

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2019, №6, Том 7 / 2019, No 6, Vol 7 <https://mir-nauki.com/issue-6-2019.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/107PDMN619.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Барабанова В.Б. Основные формы социально-воспитательной деятельности в профессиональном баскетболе (российский и зарубежный опыт) // Мир науки. Педагогика и психология, 2019 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/107PDMN619.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Barabanova V.B. (2019). Main forms of social and educational activity in professional basketball (Russian and foreign experience). *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 6(7). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/107PDMN619.pdf> (in Russian)

УДК 37

Барабанова Виктория Борисовна

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, Россия

Центр физической культуры и спорта

Тренер

Доктор философских наук, профессор, Академик Российской Академии Естествознания

E-mail: vicbarabanova@mail.ru

Основные формы социально-воспитательной деятельности в профессиональном баскетболе (российский и зарубежный опыт)

Аннотация. Активное развитие как массового, так и, в особенности, профессионального спорта приводит к значительному росту количества людей, напрямую не занятых в спортивной деятельности, но глубоко интегрированных в эту сферу человеческого бытия: болельщики и болельщицкие ассоциации, организации-спонсоры, социальные партнеры команд, рекламные и информационные агентства и т. д.

Автором представлен целый спектр проблем, связанных с влиянием/воздействием профессионального спорта на широкие массы болельщиков, формирования у них определенного способа и стиля жизни, принятия либо неприятия определенных ценностей и моделей поведения. Соответственно, разные виды спорта (в частности, баскетбол) нуждаются в выработке инновационных принципов работы с болельщиками, формирования своего рода «жизненного мира» для своих команд. Существует опыт деятельности различных зарубежных, международных и национальных ассоциаций, который требует изучения, и, в первую очередь, опыт НБА, баскетбольной Евролиги, отечественной Единой лиги ВТБ.

В статье отражены цели воспитательного воздействия в профессиональном спорте в баскетболе одновременно является популяризация спорта и культурных событий; духовно-нравственное, патриотическое и эстетическое воспитание широкой целевой аудитории (спортсмены, болельщики); формирование ценностных ориентаций болельщиков; привлечение к спортивным мероприятиям фанатов-представителей молодежных субкультур; пропаганда здорового образа жизни; сохранение спортивных, национальных и исторических традиций; воспитание культуры общения детей и молодежи; воспитание толерантности; распространение позитивных ценностей спортивной борьбы и принципов Фэйр Плэй; психолого-педагогическое сопровождение спортсменов.

Автором предложены формы социально-проектной деятельности в сфере спорта (социальный проект, социальная программа, социальная или благотворительная акция) в

равной степени ориентированы на социальное и воспитательное воздействие. Основными формами социально-воспитательной деятельности профессиональных баскетбольных организаций (ассоциаций) являются: социальные проекты, программы и акции, промоакции, благотворительные акции и проекты.

Ключевые слова: социально-воспитательная деятельность; социальные проекты и программы; социальные акции; PR-сопровождение; физическая культура и спорт; пресс-релиз; PR-акции; достижения; спортивные соревнования; экономической эффективности; управление маркетингом; гуманитарно-воспитательные стратегии; социология; экономическая теория представители СМИ; социальная деятельность; эффективность; социальная группа; социально-воспитательной деятельности; спортивная организация; социально-проектной деятельности; социальные бизнес-проекты; социальное проектирование в области спорта

Развитие и становление социально-воспитательной деятельности в сфере профессионального и массового баскетбола – вопрос, который, не смотря на свою актуальность, до сих пор не освещался в научно-педагогической литературе. На наш взгляд, это, с одной стороны, связано с тем, что реалии социальной педагогики лишь в последнее десятилетие нашли обоснование и широкое применение в педагогических исследованиях, а, с другой стороны, также и с тем, что сама задача интеграции воспитательной и социальной деятельности в практике профессионального спорта только начинает осмысливаться на теоретическом, и реализоваться на практическом уровнях.

Мы полагаем, что важнейшей задачей исследователей на настоящем этапе является выявление и обобщение позитивного эмпирического опыта социально-воспитательной деятельности крупных профессиональных баскетбольных сообществ как в нашей стране, так и за рубежом. Уже само обобщение данного опыта представляет собой нелегкую проблему в связи с тем, что данный материал нигде не представлен в систематическом виде и может оцениваться только по разрозненным крупным фрагментам информации, которую можно почерпнуть: (а) из СМИ; (б) на сайтах баскетбольных организаций (разделы «Управление маркетингом», «Социальные проекты» и пр.); (в) на сайтах вузов (в рубриках «Социально-воспитательная деятельность»); (г) в описании рекламных и PR-акций, пресс-релизах и т. п. Между тем, без обобщения данной информации невозможно создание эффективной модели социально-воспитательной деятельности спортивной организации [1].

В контексте нашего исследования необходимо пояснить значение определенных терминов, заимствованных из социологии и экономической теории. Однако, в первую очередь, представляется важным дать определение физкультурно-спортивной организации. Вслед за С.С. Филипповым и Н.И. Антоновой мы рассматриваем физкультурно-спортивную организацию как открытую динамическую систему, выступающую как социальная общность людей, объединившихся для достижения общих целей [2].

Можно выделить несколько распространенных форм профессиональных спортивных (баскетбольных) сообществ (организаций), которые одновременно несут также и воспитательное воздействие. Ключевыми из них являются:

- социальные проекты и программы (в том числе социальные бизнес-проекты);
- социальные акции (включая промо-акции);
- благотворительные акции и проекты.

Как правило, социальные проекты в области спорта классифицируют как культурные проекты.

Социальный проект отличается от социальной акции большей продолжительностью социальной деятельностью, определенным хотя бы приблизительно сроком действия проекта и, во многих случаях, большей сферой охвата целевой аудитории и более грандиозными целями. Любые социальные проекты носят творческий характер и по этой причине с трудом поддаются систематизации. Некоторые социальные проекты рассчитаны на долговременную перспективу. Социальная программа по сравнению с социальным проектом носит более масштабный и планомерный характер.

Социальные акции, даже массовые и масштабные, это, в отличие от социальных проектов, обычно одноразовые события, ограниченные по времени воздействию на социальную группу. Формы социальных акций разнообразны, и, в целом, типичны по структуре. Сюда можно отнести: флешмобы, театрализованные представления, дискотеки, спортивные соревнования и пр. Социальные акции могут включать в себя опрос общественного мнения и т. д. [3].

И социальные проекты, и социальные акции носят, в первую очередь, прагматический характер, преследуют определенные социальные цели, направлены на результат и рассчитаны на тот или иной экономический эффект. Социальный проект может включать в себя ряд социальных акций.

Эффективность социальных акций и проектов во многом зависит от освещения события в СМИ, рекламного и PR-сопровождения, от яркой, зрелищной формы презентации социального содержания (данный пункт особенно актуален для социальных акций, которые, в силу ограниченности по времени, должны привлечь как можно больше участников) [4]. По своим целям социальные акции и проекты в сфере спортивной деятельности во многом близки. Типичными из них являются: популяризация определенного вида спорта (в данном случае баскетбола), привлечение на спортивные соревнования как можно более широкой аудитории: болельщиков, представителей СМИ, общественных и муниципальных, региональных и международных организаций. Большое количество социальных проектов и акций в спорте направлены на популяризацию здорового образа жизни, оптимизацию экологического воздействия, патриотическое воспитание, помощь в социализации людей с ограниченными возможностями здоровья, помощь животным и др. [5]. Аналогичным целям отвечают обычно и благотворительные проекты акции, однако последние, как свидетельствует практика, обычно носят менее масштабный характер и не так интенсивно рекламируются, чем социальные проекты. Основная же суть благотворительных проектов заключается в том, что их финансирование происходит в форме меценатства и не ставит перед проектом коммерческих задач [6]. До сих пор значимость социальных проектов в сфере физической культуры и спорта оценивалась, в основном, с точки зрения их окупаемости и экономической эффективности [4]. Между тем, любой эффективный социальный проект несет на себе также и аксиологическую нагрузку, являясь выражением определенного общественно значимого педагогического наполнения с точки зрения социального воспитания [4]. Социальный проект обычно направлен на создание благоприятных условий для адаптации социализации, саморазвития и самореализации личности в результате решения тех или иных актуальных социальных проблем, имеющих в обществе, а также нормализации социокультурной и социально-психологической среды, окружающей человека. Однако эти проблемы пока недостаточно исследованы. Как считает В.А. Луков, «социальная сфера, культурная жизнь общества остаются слабо регулируемы при помощи права, трудно поддающимися управленческому воздействию государства и негосударственных организаций. В этих еще малоосвоенных в организационном отношении областях возникают и новые вопросы, не все из которых могут и должны решаться в рамках менеджмента. Поэтому социальное проектирование, как и его разновидность – социокультурное проектирование, оказывается пограничной областью социального знания и социальной деятельности» [5].

Помимо экономической эффективности и управления маркетингом, социальное проектирование в области спорта должно опираться также на гуманитарно-воспитательные стратегии. Проектирование в области физической культуры и спорта, по мнению О.А. Ледовской и Т.В. Турматовой, включает в себя несколько компонентов [3].

- а) *содержательный* (развитие физических и психических качеств личности, развивающее обучение, организация массовых физкультурных и спортивных мероприятий, планирование профессиональной деятельности и др.);
- б) *образовательный* (освоение системы специальных знаний и их рационального применения для оптимизации физических потенциалов индивида; формирование способов познания и преобразования собственных физических качеств и окружающего мира);
- в) *воспитательный* (формирование социально-значимых потребностей и ценностных установок личности; воспитание негативного отношения ко всем видам антисоциального поведения и зависимостей человека; становление ценностей здорового образа жизни);
- г) *восстановительный* (восстановление нарушенных или временно утраченных функций организма человека проведение комплекса мероприятий по предупреждению заболеваний).

Приведем примеры реализации различных форм социально-воспитательной деятельности профессиональных баскетбольных ассоциаций в процессе работы с болельщиками и другой целевой аудиторией (табл. 1).

Таблица 1

Формы и содержание социально-воспитательного воздействия в процессе работы с болельщиками, представителями массового, детского, адаптивного спорта [6]

Содержание, форма и организаторы социально-воспитательной деятельности	Цели социального воздействия	Цели воспитательного воздействия
Социальная акция: первый баскетбольный Матч Звезд Единой лиги ВТБ в формате <i>Звезды России</i> против <i>Звезд Мира</i> (Сочи, 11.02.2017).	Популяризация баскетбола. Работа с ТВ и СМИ. Увеличение зрелищности. Привлечение новых болельщиков (в том числе туристов) в сотрудничестве с шоу-бизнесом. Акция собрала 12 тыс. зрителей.	Одновременная популяризация спорта и культурных событий. Привлечение к спортивным мероприятиям фанатов-представителей молодежных субкультур. Духовно-нравственное, патриотическое и эстетическое воспитание. Формирование ценностных ориентаций болельщиков.
Социальный международный проект: «ВТБ Арена парк»: двустороннее партнерское соглашение о сотрудничестве с баскетбольной Евролигой, направленное на комплексное развитие масштабной городской территории в центре Москвы, реконструкцию парков и спортивных объектов.	Популяризация баскетбола. Привлечение международного бизнеса к созданию городских досуговых зон, защищающих жителей от шума и суеты. Привлечение новых болельщиков и широкой телеаудитории. Развитие спортивного спонсорства.	Развитие межкультурных связей, патриотическое, эстетическое и экологическое воспитание, пропаганда здорового образа жизни. Сохранение спортивных и исторических традиций.

Содержание, форма и организаторы социально-воспитательной деятельности	Цели социального воздействия	Цели воспитательного воздействия
<p>Социальная программа: Организация и проведение регулярных безвозмездных физкультурных занятий «Одна команда – Химки» клубом Химки в двух школах г. Химки в рамках общеевропейской социальной программы баскетбольной Евролиги на протяжении всего учебного года.</p>	<p>Популяризация баскетбола в детской (школьной) аудитории. Привлечение новых болельщиков. Выстраивание партнерских отношений между клубами и обществом.</p>	<p>Пропаганда здорового образа жизни. Воспитание культуры общения детей и молодежи. Духовно-нравственное и патриотическое воспитание. Распространение позитивных ценностей спортивной борьбы.</p>
<p>Благотворительный проект: клуб Химки оказывает ежегодную организационную поддержку детскому фонду в проведении турнира по баскетболу 3x3 «Чебуриада» среди воспитанников детских домов.</p>	<p>Популяризация баскетбола в детской (школьной) аудитории. Привлечение новых болельщиков.</p>	<p>Пропаганда активного, здорового образа жизни среди наиболее незащищенной части населения (дети – воспитанники детских домов). Поликультурное, эстетическое, духовно-нравственное и физическое воспитание.</p>
<p>Частная благотворительная акция (при поддержке НБА): благотворительный вечер «Кириленко – детям» с участием звезд баскетбола в форме аукциона, где разыгрывались различные вещи звезд мирового масштаба. 25.03.2017.</p>	<p>Популяризация баскетбола в детской среде. Привлечение новых болельщиков.</p>	<p>Поликультурное, эстетическое, духовно-нравственное и физическое воспитание. Формирование ценностных ориентаций.</p>
<p>Социально-благотворительные акции НБА (NBA Cares): <i>NBA Fit</i> – пропаганда здорового питания и образа жизни. <i>NBA Green</i> – защита окружающей среды. <i>My Brother's Keeper</i> – программа, призванная помочь детям в их планах на будущее. <i>Jr. NBA</i> – баскетбольная программа для школьников 6–14 лет. <i>Basketball Without Borders</i> – специальные лагеря для популяризации баскетбола и НБА по всему миру. Международные социальные программы с участием звезд НБА (Яо Мин – в Китае, Андрей Кириленко – в России и т. д.) и др.</p>	<p>Популяризация баскетбола и продвижение бренда НБА. Привлечение болельщиков. Экологизация окружающей среды. Социализация детей и подростков, наставничество их игроками НБА. Пожертвование на благотворительность, строительство жилья, нужды образования, здравоохранение. Развитие медиа-контента через социальные сети, конкурсы для болельщиков в социальных сетях. Приглашение звезд ТВ-шоу и сериалов. Привлечение новых спонсоров.</p>	<p>Управление системой физического воспитания. Поликультурное, эстетическое, духовно-нравственное и физическое воспитание и просвещение. Сохранение и развитие спортивных, исторических и национальных традиций.</p>
<p>Социальный проект: долгосрочный проект <i>One Team</i> (Евролига) направлен на организацию мероприятий по реабилитации и социализации неблагополучных категорий населения, включая социализирующие мероприятия, тренировки по баскетболу. Реализуется с 2012 г.</p>	<p>Реабилитация маргинальных групп: дети из неблагополучных семей, интернатов, дети с врожденными заболеваниями, реабилитирующиеся наркоманы, алкоголики и т. п.). Популяризация баскетбола и продвижение бренда Евролиги.</p>	<p>Формирование коммуникативных компетенций в процессе командной работы, воспитание нравственных качеств, готовности к сотрудничеству, партнерству, уважение, толерантность и др. Пропаганда здоровьесбережения.</p>

Содержание, форма и организаторы социально-воспитательной деятельности	Цели социального воздействия	Цели воспитательного воздействия
Воспитательные и образовательные программы Евролиги: профильные образовательные программы и мастер-классы для сотрудников клубов и др. специалистов. Разработана совместная магистерская программа Евролиги <i>EVI-Master</i> и университета <i>Ca'Foscari</i> (Италия) в области спортивного менеджмента и маркетинга.	Повышение профессиональной квалификации сотрудников, тренеров, спортивных руководителей и др. Подготовка управленцев. Возможности профессионального сопровождения спортсменов, завершающих карьеру и др.	Формирование социальных, коммуникативных и профессиональных компетенций кадров. Психолого-педагогическое сопровождение персонала.
Благотворительная акция: клуб «Парма» подписал контракт с 17-летней Настей Аршавой, страдающей юношеским артритом, которой позволили на один день стать игроком этой команды. Девушка получила от клуба гонорар, который позволил оплатить необходимое дорогостоящее лечение.	Реабилитация и социализация инвалидов, лиц с ограниченными возможностями здоровья. Поддержка незащищенных групп населения.	Пропаганда здоровьесбережения. Формирование гуманистических ценностных установок. Воспитание на моральных примерах.
Социальный проект: работа с болельщиками БК «Астана» в социальных сетях, организация постоянно действующего интерактивного диалога игроков и сотрудников клуба с болельщиками. В рамках проекта проводятся социальные акции: «Ужин с игроками», летний проект уличного баскетбола «Улица зовет», международные акции в рамках проекта <i>International Assist</i> и др.	Привлечение новых болельщиков. Популяризация баскетбола и продвижение бренда клуба.	Пропаганда здоровьесбережения. Формирование коммуникативных компетенций, воспитание высоких нравственных качеств, межкультурной толерантности, готовности к сотрудничеству.
Социальный проект: «Школа баскетбола» – совместный спонсорский проект Единой лиги ВТБ, «СИБУР Холдинг» и «СИБУР-ЗЕНИТ», направленный на развитие детско-юношеского баскетбола. Создание уникального баскетбольного лагеря для юных спортсменов SIBURCAMP из различных городов России.	Популяризация баскетбола и продвижение бренда Единой лиги ВТБ. Социализация юных спортсменов. Развитие спонсорских взаимосвязей.	Популяризация спорта и здорового образа жизни. Поликультурное, эстетическое, духовно-нравственное и физическое воспитание и просвещение детей и молодежи. Главная идея проекта – показать важную роль спорта в гармоничном развитии ребёнка.

Как видно из таблицы, все формы социально-проектной деятельности в сфере спорта (социальный проект, социальная программа, социальная или благотворительная акция) в равной степени ориентированы на социальное и воспитательное воздействие [7–10].

Выводы

Основными формами социально-воспитательной деятельности профессиональных баскетбольных организаций (ассоциаций) являются: социальные проекты, программы и акции, промоакции, благотворительные акции и проекты. Их эффективность зависит от интенсивности освещения событий в СМИ, рекламного и PR-сопровождения, актуальности и социальной значимости содержательного наполнения. Интеграция воспитательного компонента, базирующегося на общечеловеческих гуманитарных и духовных ценностях, в структуру маркетингового планирования и социального проектирования планирования

позволяет усилить общественную значимость социальных проектов, повысить мотивацию и личную заинтересованность индивидов, являющихся субъектами социально-воспитательной деятельности (спортсмены, болельщики, тренеры, управленческий и вспомогательный персонал), привлечь новых болельщиков, телезрителей и спонсоров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барабанова В.Б., Корстин И.К. Концептуальная модель социально-воспитательной деятельности Единой лиги ВТБ // Интернет-журнал «Мир науки», 2018 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/49PDMN618.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
2. Филиппов, С.С., Антонова, Н.И. Анализ коммерческой физкультурно-спортивной организации как социальной системы // Учен. записки ун-та им. П.Ф. Лесгафта. – 2012. – №5(87). – С. 145–148.
3. Ледовская, О.А., Нурматова, Т.В. Значение проектной деятельности на занятиях по физической культуре в вузе [Текст] / О.А. Ледовская, Т.В. Нурматова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: мат-лы Всерос. науч.-метод. конф., 29–31 янв. 2014 г., Оренбург / М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". – Оренбург, 2014. – С. 3980–3985.
4. Бальсевич, В.К. Основные положения интенсивного инновационного преобразования национальной системы физкультурно-спортивного воспитания детей и молодежи России / В.К. Бальсевич // Теория и практика физической культуры. – 2002. – № 3. – С. 3–5.
5. Луков, В.А. Социальное проектирование: учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии: Флинта, 2003.
6. Жук, С.С., Панкова, О.Н. Проекты в сфере физической культуры и спорта и оценка их эффективности // Science Time. – 2015. – №4 (16). – С. 273–279.
7. Thurgood Marshall College Fund, Special Olympics, YMCA of the USA, Boys & Girls Clubs of America, UNICEF, the Make-A-Wish Foundation, Share Our Strength and GLSEN.
8. Anziolotti, E. How the NBA's Progressivism Is Helping It Thrive // URL: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/06/nba-progressivism/487610/>.
9. Burns Ortis, M. The NBA's social media explosion // URL: http://www.espn.com/espn/page2/story/_/page/burnsortiz%2F110425_nba_social_media/sportCat/nba.
10. Flomenbaum, A. How TNT's social strategy for Inside the NBA continues to evolve // 27 October 2015 // URL: <http://www.thedrum.com/news/2015/10/27/how-tnts-social-strategy-inside-nba-continues-evolve>.

Barabanova Victoria Borisovna
Southern federal university, Rostov-on-Don, Russia
E-mail: vicbarabanova@mail.ru

Main forms of social and educational activity in professional basketball (Russian and foreign experience)

Abstract. The active development of both mass and, in particular, professional sports leads to a significant increase in the number of people who are not directly involved in sports activities, but are deeply integrated into this sphere of human life: fans and fan associations, sponsoring organizations, social partners of teams, advertising and news agencies, etc.

The author presents the whole range of problems arises related to the influence/impact of professional sports on the masses of fans, their formation of a certain way and lifestyle, acceptance or rejection of certain values and patterns of behavior. Accordingly, different types of sports (in particular, basketball) need to develop innovative principles for working with fans, and form a kind of “life world” for their teams. There is experience in the activities of various foreign, international and national associations, which requires study, and, first of all, the experience of the NBA, the Euroleague basketball, the domestic VTB United League.

The article reflects the objectives of the educational impact in professional sports in basketball at the same time is the popularization of sports and cultural events; spiritual, moral, patriotic and aesthetic education of a wide target audience (athletes, fans); the formation of value orientations of fans; attracting fans of youth subcultures to sporting events; promotion of healthy lifestyles; preservation of sports, national and historical traditions; fostering a culture of communication between children and youth; education of tolerance; spreading the positive values of wrestling and Fair Play principles; psychological and pedagogical support of athletes.

The author suggests forms of social project activity in the field of sports (social project, social program, social or charity event) that are equally focused on social and educational impact. The main forms of social and educational activities of professional basketball organizations (associations) are: social projects, programs and promotions, promotions, charity events and projects.

Keywords: social and educational activity; social projects and programs; social actions; PR-support; physical culture and sports; press release; PR-actions; achievements; sports competitions; economic efficiency; marketing management; humanitarian and educational strategies; sociology; economic theory of media representatives; social activity; efficiency; social group; sports organization; social and project activities; social business projects; social design in the field of sports