими успех взаимодействия с различными аудиториями. В первую очередь, критерием служит уровень осведомленности целевых групп о деятельности организации. Наличие ясных и доступных информационных потоков способствует формированию положительного имиджа. Вторым важным аспектом является восприятие бренда со стороны партнеров. Эффективные коммуникации обеспечивают создание узнаваемости и лояльности, что особенно важно в условиях конкурентного спортивного рынка. Третьим критерием

выступает степень вовлеченности аудитории в мероприятия и инициативы организации, что может быть измерено через активность в социальных сетях, участие в акциях и обратную связь. Также стоит отметить использование современных технологий для анализа данных и мониторинга коммуникационных кампаний. Это позволяет оперативно корректировать стратегии и адаптироваться к изменениям внешней среды. В конечном итоге, интеграция этих критериев в единую стратегию управления коммуникациями обеспечивает устойчивый рост и развитие спортивной организации.

Результаты исследования. В результате проведенного опроса, были выявлены основные показатели, которые влияют на эффективность управления корпоративными коммуникациями. Эксперимент проведен на примере спортивной организации - ГБУ СШОР в Санкт-Петербурге. Респонденты - руководители школы и тренерский состав – всего 26 человек.

Анализ проведенного исследования позволил разработать критерии эффективности в процессе управления корпоративными коммуникациями в спортивной организации [5]. Все критерии были распределены по четырем блокам эффективности управления. Первый блок – условия (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение эффективности корпоративных коммуникаций в организации по критерию - условия (от 1 до 10 баллов)

	Критерий	Баллы (%)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	возможность овладеть специальностью					4,3		4,3	4,3	30,4	56,5
2.	наличие инструкций и правил поведения всех категорий сотрудников							4,3	26,1	34,8	34,8
3.	четко и детально организованная деятельность						13,6		18,2	31,8	36,4
4.	рабочие места обустроены				4,3			8,7	17,4	21,7	47,8
5.	Налаженное делопроизводство				4,3				21,7	13	60,9
6.	организация постоянно нацелена на нововведения						4,3		4,3	17,4	73,9
7.	трудовая нагрузка оптимальная							17,4	8,7	17,4	56,5

Данные таблицы 1 можно проранжировать и выделить приоритетные показатели условий, необходимые для совершенствования производственных вопросов: 1-е место - организация постоянно нацелена на нововведения; 2 -е место - налаженное делопроизводство; 3-е место - возможность овладеть специальностью и трудовая нагрузка оптимальная; 4-е место - рабочие места обустроены ; 5-е место - четко и детально организованная деятельность; 6-е место - наличие инструкций и правил поведения всех категорий сотрудников.

Следующий критерий, показатели которого влияют на эффективность корпоративных отношений – взаимоотношения между сотрудниками (таблица 2).

Таблица 2 – Распределение эффективности корпоративных коммуникаций в организации по критерию - взаимоотношения (от 1 до 10 баллов)

	Критерий	Баллы (%)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Взаимоотношения										
1.	Работа вызывает интерес								4,3	17,4	78,3
2.	поддерживаются хорошие взаимоотношения друг с другом				4,3			4,3	13	26,1	52,2
3.	сотрудники испытывают гордость за свою организацию						4,3			17,4	78,3
4.	проявляется внимание к индивидуальным различиям сотрудников							4,3	8,7	30,4	56,5
5.	взаимоотношения сотрудников с руководством достойны высокой оценки					4,3			13	21,7	60,9
6.	существует кооперация и взаимоуважение между сотрудниками							4,3		30,4	65,2

Ранжирование данных таблицы 2 позволяют выделить приоритетные показатели взаимоотношений, необходимые для совершенствования взаимодействия между сотрудниками: 1-е место - Работа вызывает интерес и сотрудники испытывают гордость за свою организацию; 2-е место - существует кооперация и взаимоуважение между сотрудниками; 3-е место - взаимоотношения сотрудников с руководством достойны высокой оценки; 4- место - проявляется внимание к индивидуальным различиям сотрудников; 5-е место - поддерживаются хорошие взаимоотношения друг с другом.

Следующий критерий, показатели которого влияют на эффективность корпоративных отношений – оценочный фактор деятельности сотрудников (таблица 3).

Таблица 3 – Распределение эффективности корпоративных коммуникаций в организации по критерию - оценивание (от 1 до 10 баллов)

	Критерий	Баллы (%)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Оценивание										
1.	система заработной платы не вызывает нареканий сотрудников							4,3	4,3	47,8	43,5
2.	поощрение инициативы					4,3	4,3	8,7	8,7	34,8	39,1
3.	система выдвижения на новые должности							13	4,3	39,1	43,5

Продолжение таблицы 3

4.	организована профессиональная (продуманная) оценка деятельности сотрудников						4,3		13	21,7	60,9
5.	дисциплинарные меры применяются как исключения							4,3	13	21,7	60,9

Ранжирование данных таблицы 3 позволяют выделить приоритетные показатели оценивания деятельности сотрудников, необходимые для совершенствования процессов стимулирования производственной деятельности: 1-е место - организована профессиональная (продуманная) оценка деятельности сотрудников и дисциплинарные меры применяются как исключения; 2-е место - система заработной платы не вызывает нареканий сотрудников и система выдвижения на новые должности; 3-е место - поощрение инициативы.

Следующий критерий, показатели которого влияют на эффективность корпоративных отношений – корпоративные взаимодействия (таблица 4).

Таблица 4 – Распределение эффективности корпоративных коммуникаций в организации по критерию - корпоративные взаимодействия (от 1 до 10 баллов)

	Критерий	Баллы (%)										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Корпоративные взаимодействия											
1.	налаженная система коммуникаций					4,3			8,7	43,5	43,5	
2.	применяются своевременные и эффективные решения					4,3	4,3		13	39,1	39,1	
3.	использование разнообразных форм и метод коммуникаций (деловые контакты, собрания, информационные распечатки и др.)					4,3		4,3	4,3	43,5	43,5	
4.	сотрудники участвуют в принятии решений					4,5	4,5	9,1	4,5	27,3	50	
5.	нет перебоев в получении внутрифирменной информации						4,3		13	30,4	52,2	
6.	поощрение двухсторонней коммуникации					4,3			8,7	30,4	56,5	
7.	поощряется непосредственное обращение сотрудников к руководству					4,3	8,7	4,3	4,3	13	56,5	
8.	конфликтные ситуации допускаются с учетом всех реальностей обстановки						4,3	17,4	26,1	8,7	43,5	
9.	практикуется делегирование полномочий на нижние эшелоны управления						17,4	13	4,3	13	52,2	

Данные таблицы 4 позволяют выделить основные показатели корпоративных взаимодействий, необходимые для совершенствования процесса коммуникаций в спортивной школе: 1-е место - поощрение двухсторонней коммуникации и поощрение непосредственного обращения сотрудников к руководству; 2 -е место - нет перебоев в получении внутрифирменной информации и практикуется делегирование полномочий на нижние эшелоны управления; 3-е место - сотрудники участвуют в принятии решений; 4-е место - налаженная система коммуникаций, использование разнообразных форм и метод коммуникаций (деловые контакты, собрания, информационные распечатки и др.), конфликтные ситуации допускаются с учетом всех реальностей обстановки ; 5-е место - применяются своевременные и эффективные решения.

Важно отметить, что никто из опрошенных не поставил минимальное количество баллов, что позволяет сделать вывод: не выявлены отрицательные показатели критериев, которые влияют на управление корпоративными коммуникациями в организации.

Спортивная школа в которой проводилось исследование находится на стадии роста – так считают большинство сотрудников (80%). Вместе с тем 20% отмечают свою спортивную школу как зрелую устойчивую организацию, что подтверждают следующие показатели: информация как показатель корпоративных коммуникаций не теряется (60%), всегда известны источники информации (80%), никто из сотрудников (100%) не собираются менять место работы.

Эффективность процесса управления корпоративными коммуникациями является ключевым аспектом для достижения стратегических целей любой организации. В современном динамичном мире, где информация распространяется мгновенно, умение правильно и своевременно донести сообщения до сотрудников, клиентов и партнеров становится решающим фактором успешности бизнеса. Корпоративные коммуникации должны быть гибкими, прозрачными и последовательными, чтобы поддерживать доверие и лояльность как внутри компании, так и за ее пределами. Ключевыми элементами эффективного управления коммуникациями являются создание четкой стратегии, определение целевых аудиторий и выбор наиболее подходящих каналов для передачи информации. Использование современных технологий, таких как социальные сети и мобильные приложения, дает возможность наладить обратную связь и оперативно реагировать на отзывы. Также важно учитывать культурные и психологические аспекты восприятия информации, что требует от менеджеров по коммуникациям высокого уровня межличностной компетенции. В конечном итоге, успешное управление корпоративными коммуникациями способствует не только повышению репутации компании, но и улучшению внутренней атмосферы, уровню удовлетворенности сотрудников, что подтверждено проведенным экспериментальным исследованием и данными математической статистики.

Выводы. Выявленные основные показатели критериев корпоративных коммуникаций в спортивной организации, включают: показатели условий, необходимые для совершенствования производственных вопросов; показатели взаимоотношений, необходимые для совершенствования взаимодействия между сотрудниками; показатели корпоративных взаимодействий, необходимые для совершенствования процесса

коммуникации; показатели оценивания деятельности сотрудников, необходимые для совершенствования процессов стимулирования производственной деятельности.

Список источников

1. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента. Москва : Контроллинг, 1991. 104 с.
2. Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций. Санкт-Петербург : Ин-т упр. и экономики, 2001. 229 с.
3. Парсонс Толкотт. Социальная система. Москва : Акад. проект, 2018. 529 с.
4. Шереги Ф. Э. Социология предпринимательства : прикладные исследования. Москва : Центр соц. прогнозирования, 2002. 535 с.
5. Закревская Н. Г., Комева Е. Ю. Концептуальный подход к проблемам внутренних коммуникаций в спортивных организациях // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2019 г., посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной войне и Дню российской науки (Санкт-Петербург, 03-27 февраля 2020 г.). Санкт-Петербург, 2020. С. 148–149.

References

1. Taylor F. (1991), “Principles of scientific management”, Moscow, Controlling, 104 p.
2. Yakovlev I. P. (2001), “Fundamentals of the theory of communications”, St. Petersburg, Institute of Management and Economics, 229 p.
3. Parsons Talcott (2018), “The social system”, Moscow, Akad. The project, 529 p.
4. Sheregi F. E. (2002), “Sociology of entrepreneurship: Applied research”, Moscow, Center for Social Forecasting, 535 p.
5. Zakrevskaya N. G., Komeva E. Yu. (2020), “A conceptual approach to the problems of internal communications in sports organizations”, *Materials of the final scientific and practical conference of the teaching staff of the P.F. Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg for 2019, dedicated to the 75th anniversary of Victory in the Great Patriotic War and the Day of Russian Science* (St. Petersburg, February 03-27, 2020), St. Petersburg, pp. 148–149.

Информация об авторах:

Закревская Наталья Григорьевна – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

Комева Екатерина Юрьевна – старший преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте.

УДК 316.452

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВОЛОНТЕРСКОГО СООБЩЕСТВА К СОХРАНЕНИЮ НАСЛЕДИЯ ИХ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Лаврентьев Алексей Владимирович¹, Теодорович Мария Владимировна²

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет
lav_r@mail.ru, ORCID: 0009-0001-4276-2658

² Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им.
П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
m.teodorovich@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0006-0534-471X

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с сохранением наследия добровольческой деятельности, изучается опыт в данной области у представителей волонтерского сообщества, приводятся данные исследования.

Ключевые слова: Волонтерство, добровольчество, наследие, мотивация.

A STUDY OF THE ATTITUDE OF REPRESENTATIVES OF THE VOLUNTEER COMMUNITY TO THE PRESERVATION OF THE HERITAGE OF THEIR VOLUNTEER ACTIVITIES

Lavrentev Aleksey Vladimirovich¹, Teodorovich Maria Vladimirovna²

¹ Volunteer Center of St. Petersburg State University of Economics
lav_r@mail.ru, ORCID:0009-0001-4276-2658

² Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg
m.teodorovich@lesgaft.spb.ru, ORCID:0009-0006-0534-471X

Abstract: The article discusses issues related to the heritage preservation of volunteerism, examines the experience in this field among representatives of the volunteer community, and provides research data.

Keywords: Volunteering, volunteerism, heritage, motivation.

Введение. Как отметил в одном из своих выступлений Президент РФ В.В. Путин: «Государство и общество в целом обретают устойчивость, когда граждане от чистого сердца занимаются волонтерством и благотворительностью» [1]. Одной из задач каждой добровольческой организации является поддержание и создание условий для развития волонтерских инициатив. Одновременно с этим, необходимо осознавать, что сохранение наследия волонтерской деятельности, это основа дальнейшего эффективного развития всей добровольческой сферы целиком.

Результаты исследования. В данной статье, как и в предыдущей [2], мы продолжим рассматривать вопросы, связанные с таким направлением работы волонтерских организаций, как сохранение наследия добровольческой деятельности. На этот раз фокус внимания будет сконцентрирован нами на вопросах, связанных с интересами и имеющимся опытом в изучаемой области у представителей волонтерского сообщества. С этой целью, в период с 01 июля по 22 августа 2024 года, нами был проведен анкетный опрос среди добровольцев, проживающих на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В качестве респондентов выступили 135 волонтеров в возрасте от 16 до 79 лет (средний возраст опрошенных составил 37,8 лет).

За последние 365 календарных дней 56% опрошенных выступали в качестве волонтеров в более чем 7 мероприятиях; 31% в 1-3 мероприятиях; 13% в 4-7 мероприятиях.

В качестве волонтерской организации, в мероприятиях которой респонденты принимают участие как добровольцы, были обозначены:

- Центр городских волонтеров (Санкт-Петербург) – 71% опрошенных;
- Волонтерский центр СПбГЭУ – 42%;
- Сообщество «Волонтеры Зенита» – 35%;
- Сообщество «Молодежь Петербурга» – 13%;
- Сообщество «Волонтеры СКА» – 11%;
- Волонтерский центр «Лига Героев» – 9%;
- Сообщество «Волонтеры Победы» – 4%;
- Прочие организации, расположенные на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области – 42%.

Основываясь на вышеуказанных данных, можно предположить, что все опрошенные являются активными добровольцами, непосредственно участвующими в мероприятиях событийного характера, следовательно, могут выступать в качестве представителей волонтерского сообщества, имеющих определенный опыт и представления касательно вопросов сохранения наследия добровольческой деятельности.

В самом начале исследования мы попытались уточнить у респондентов, где с их точки зрения скорее должна сохраняться память об их волонтерской деятельности?

В результате полученные ответы распределились следующим образом:

- «В волонтерской организации» – 51%;
- «В «семье», у меня дома» – 47%;
- «На dobro.ru» – 1%;
- «В социальных сетях» – 1%.

Основываясь на полученных данных, несмотря на небольшое расхождение в процентном соотношении полученных ответов, можно предположить, что респонденты в равной степени поддерживают сохранение памяти о своей волонтерской деятельности, как в рамках волонтерских организаций, так и внутри своей «семьи».

Далее мы попросили оценить по шкале от 1 до 5, насколько с точки зрения участников опроса, в их семье, у них дома сохраняется память об их участии в том или ином волонтерском проекте. При этом, в качестве примера, за 1 балл мы попросили брать ситуацию, когда «мероприятие прошло и об этом больше стараюсь не вспоминать в вашей семье, у вас дома, сувениры, форму вы раздаете, ничего не сохраняете», за 5 баллов ситуацию, когда «периодически в семье вспоминают о мероприятии, рассказывают знакомым, дома есть сувениры с мероприятия». Обработав полученные ответы, мы получили следующее распределение: 1 балл – 0%; 2 балла – 0%; 3 балла – 9%; 4 балла – 16%; 5 баллов – 75%.

При этом средний балл оценки того, насколько память об участии добровольцев в том или ином волонтерском проекте сохраняется в их семьях, среди родных и близких составил 4,66 из 5 возможных, что можно охарактеризовать, как оценку выше среднего.

Все это указывает на то, что добровольцы по большей части довольны уровнем сохранения информации об их волонтерской деятельности среди родных и близких.

Следующий вопрос, который задавался респондентам, звучал следующим образом: «хотели бы вы чтобы память о вашей волонтерской деятельности сохранялась в вашем волонтерском сообществе (волонтерской организации) долгие годы даже после того, когда Вы перестанете уже заниматься добровольчеством?». Ответы на этот вопрос распределились следующим образом: Да – 87%; Нет – 13%.

Как можно видеть, значительное большинство опрошенных (87%) хотят, чтобы память об их волонтерской деятельности, в различных формах и вариациях, сохранялась в их волонтерских организациях долгие годы даже тогда, когда сами волонтеры уже перестанут заниматься добровольческой деятельностью.

Далее, мы постарались уточнить у тех, кто ответил на данный вопрос положительно, с чем именно связано их желание сохранить память о своей волонтерской деятельности в тех или иных добровольческих организациях.

Полученные ответы мы постарались сгруппировать в смысловые блоки, описывающие наиболее точно суть ответа респондентов. С точки зрения опрошенных, сохранить память о своей волонтерской деятельности необходимо для:

- сохранения вклада, сделанного самим волонтером в историю нашего общества. Так считают 54% респондентов из расчета от количества, ответивших «Да» на предыдущий вопрос. Потребности добровольцев в сохранении информации об их волонтерской деятельности мы можем связать с имеющимся стремлением утвердиться в социуме, со стремлением поддержать чувство собственного достоинства, что соответствует такому мотиву, как «самоутверждение» [3, 4];

- создания на этой базе мотивационных программ для других волонтеров – 31% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- передачи опыта участия в мероприятиях другим волонтерам – 23% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос. Данная причина сохранения собственной истории внутри волонтерской организации, как и предыдущая, скорее связаны с «просоциальными» мотивами волонтеров, которые включают в себя осознание общественного значения деятельности, чувство долга, ответственность перед группой или обществом;

- создания повода для совместных воспоминаний с другими волонтерами, что позволит сформировать атмосферу чего-то общего, объединяющего волонтеров в сообщество – 15% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос. Данную причину необходимости сохранения информации, в различных формах и вариациях, о деятельности волонтеров можно сопоставить с мотивом «аффилиации» — стремление к установлению и поддержанию отношений с другими людьми, стремление к контакту и общению с ними.

Задавая следующий вопрос, мы постарались выяснить у респондентов, есть ли необходимость сообществам волонтеров, которые реализуют крупные волонтерские программы, после каждого определенного этапа или крупного значимого мероприятия (например, окончание спортивного сезона или проведение чемпионата мира), создавать некий, общедоступный ресурс, где могут быть собраны все материалы по отбору,

обучению, деятельности волонтеров (например, фото, видео, презентации и т.д.)? Полученные ответы распределились таким образом: Да – 95%; Нет – 5%.

В связи с тем, что абсолютное большинство респондентов – 95%, считает, создание подобного ресурса необходимым, мы попросили уточнить тех опрошенных, кто ответил «Да» — чему именно будет способствовать, с их точки зрения, создание подобного ресурса?

Как и в предыдущий раз, мы постарались сгруппировать полученные данные в смысловые блоки, что позволило нам получить следующие результаты:

- Спустя какое-то время, данный ресурс поможет более детально восстановить в памяти мероприятие тем, кто в нем участвовал – 28% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- Собранные на данном ресурсе материалы касательно волонтерской деятельности помогут более детально проанализировать прошедшие мероприятия, и в будущем сделать подобные события лучше – 28% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- Появится возможность сохранять и централизованно накапливать опыт разработки, организации и реализации волонтерских программ и проектов – 19% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- В дальнейшем этот ресурс позволит упростить поиск информации о волонтерских программах на различных мероприятиях – 16% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- У людей только собирающихся заниматься волонтерской деятельностью появится возможность более детально представить прошедшее мероприятие, узнать нюансы реализованных волонтерских программ и более качественно подготовиться к будущему мероприятию – 14% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос;

- Затруднились ответить – 7% от количества ответивших «Да» на предыдущий вопрос.

В последующем мы постарались уточнить у опрошиваемых волонтеров, что с их точки зрения, важнее сохранить и передать последующим поколениям добровольцев – эмоциональную или конструктивную информацию? Ответы респондентов разделились следующим образом:

- Важнее сохранить и передать последующим поколениям добровольцев эмоции впечатления и переживания, полученные в процессе участия в мероприятии – 35%;

- Важнее сохранить и передать последующим поколениям добровольцев конструктивную информацию о том, что получилось или не получилось (было хорошо сделано, организовано или привело к определенным трудностям) при реализации волонтерской программы – 65%.

Далее, мы уточнили у опрошиваемых волонтеров, насколько получаемая ими по окончании участия в мероприятии или в рамках долговременной программы поощрения волонтеров сувенирная продукция способствует сохранению добровольческого наследия. Результаты оказались следующими:

- Да, полностью способствует – 54%;
- Способствует, но с годами все меньше и меньше из-за отсутствия разнообразия – 46%;

- Нет, не способствует вообще – 0%.

С целью поиска и разработки новых механизмов в рамках сохранения наследия волонтерской деятельности и в связи с необходимостью совершенствования программ поощрения волонтеров, мы постарались уточнить у респондентов их отношение к сувенирной продукции, несущей скорее знаковый, чем функциональный характер. В результате, ответы опрашиваемых разделились следующим образом:

- В качестве поощрения за свою волонтерскую деятельность я бы скорее хотел получить элементы одежды, сувениры с символикой сообщества (например, ветровка, рюкзак, шапка и т.д., по 1 элементу за участие в определенном количестве мероприятий) – 48%;

- В качестве поощрения за свою волонтерскую деятельность я бы скорее хотел получить знаковые сувениры, демонстрирующие общее количество мероприятий, на которых я помогал (например, знаки отличия с указанием количество мероприятий, коллекцию которых можно собрать) – 48%;

- Награду Правительства нашей страны – 1%;

- Мне кажется, лучше эти средства тратить на тех, кто в них больше нуждается – 1%;

- Затрудняюсь ответить – 2%.

Основываясь на полученных ответах на данный вопрос, можно предположить, что готовность и желание добровольцев расширить спектр поощрительных подарков за счет использования знаковых сувениров позволит организаторам мероприятий улучшить, сделать более разнообразными, программы поощрения волонтеров.

Выводы. Подводя итог данного исследования, основываясь на полученных результатах, мы постарались сформулировать основные выводы и рекомендации:

1. Опыт добровольческой деятельности должен сохраняться в равной степени, как среди родных и близких участников различных волонтерских программ, так и в добровольческих организациях.

2. На данный момент времени, добровольцы по большей части довольны уровнем сохранения информации об их волонтерской деятельности среди родных и близких.

3. При разработке мотивационных программ волонтерским организациям необходимо обратить внимание на такое направление работы, как постоянное сохранение памяти о добровольческой деятельности волонтеров, без учета того, принимают данные добровольцы в последующем участие в деятельности волонтерской организации или нет.

4. Потребность волонтеров в сохранении памяти об их добровольческой деятельности в их волонтерских организациях, скорее всего можно связать с такими мотивами, как «мотив самоутверждения», «просоциальные мотивы» и «мотив аффилиации». В связи с этим, для удовлетворения имеющихся мотивов необходима разработка методов и способов хранения информации, имеющих наиболее персонализированный характер. Например, создание:

- поверхностей (плакаты, баннеры и т.д.) с Ф.И.О. волонтеров, помогавших добровольческой организации в течение календарного года или на каком-либо крупном, долговременном мероприятии;

- фото-видеоархива по мероприятиям с возможностью легкого доступа к данным файлам всем желающим и использование данных материалов в дальнейшей работе организации;

- оформления внутренней обстановки волонтерской организации с использованием изображений добровольцев, участвующих в различных мероприятиях или на различных функциональных позициях;

- постоянно обновляемой аналитической базы, доступной для волонтеров добровольческой организации, включающей в себя информацию о позитивных и негативных моментах в организации волонтерской деятельности с точки зрения добровольцев.

5. Для повышения уровня организации и проведения различных мероприятий, волонтеры видят необходимость в создании общедоступного ресурса, содержащего в большей степени конструктивную, чем эмоциональную информацию по отбору, обучению, деятельности добровольцев на том или ином прошедшем мероприятии.

6. Волонтерские организации, с целью совершенствования своих программ поощрения добровольцев могут включать в них наравне с обычной сувенирной продукцией знаковые сувениры, направленные на сохранение памяти о добровольческой деятельности волонтеров, демонстрирующие общее количество мероприятий, на которых добровольцы помогали (например, знаки отличия с указанием количество мероприятий, коллекцию которых можно собрать).

Список источников

1. Путин В. В. Волонтерство и благотворительность дают устойчивость обществу и государству // Информационное агентство ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/20948975> (дата обращения: 21.10.2024).

2. Лаврентьев А. В., Теодорович М. В. Исследование отношения представителей волонтерского сообщества к программам и проектам, направленным на сохранение наследия добровольческой деятельности // Вестник Института экономики и социальных технологий. 2024. № 1. С. 55–61.

3. Лаврентьев А. В., Анашкина М. Т. Методика оценки уровня выраженности социальной активности волонтеров // Волонтер. 2014. Вып. 4 (12). С. 6–18.

4. Волонтерство как направление воспитательной работы в вузах Санкт-Петербурга / В. П. Барышков, А. В. Лаврентьев, Т. А. Лопатина, С. П. Рябов, В. А. Ткачев. Санкт-Петербург : СПбГИПСР, 2022. 226 с.

References

1. Putin V. V. "Volunteerism and charity give stability to society and the state", *TASS news agency*, URL: <https://tass.ru/obschestvo/20948975>.

2. Lavrentiev A. V., Teodorovich M. V. (2024), "A study of the attitude of representatives of the volunteer community to programs and projects aimed at preserving the heritage of volunteerism", *Bulletin of the Institute of Economics and Social Technologies*, No 1, pp. 55–61.

3. Lavrentiev A. V., Anashkina M. T. (2014), "Methodology for assessing the level of severity of social activity of volunteers", *Volunteer*, Issue 4 (12), pp. 6–18.

4. Baryshkov V. P., Lavrentiev A. V., Lopatina T. A., Ryabov S. P., Tkachev V. A. (2022), "Volunteerism as a direction of educational work in St. Petersburg universities", St. Petersburg, SPbGIPSR, 226 p.

Информация об авторах:

Лаврентьев Алексей Владимирович - специалист по работе с молодежью Волонтерского центра Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Теодорович Мария Владимировна - начальник международного отдела НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург.

УДК 656.079

ТЕНДЕНЦИИ И СТАТИСТИКА МИРОВОГО ТУРИЗМА. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ

Селезнева Вероника Владимировна

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
v.selezneva@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0009-2799-3974

Аннотация. В данной работе представлен комплексный анализ тенденций и статистики мирового туризма, с акцентом на экономические и социальные аспекты. Рассматриваются влияние глобальных экономических факторов на развитие международного туризма, особенности потребительского поведения, а также структура доходов от туризма в различных странах. Подробно анализируются данные Всемирной туристской организации (ЮНВТО) о росте международных туристских прибытий, изменениях в возрастных характеристиках, путешествующих и прогнозы по росту туристического потока. Особое внимание уделяется сравнительному анализу туристической инфраструктуры, в том числе гостиничного бизнеса, и оценке туристско-рекреационного потенциала России.

Ключевые слова: мировой туризм, статистика, тенденции, международные туристские прибыли, гостиничный бизнес, социальные аспекты, экономический кризис, туристско-рекреационный потенциал, ЮНВТО, потребительское поведение.

GLOBAL TOURISM TRENDS AND STATISTICS. COMPREHENSIVE ANALYSIS

Selezneva Veronika Vladimirovna

Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health, St. Petersburg
v.selezneva@lesgaft.spb.ru, ORCID: 0009-0009-2799-3974

Abstract. This paper presents a comprehensive analysis of trends and statistics of world tourism, with an emphasis on economic and social aspects. The influence of global economic factors on the development of international tourism, the peculiarities of consumer behavior, as well as the structure of income from tourism in various countries are considered. The data of the World Tourism Organization (UNWTO) on the growth of international tourist arrivals, changes in the age characteristics of travelers and forecasts for the growth of tourist flow are analyzed in detail. Special attention is paid to the comparative analysis of the tourism infrastructure, including the hotel business, and the assessment of the tourist and recreational potential of Russia.

Keywords: world tourism, statistics, trends, international tourist profits, hotel business, social aspects, economic crisis, tourism and recreational potential, UNWTO, consumer behavior.

Введение. Туризм является одной из ключевых отраслей мировой экономики, играющей важную роль в создании рабочих мест и пополнении бюджетов разных стран. Несмотря на негативные события и экономические кризисы, мировая туристическая индустрия продолжает демонстрировать устойчивый рост. В настоящем исследовании рассматриваются основные тенденции и статистические данные, влияющие на развитие международного туризма.

Материалы и методы исследования. Для анализа использованы данные Всемирной туристской организации (ЮНВТО) и национальных туристических администраций, а также статистическая информация о доходах от туризма в различных странах. Применены методы сравнительного анализа, статистической обработки данных

и систематизации информации, что позволило выявить основные тенденции в развитии мирового туризма.

Результаты исследования. Актуальные исследования показывают, что, несмотря на экономические вызовы, международный туризм не теряет своей привлекательности. По данным Всемирной туристической организации (UNWTO), в 2022 году количество международных поездок возросло на 6,7%, достигнув 935 миллионов. Основные поступления в туристическую отрасль приходят от трат на гостиницы, рестораны и покупки сувениров. В этом контексте, Россия имеет значительный потенциал для улучшения туристических показателей, однако на сегодняшний день используется только 20% этого потенциала, что подчеркивает необходимость разработки национальной стратегии по стимулированию въездного туризма. В условиях глобализации наблюдается явная тенденция к перемещению акцентов с материального производства на сектор услуг, что связано с их высокой ликвидностью и низкой материалоемкостью. Это, в свою очередь, способствует увеличению добавленной стоимости и национального дохода. Туризм, как важная составляющая экономики, также подвержен внешним воздействиям, однако UNWTO предсказывает умеренный рост международного туризма на 4-5% в условиях мировых экономических нестабильностей и политических кризисов в регионах Северной Африки и Ближнего Востока. Туризм остается ключевым источником занятости с более чем 75 миллионами рабочих мест во всемирном масштабе, что обеспечивает рабочие места для каждого двенадцатого трудоспособного гражданина. Эта сфера также предоставляет множество возможностей для молодежи и женщин, способствуя развитию как в городских, так и в сельских местностях, через такие виды туризма, как сельский, этнический и экологический.

В странах с развитой туристической инфраструктурой созданы специализированные государственные учреждения, которые занимаются организацией и координацией туристической политики. Эти агентства под контролем министерств разрабатывают политику и стратегию развития туризма. Например, агентство VisitBritain в Великобритании, Fáilte Ireland в Ирландии, Turespana в Испании, ЕНТ в Италии и NORTRA в Норвегии. Основной задачей этих агентств является продвижение выездного туризма и привлечение иностранных туристов. В рамках своих программ они предоставляют налоговые льготы, упрощают пограничные и таможенные процедуры, поддерживают инвестиционные проекты, финансируют строительство объектов инфраструктуры, организуют рекламные кампании за рубежом, занимаются подготовкой кадров для туристической сферы [1]. Многие правительства выделяют бюджетные средства на развитие туристической инфраструктуры.

По данным на 2023 год, США заработали на международном туризме 116 миллиардов долларов, Испания - 60 миллиардов долларов, Франция - 54 миллиарда долларов [2]. Государство подсобляет туристическую отрасль, выделяя значительные средства на работу национальных туристических организаций, продвигающих свои туристические предложения. В конкурсе по этому показателю первым является Израиль с бюджетом свыше 200 миллионов долларов, вторым - Испания с 150 миллионами долларов, третьим - США и Китай с 70 миллионами долларов, четвертым - Франция с 60 миллионами долларов. В Испании на рекламу тратится 50% бюджета, во Франции - 99%.

Как показывает статистика, согласно данным UNWTO, Франция занимает первое место по популярности в мировом туризме, соотношение 4:1, что обозначает, что на одного туриста, выезжающего за границу, приходится четыре туриста, выезжающих в страну [3].

Международный туризм является источником дохода для всей экономики и бюджета. По статистическим данным одна треть расходов туриста идет на проживание и питание, 25% - на покупку местных товаров, 15% - на транспорт, 10% - на развлечение. При этом отчисления от турфирм составляют 10-30% от объема бюджетных поступлений. Следовательно, 90% денежной массы поступает в государственный бюджет. Это создает новые рабочие места и способствует экономическому росту страны. По данным исследований 35% международной торговли услугами — это сфера туризма, что делает эту сферу наиболее важной с точки зрения занятости. На туристическом рынке занято один из шести трудящихся Земли [4].

По данным исследований Всемирной туристической организации (ЮНВТО), число желающих путешествовать удваивается каждые 10-12 лет, что позволяет создавать рабочие места, ориентированные на молодежь; поэтому туризм можно считать одним из трех перспективных направлений мировой экономики, наряду с образованием и здравоохранением [5]. Спрос на туристические услуги изменяется в зависимости от демографических перемен. Ранее основными потребителями были люди в возрасте 30-50 лет, но с увеличением продолжительности жизни, в этом сегменте увеличивается и число пожилых людей. Обновление спроса привело к росту молодежного туризма в России и за рубежом. Доля туризма в мировом ВВП составляет 9,4%. Эти данные были получены с учетом мультипликативного эффекта. Сектор туризма позволяет сохранить доходы даже во время экономических кризисов. Например, в Европе доход от туризма варьировался от 19,3% на Мальте до 6,5% в России, но не терял своей актуальности.

На данный момент, как утверждают эксперты, лишь 20% потенциала туристической отрасли России используется. У нас не получается столько зарабатывать на туризме, сколько в других странах. Каждый раз, когда российский турист уезжает за границу, он тратит больше, чем иностранный, который приезжает в Россию. По данным Российского союза туриндустрии, в 2022 году из России уехало 12 миллионов туристов, которые потратили в среднем по 2 200 долларов на человека, в общей сложности 26,5 миллиарда долларов по данным Центробанка. В то же время 2,1 миллиона туристов посетили Россию со средними тратами по 4 400 долларов, по данным Всемирной туристической организации (ЮНВТО) [6]. В то же время по оценкам специалистов, Россия могла бы принимать до 40 миллионов туристов в год. В 2022 году, согласно данным ЮНВТО, международные туристские прибытием составило 935 миллионов, рост составил 6,7% по сравнению с 2021 годом, международный доход от международных туристских поездок составил 919 миллиардов долларов, увеличившись на 5%. Как утверждает Всемирный экономический форум, по конкурентоспособности в туристической сфере Россия находится на 59 месте среди 139 стран. Ожидается, что в ближайшие годы рост российского туризма составит 6,7% [7]. В то же время общие тенденции в туристских потоках различаются по регионам. Так, в первой половине 2023 года в Северной Африке наблюдается снижение на 13%, Ближнем Востоке – 11%, в то же время наблюдается рост в странах Южной Африки на 9%. В Европе наблюдается

позитивная динамика. В среднем по региону прирост составил 6%, при этом высокий показатель в Северной Европе (7%), Центральной и Восточной Европе (9%). Обе Америки показали общий рост на 6%, при этом Южная Америка стала лидером с увеличением на 15%. В Азиатско-Тихоокеанском регионе прирост туристов составил всего 5% (в 13% в прошлом году), в России – 2% при 7% общемировом уровне, при этом число туристов из Китая возросло, однако не все они приезжают с целью культурного или товарного обогащения [7].

Согласно данным ЮНВТО [5], в 2022 г. экономика США от международного туризма заработала 93,9 млрд. долл. Россия занимает 28 место с доходом 9,3 млрд. долл. по сравнению с 30 позицией в 2019 г., когда доход составил 7 млрд. долл. Данные о расходах иностранных туристов на международных направлениях представлены в таблице 5. В 2023 г. Россия оказалась на 10 месте по расходам международных туристов, составившим 20,8 млрд. долл. США. Количество международных туристов в 2023 г. возросло более чем на 4% и достигло 981 млн. человек. В 2024 г. ожидается дальнейший рост, однако менее заметный, предполагающий, что количество международных туристов может достигнуть 1 млрд. чел. [8].

С 2019 года в России произошла резкая эскалация экономической ситуации, которая привела к значительному ослаблению конкурентных позиций в сфере туризма. Позиции России среди стран по количеству иностранных туристов упали с 10 до 14, что свидетельствует о снижении притока туристов на 800 тысяч. Основные факторы падения туристической привлекательности России заключаются в подорожании транспортных и гостиничных услуг, создании неблагоприятных условий для въезда и пребывания иностранцев, сложности визового и регистрационного процессов, а также недовольстве местного населения.

В отличие от европейских стран, где достаточно визы и паспорта для пересечения границ, в России, если турист планирует находиться более 72 часов, необходимо регистрироваться по месту проживания. Это существенно усложняет адаптацию иностранцев и может снизить интерес к посещению России.

Кроме того, необходимо отметить, что страны, приведенные в таблицах 2 и 3, имеют наиболее стабильную динамику развития туризма, что свидетельствует о том, что доходы от иностранных туристов превышают расходы на выездные поездки. Это также указывает на убыточность российского туризма, что требует анализа состояния гостиничного бизнеса. По данным ЮНВТО, на начало 2024 года в мире насчитывается свыше 25 миллионов гостиничных номеров. Более 300 гостиничных цепочек с различной структурой и ценовым позиционированием зарегистрированы Международной гостиничной и ресторанной ассоциацией [2]. В первом квартале 2024 года представлены данные о крупнейших операторах гостиничного бизнеса в таблице 1. Характерно, что гостиничный бизнес активно развивается, внедряя современные технологии и тренды, увеличивая количество гостиничных объектов и обеспечивая их равномерное распределение. Эти главные характеристики отражают общий рост гостиничного сектора и его готовность к адаптации с учетом современных потребностей.

Таблица 1 – Ведущие гостиничные сети мира по состоянию на I квартал 2024

№	Название	Штаб-квартира	Вместимость	Количество ГП, входящих в сеть
1	IHG	Англия	616851	4186
2	Wyndham Hotel Group	США	592880	7043
3	Marriot International	США	560681	3178
4	Hilton Hotels Corp	США	545725	3265
5	Accor	Франция	478975	3982
6	Choice Hotels International	США	472526	5827
7	Best Western International	США	330000	4011
8	Starwood Hotels	США	285900	968
9	Carlson Hotels Worldwide	США	154176	1109

К началу 2024 года 10 крупнейших гостиничных групп обеспечивали более 4,1 миллиона гостиничных мест, что составило 56,6% от общего количества мест в гостиницах. Кроме того, 5 из этих компаний контролируют 2,8 миллиона мест или 38% всех мест. Это говорит о высокой концентрации гостиничного бизнеса, причем более 90% гостиничных сетей мирового уровня находятся в собственности гостиничных компаний США и Европы.

В последние два десятилетия гостиничный бизнес активно развивался в странах Азии, на Тихом океане, Африки и многих других странах региона. Кроме того, в последние годы наблюдается значительный рост гостиничного бизнеса в США и Европе, что связано с развитием национальных брендов гостиничного обслуживания Китая, Японии, Сингапура, ОАЭ, Египта и других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Это позволило значительно увеличить количество гостиниц, а также достигнуть более равномерного распределения гостиничных услуг на местном уровне, что является важнейшим показателем качества обслуживания туристов.

Таблица 2 – Количественные показатели доли мирового гостиничного рынка (в %) по странам света в период с 2016-2023 гг.

Год	Северная и Южная Америка	Северная Америка	Карибский бассейн	Центральная Америка	Южная Америка	Азиатско-Тихоокеанский регион	Океания	Европа	Ближний Восток	Африка	Всего
2016	35,2	29,9	1,1	0,3	4,0	20,5	1,6	40,2	1,3	2,7	100,0
2017	35,5	31,7	1,3	0,3	4,2	20,0	1,8	40,3	1,4	2,8	100,0
2018	36,0	31,2	1,3	0,4	4,1	20,6	1,6	39,3	1,3	2,9	100,0
2019	35,4	31,2	1,3	0,4	4,3	20,3	1,8	40,1	1,3	2,9	100,0
2020	32,9	27,5	1,2	0,4	3,9	22,5	1,6	40,4	1,3	2,9	100,0
2021	33,1	27,4	1,2	0,4	4,2	22,9	1,7	39,7	1,4	2,9	100,0
2022	33,3	27,0	1,2	0,4	4,6	23,3	1,5	39,1	1,4	2,9	100,0
2023	33,5	26,8	1,3	0,4	5,0	23,7	-	38,5	1,4	2,8	100,0

Следует заметить, что в таблице 2 отсутствуют данные о России, что демонстрирует низкие показатели размещения туристов в этой стране. Конкурируя с соперниками, гостиничные сети стремятся к дифференциации, создавая дополнительные специальные предложения и уникальные услуги, которые способствуют повышению уровня удовлетворенности клиентов и лояльности. При этом, как показывает опыт, накопление конкурентных преимуществ возможно лишь у отелей, которые придерживаются своего главного концепта и качества. Бренды, ассоциируемые с надежностью и качеством, четко выделяются в сознании туристов, что приводит к росту их привлекательности и числа лояльных клиентов. В конечном итоге именно качественное предоставление услуг становится определяющим фактором в формировании имиджа гостиничной сети на международной арене.

По итогам 2023 года можно отметить, что загрузка гостиниц в России (Москва и Санкт-Петербург) ниже, чем у иностранных конкурентов, соответственно на 18% и 24%. Причем данный факт особенно актуален для более дорогих гостиниц. В 5-звездочных гостиницах этот разрыв составил 24% по Москве и 29% по Санкт-Петербургу. Таким образом, наличие известного международного бренда является дополнительным фактором для клиентов, что также подчеркивает международный имидж отеля [9].

По данным Росстата, гостиничная отрасль России демонстрирует стабильный тренд, за последние шесть лет количество гостиниц увеличилось почти в два раза, с 4000 в 2016 году до 7410 в 2023 году. Однако, даже с учетом данного роста, обеспеченность гостиницами на душу населения по-прежнему ниже международного уровня, особенно в крупных городах. Например, в Москве обеспеченность гостиничными номерами составляет менее 4 на 1000 человек, тогда как в европейских городах этот показатель достигает 8-10 [4].

Сложившаяся ситуация в гостиничном бизнесе позволяет говорить о динамичном развитии данного сектора, связанном с открытием гостиниц различной направленности и интернационализацией гостиничного рынка за счет увеличения присутствия международных гостиничных брендов, прежде всего в столичных городах. Прогнозируется, что к 2024 году 70% гостиничного сервиса будет сосредоточено в Москве и Санкт-Петербурге. Вместе с тем, развитие гостиничного бизнеса наблюдается и в других населенных пунктах, что связано с недостатком качественного гостиничного сервиса, который стремятся занять международные гостиничные сети на фоне модернизации инфраструктуры к международным спортивным мероприятиям.

В связи с предстоящими международными спортивными событиями (Олимпийские игры в Сочи в 2014 г. и Чемпионат мира по футболу в 2018 г.) гостиничная сеть России нуждается в серьезной оптимизации. Так, в рамках чемпионата ФИФА выделены пять кластеров: Центральный с центром в Москве, Северный (Санкт-Петербург и Калининград), Волжский (Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ярославль), Южный (Краснодарский край, Ростов-на-Дону, Сочи) и Екатеринбург как отдельный кластер.

Поддержка инфраструктуры туристической сферы, включая турагентства и туроператоров, также является важным аспектом. Так, по состоянию на 01.01.2023 в стране зарегистрировано 4405 туроператоров с различными уровнями финансовых гарантий – в зависимости от масштаба их деятельности. На 01.01.2024 зарегистрировано

4465 туроператоров, что свидетельствует о стабильности и уверенности в будущем туристической отрасли, несмотря на колебания в предшествующие годы: 4593 в 2022 году и 4248 в 2021 году [8].

По данным консорциума «Тревел Эксперт», в Москве каждый месяц открывается 80–100 новых компаний. В итоге в столице и области зарегистрировано 1780 турфирм. На втором месте Санкт-Петербург и область – 398 офисов. Далее идут Екатеринбург (260), Нижний Новгород (180), Самара (171), Пермь (156), Казань (138), Челябинская область (120), Волгоградская (113), Новосибирская (108), замыкает десятку Саратовская область (101 офис) [4]. Из 4465 действующих туроператоров только 14,4% (642 компании) работают в сегменте въездного туризма. В то же время сегмент выездного туризма активно растет: в 2017 г. выездных туристов было на 144% больше, чем в 2016 г. В 2018 г. – на 126%. В 2019 г. – на 133%, в 2020 г. – на 123%. В 2021 г. экономический кризис негативно сказался на доходах населения, в результате чего выездной туризм сократился на 4% [10]. С 2022 г. спрос на выездные поездки восстанавливается, в то время как прирост въездного туризма не столь заметен.

Таким образом, въездной туризм занимает не последнее место в туристической сфере страны, но уровень его ниже, чем у выездного и требует активизации работы по привлечению иностранных туристов в Россию. Данные по числу посещений и денежным поступлениям от иностранных туристов представлены в таблице 3 за 2021-2022 годы.

Таблица 3 – Въезд иностранных граждан в РФ

Год	Количество поездок (тыс.)	Поступления (млн руб.)
2021	19,420	288,88
2022	20,271	278,535

По данным, представленным в таблице 3, в России наблюдается резкое сокращение доходов от иностранного туризма, что во многом объясняется:

- экономической и политической нестабильностью;
- отсутствием последовательных мер по защите прав туристов на получение туристских услуг;
- неэффективностью маркетинга;
- недостаточной развитостью инфраструктуры;
- недостаточной транспортной доступностью;
- низким качеством обслуживающих услуг, гостиничного сервиса;
- недостаточной квалификацией обслуживающего персонала и низким уровнем обслуживания;
- отсутствием инвестиций, недостаточной инвестиционной привлекательностью;
- отсутствием поддержки экотуристических инициатив со стороны местного самоуправления.

Решение указанных проблем является важным шагом на пути к позитивным изменениям в развитии туризма в России и созданию условий для реализации туристского потенциала страны.

Выводы. Ключевыми факторами, влияющими на развитие туризма, являются возрастные характеристики туристов и изменения в потребительских предпочтениях. Наблюдается рост числа пожилых путешественников и молодежного туризма. В то же время, Россия сталкивается с проблемами, связанными с недостаточным развитием туристической инфраструктуры и низким качеством обслуживания. Эти факторы ограничивают возможности для привлечения зарубежных туристов и требуют активных действий со стороны государства.

Тенденции и статистика мирового туризма подтверждают, что это направление продолжает оставаться важным для экономики стран. Однако для повышения конкурентоспособности страны, необходимо развивать внутренний рынок туризма, улучшать инфраструктуру и качество обслуживания. Эффективные меры поддержки и стимулы для въездного туризма могут значительно увеличить объемы туристических потоков и улучшить финансовые показатели в этой сфере. Важно учитывать, как глобальные, так и локальные факторы для формирования устойчивой и динамичной туристической индустрии.

Список источников

1. Аманназаров Д. А., Нуриев Х. Г., Сейитныязова Г. С. Эволюция туризма от массового туризма к роскошному опыту // Вестник науки. 2024. № 3 (72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-turizma-ot-massovogo-turizma-k-roskoshnomu-opytu> (дата обращения: 28.11.2024).
2. Полонкоева Ф. Я., Оздоева З. Х. Туризм в современном мире // МНИЖ. 2022. № 2-3 (116). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 28.11.2024).
3. Платов А. В., Новичкова И. А., Литвинова О. И., Хореева Н. К. Менеджмент впечатлений в туризме // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-vpechatleniy-v-turizme> (дата обращения: 28.11.2024).
4. Калабкина И. М., Борисова К. А., Щербинкина М. С. PR в туризме // Научное обозрение. 2022. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pr-v-turizme> (дата обращения: 28.11.2024).
5. Мошняга Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире / Е. В. Мошняга // Вестник РМАТ. 2019. № 3. С. 20–34.
6. Полонкоева Ф. Я., Накастхоева И. М. Популярные виды туризма // Colloquium-journal. 2022. № 17 (140). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnye-vidy-turizma> (дата обращения: 28.11.2024).
7. Гурбаньязов Ш. Цифровые трансформации в туризме // Символ науки. 2023. № 3-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-transformatsii-v-turizme> (дата обращения: 28.11.2024).
8. Гуменный Г. М., Немокаев А. А., Москалев М. С. Развитие туризма в Иркутске // Бизнес-образование в экономике знаний. 2022. № 2 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-irkutske> (дата обращения: 28.11.2024).
9. Черникова Л. И., Бокарева Е. В., Ветрова Е. А. Технологии умного туризма - экономический подход (туризм 4.0) // Инновации и инвестиции. 2023. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-umnogo-turizma-ekonomicheskiiy-podhod-turizm-4-0> (дата обращения: 28.11.2024).
10. Черкашина И. В., Адамюк А. П., Пшеничных Ю. А. Основы антикризисного управления: влияние и пути дальнейшего развития международного туризма в условиях пандемии // Вестник молодежной науки. 2020. № 2 (24). С. 5.

References

1. Amannazarov D. A., Nuriev H. G., Seyitnyazova G. S. (2024), "The evolution of tourism from mass tourism to luxury experience", *Bulletin of Science*, No. 3 (72), URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-turizma-ot-massovogo-turizma-k-roskoshnomu-opytu> (accessed: 11/28/2024).

2. Polonkoeva F. Ya., Ozdoeva Z. H. (2022), "Tourism in the modern world", *MNIZH*, No. 2-3 (116), URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-v-sovremennom-mire> (date of request: 11/28/2024).

3. Platov A. V., Novichkova I. A., Litvinova O. I., Khoreeva N. K. (2022), "Impression management in tourism", *Scientific result. Business and service technologies*, No. 4, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-vpechatleniy-v-turizme> (date of reference: 11/28/2024).

4. Kalabkina I. M., Borisova K. A., Shcherbinkina M. S. (2022), "PR in tourism", *Scientific Review*, No. 2, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pr-v-turizme> (date of request: 11/28/2024).

5. Moshnyaga E. V. (2019), "The main trends in the development of tourism in the modern world", *Bulletin of the RMAT*, No. 3, pp. 20–34.

6. Polonkoeva F. Ya., Nakasthoeva I. M. (2022), "Popular types of tourism", *Colloquium-journal*, No. 17 (140), URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnye-vidy-turizma> (date of request: 11/28/2024).

7. Gurbanniyazov S. (2023), "Digital transformations in tourism", *Symbol of Science*, No. 3-1, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-transformatsii-v-turizme> (date of request: 11/28/2024).

8. Gumenny G. M., Nemokaev A. A., Moskalev M. S. (2022), "Tourism development in Irkutsk", *Business education in the knowledge economy*, No. 2 (22), URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-irkutske> (date of reference: 11/28/2024).

9. Chernikova L. I., Bokareva E. V., Vetrova E. A. (2023), "Smart tourism technologies - an economic approach (tourism 4.0)", *Innovations and investments*, No. 7, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-umnogo-turizma-ekonomicheskiiy-podhod-turizm-4-0> (date of reference: 11/28/2024).

10. Cherkashina I. V., Adamyuk A. P., Pshenichnykh Yu. A. (2020), "Fundamentals of anti-crisis management: the impact and ways of further development of international tourism in a pandemic", *Bulletin of Youth Science*, № 2 (24), p. 5.

Информация об авторе:

Селезнева Вероника Владимировна – ассистент кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте

Требования к предоставлению статей в редакцию журнала

В редакцию журнала «Вестник Института экономики и социальных технологий» статья подается в электронном виде (текстовый редактор Microsoft Word). Объем статьи от 5 до 8 страниц.

Правила оформления текста статьи

Текст публикации должен быть набран в текстовом редакторе Word, шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5, абзацный отступ – 1,25 см, поля сверху, снизу, слева, справа – 2 см.

Основной текст статьи может быть структурирован и состоять из следующих частей: введение; текст статьи (с выделением разделов Материалы и методы", "Результаты", "Обсуждение" и др.); заключение».

Ссылки на номера использованных литературных источников в квадратных скобках (указываются по тексту статьи). **Статьи без ссылок на используемую литературу не принимаются.**

Статьи необходимо оформить в соответствии с **ГОСТ Р.7.0.7-2021**.

В верхнем левом углу проставляется УДК.

Ниже: название статьи ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ, полужирным начертанием, выравнивание по центру (без абзацного отступа). Затем – отступ в одну пустую строку. Ниже – основные сведения об авторе: имя, отчество, фамилия автора (полностью); наименование организации (учреждения), где работает или учится автор (без обозначения организационно-правовой формы юридического лица); электронный адрес автора (без слова «e-mail»); открытый идентификатор учёного (Open Researcher and Contributor ID – ORCID) (при наличии).

Аннотация (abstract) объемом до 250 слов не должна повторять название. Приводятся: краткая характеристика содержания работы (проблематика, методы исследования, результаты), основные результаты и выводы. Ключевые слова (keywords) отражают предметную, терминологическую область статьи (3–10 слов или словосочетаний). Каждое ключевое слово отделяется от другого запятой.

Сведения пп. 1-8 повторяются на английском языке.

Благодарности (если есть необходимость): после ключевых слов приводят слова благодарности организациям (учреждениям), научным руководителям и другим лицам, оказавшим помощь в подготовке статьи, сведения о грантах, финансировании подготовки и публикации статьи, проектах, научно-исследовательских работах, в рамках или по результатам которых опубликована статья (при наличии).

Далее (после отступа в одну пустую строку) следует текст.

Перечень затекстовых библиографических ссылок помещают после основного текста статьи с предшествующими словами **Список источников** и располагают их в порядке цитирования. Библиографическую запись для списка источников составляют по ГОСТ Р 7.0.5-2008. Отсылки в тексте документа заключают в квадратные скобки. Самоцитирование необходимо оформлять так же, как и цитирование.

Список источников должен содержать не менее трех источников в порядке упоминания их в тексте. Обязательно цитирование (одна и более ссылок) специалистов по теме исследования (на языке оригинала, желательно на статьи из журналов). Рекомендуются цитирование литературы, изданной в течение последних пяти лет. Не рекомендуется цитирование ненаучных и научно-популярных источников (энциклопедий, словарей, учебников и учебных пособий), а также новостных лент и блогов, если это не оправдано логикой исследования.

В текст могут быть включены графические изображения (рисунки) и таблицы в черно-белом цвете. **Таблицы** представляются в формате Word. Таблицы в тексте должны нумероваться и иметь заголовки, размещенные над полем таблицы. Заголовок следует помещать над таблицей без точки в конце. Таблицу необходимо располагать после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. **Рисунки** (фотографии, скриншоты и т.п.) размещаются в тексте статьи, а также прикрепляются отдельными файлами в форматах JPEG или TIFF с разрешением не меньше 150 dpi; рисунки Word и Excel прикрепляются также отдельным файлом в формате DOC.

В конце статьи приводят **информацию об авторах**: ученая степень, ученое звание, место работы (подразделение) и другие сведения.