

Тагильцева Юлия Ринатовна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 149; e-mail: jennifer1979@yandex.ru.

**СИСТЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ
И ПРОПАГАНДА ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В РАМКАХ ВФСК «ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ!»**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: общественное сознание; мотивация; ВФСК «ГТО»; пропаганда; средства информационно-психологического воздействия.

АННОТАЦИЯ. Рассмотрена система пропаганды, являющейся одной из эффективных форм деятельности по распространению знаний, ценностей о здоровом образе жизни, которая была использована в советское время для повсеместного внедрения ВФСК «Готов к труду и обороне!».

Tagiltseva Yulia Rinatovna,

Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Advertising and Public Relations, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

**THE SYSTEM OF FORMATION OF POSITIVE MOTIVATION AND PROPAGANDA OF HEALTHY LIFE
STYLE WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ARSC “READY TO WORK AND DEFENSE”**

KEYWORDS: public conscience; motivation; ARSC “GTO”; propaganda; means of information-psychological impact.

ABSTRACT. The article describes the system of propaganda, which is one of the effective forms of an active spread of knowledge and values of a healthy life style, used in the soviet times for a wide introduction of the ARSC “Ready to Work and Defense”.

Исследователями не раз отмечалось, что здоровье человека является не только «достоянием самой личности, общества и государства, но это еще и фактор политической, экономической и социальной стабильности, национальной безопасности» [4, с. 324]. Поэтому первоочередной задачей государства является народосбережение через «физическое и интеллектуальное развитие способностей человека, совершенствование его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического восприятия, физической подготовки и физического развития» [8]. Решение этой задачи возможно только тогда, когда будет определена стратегия развития физической культуры, способная помочь обществу осознать потребность в ведении здорового образа жизни. Таким своеобразным толчком может послужить внедрение Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне!» (далее ВФСК «ГТО»), представляющего собой систему физического воспитания населения, ориентируемую на формирование гражданской ответственности за уровень своего физического развития и состояния здоровья. Но для этого необходимо сформировать в сознании индивида потребность быть здоровым и успешным. По мнению И. М. Сеченова, именно «жизненные потребности рождают хотения, и уже эти ведут за собой действия; хотение будет тогда мотивом или целью, а движения действием или сред-

ством достижения цели... Без мотива или импульса движение вообще было бы бессмысленно» [9, с. 516].

Как отмечает А. Е. Авдюкова вслед за Е. П. Ильиным, мотивация представляет собой «внутреннюю детерминацию поведения и деятельности, которая, конечно же, может быть обусловлена и внешними раздражителями, окружающей человека средой» [1, с. 81]. В связи с этим внутренняя детерминация поведения и деятельность тесно связаны с внешними представлениями, имеющимися в обществе. Таким образом, второй важной задачей становится проведение широкомасштабной пропагандистской деятельности, направленной не только на распространение знаний о здоровом образе жизни, но и формирование положительных представлений, взглядов, способных оказать воздействие на поведение людей. И здесь, безусловно, нужно учитывать полезный опыт по внедрению данного комплекса в советское время.

Начиная с 1931 г. в практику активно стал внедряться ВФСК «ГТО» как комплекс физкультурной подготовки в рамках системы патриотического воспитания молодежи в общеобразовательных, профессиональных и спортивных организациях. Буквально за 3 года своего существования данная система стала очень популярной среди советских граждан. Так, только за 1933–1937 гг. нормы ГТО I ступени сдавали 4 млн 458 тыс. человек, II ступени – 35 тыс., БГТО – 759,5 тыс.

человек, в 1948 г. насчитывалось 139 коллективов физкультуры и 7,7 млн физкультурников, в 1972–1975 гг. нормы и требования комплекса выполнили свыше 58 млн. чел., с 1974 г. проводились всесоюзные первенства по многоборьям ГТО (в 1975 г. в массовых стартах участвовали 37 млн. чел., в финале – около 500 чел.; призерам 4-й ступени присваивалось звание мастера спорта международного класса), в 1977 г. в стране было уже 219 тыс. коллективов физкультуры и свыше 52 млн 300 тыс. физкультурников [Там же]. Как видим, в последующие годы ГТО постоянно дополнялся, совершенствовался, но интерес к нему не ослабевал, что свидетельствует о многочисленных рекордах, победах спортсменов, прославивших на весь мир СССР.

Для того чтобы комплекс стал не просто обязанностью граждан, но прежде всего «образом жизни», правительством СССР были созданы не только условия для его развития, но и активно проводилась пропагандистская кампания. Пропаганда является одним из основных компонентов информационно-психологического воздействия, направленного на формирование в сознании людей необходимых установок. Как отмечает Б. Р. Мандель, данный термин имеет несколько дефиниций:

«1) система деятельности, направленная на распространение знаний, художественных ценностей и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на социальное поведение людей;

2) распространение в массах идеологии и политики определенных классов, партий, государств;

3) средство манипулирования массовым сознанием» [7].

Поскольку внедрение ГТО носило массовый характер, то стоит здесь говорить о массовой пропаганде, которая представляет собой влияние на массовое сознание с помощью образных суждений, наглядных представлений и проводится через систему воспитания, профессионального образования, массовых коммуникаций, общественной и производственной рекламы, массовой культуры, массового общения. Основная функция пропагандистского сообщения в подобных условиях заключается в убеждении масс, а для этого необходимо «распространять только такие факты, такие мнения и такие вымыслы, маскирующиеся как факты, которые могут побуждать людей действовать или удерживать их от тех или иных действий» [2]. Побуждение к действию, как отмечает М. Чукас, происходит только тогда, когда внешние возбудители создают

образы, ассоциирующиеся с конкретным состоянием, представление о котором было индивидом получено из прошлого опыта, – страхом, удовольствием, ненавистью, любовью. В результате эти образы воспринимаются уже эмоционально и, как следствие, превращаются в символы, побуждающие к действию. Каждый такой символ затем уже человеком воспринимается якобы бессознательно и сподвигает на определенные чувства. Подобное находим в целенаправленной и систематической пропаганде ГТО.

Рассмотрим основные использованные средства транслирования пропагандистских сообщений с точки зрения информационно-психологического воздействия.

1. Печатные средства – плакаты, открытки, листовки, газеты (стенгазеты), журналы, бюллетени, пособия, художественная литература.

Наиболее качественная пропаганда ГТО велась посредством плакатов и открыток, которые содержали в себе яркие, эстетически привлекательные образы молодых юношей и девушек, излучающих здоровье, красоту, силу и грацию. Природа воздействия картинки такова, что зрительные образы, запечатленные на ней, обладают, как отмечает С. Г. Кара-Мурза, «суггесторным значением и порождают цепную реакцию воображения» [5]. В результате зрительный образ как сигнал вызывает, а затем и формирует в человеке нужные чувства, мнение и поведение. В данном случае это приводит к рождению у человека чувства восхищения эстетически привлекательным образом, стремления (желания) обладать (хотя бы на уровне воображения) подобными качествами, формами. И если эти чувства и желания сильны, то они дают толчок к совершению действий – заняться спортом, сдать нормы ГТО.

Как правило, зрительные образы употребляются с текстом, что способствует увеличению кооперативного эффекта, который «связан с тем, что соединяются два разных типа восприятия, входящих в резонанс и взаимно “раскачивающих” друг друга – восприятие семантическое и эстетическое. Самые эффективные средства информации всегда основаны на контрапункте, гармоничном многоголосии смысла и эстетики. Они одновременно захватывают мысль и художественное чувство (“семантика убеждает, эстетика обольщает”» [Там же]. Поэтому все плакаты и открытки сопровождалась ритмизованными призывами либо слоганами (девизами), которые раскрывали программу необходимых действий: «Хочешь быть таким? Тренируйся!», «Нет на свете прекрасней одежды, чем бронза мускулов и свежесть кожи!», «Иметь значок ГТО – дело чести каждого трудящегося», «СССР – могучая спортивная

держава!», «Солнце, воздух и вода множат силы для труда!» и т. п. Все это приводит к тому, что эффективность проникновения в сознание и подсознание увеличивается в несколько раз, поскольку идет воздействие на разные каналы восприятия.

Не стоит умалять и значимость остальных печатных средств. Немалую роль в становлении ГТО сыграла печать, которая на своих страницах проводила активную пропаганду физической культуры и спорта. Например, в СССР выходило 13 центральных, республиканских и городских спортивных газет: «Советский спорт», «Спортивная Москва», «Физкультурник Белоруссии», «Спортивная газета» (Украинская ССР), «Лело» (Грузинская ССР), «Спорт» (Казахская ССР), «Спордилехт» (Эстонская ССР), «Спортас» (Литовская ССР), «Айастанни физкультурник» (Армянская ССР), «Спорте» (Латвийская ССР), «Физкультурник Азербайджана», «Физкультурник Узбекистана» и др. Материалы о спорте регулярно публиковались и в газетах «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Труд», «Пионерская правда», 130 молодежных и 28 пионерских газетах. Кроме того, выходили и ежемесячные спортивные журналы «Физкультура и спорт», «Спортивная жизнь России», «Физическая культура в школе», «Легкая атлетика», «Спортивные игры», «Турист», «Теория и практика физической культуры». Все эти печатные издания способствовали информированию советских читателей о спортивных событиях, о методиках проведения тренировок, воспитанию советской молодежи через создание и раскрытие духовного мира советского спортсмена.

2. Радио и телевидение – радио- и телепередачи.

Радио по сути является одним из первых электронных СМИ, выполнявшим функцию воздействия на огромные территории. Его интенсивность связана с тем, что информация, воздействуя на аудиальный канал коммуникации, заставляет воображение человека выстраивать собственные образы, ассоциации, которые затем смешиваются с содержанием нашего бессознательного. Именно такие образы являются наиболее сильными и надолго остаются в памяти, поскольку были созданы самим воображением исходя из приобретенного прошлого опыта.

В рамках пропагандистской кампании ГТО активно действовало Всесоюзное радио, которое транслировало комплексы гимнастики – утренней и производственной, – репортажи о первых соревнованиях, рассказы о спортсменах и организаторах физкультуры.

Телевидение, хоть и появилось чуть позже, тоже играло значительную роль в данной деятельности. В отличие от радио,

оно так же, как и кинематограф, использует сразу несколько каналов коммуникации – аудиальный и визуальный. Но его воздействующая сила заключается прежде всего в том, что телевидение способно создавать фиктивную реальность, представляющую собой искажение образа действительности. «Поскольку человек действует в соответствии со своим восприятием реальности (то есть ее образом), то телевидение, способное этот образ создать, становится средством программирования поведения человека» [5].

Для активного продвижения идеи ГТО в массы на телевидении транслировались многочисленные передачи просветительского характера, посвященные тем или иным видам спорта, что способствовало активному вовлечению масс в занятия физкультурой и спортом, а также передачи «Спортландии», в соревнованиях которой участвовали тысячи советских граждан различных возрастных категорий. В этот период советское телевидение предлагало своим зрителям 800 часов спортивных передач в год.

3. Кино- и видеофильмы – художественные фильмы, мультипликационные фильмы.

Кинематограф является одним из эффективных средств воздействия, поскольку он обладает «гармоничным многоголосием», т. е. соединением разных типов восприятия – аудиального и визуального. Так же, как в некоторых печатных средствах (плакатах и открытках), в кино уже сформированы определенные зрительные образы, поэтому информация, зашифрованная в них, быстрее и легче адаптируется подсознанием. Тем более экранность кинематографа способствует тому, что зрительные образы воспринимаются индивидом непосредственно-чувственно. Воздействующая сила фильма также усиливается за счет игры актеров, что приводит к быстрой работе воображения. Человек в чертах и поведении героев старается уловить знакомое поведение людей, с которыми когда-то встречался, что приводит к усилению эффекта ожидания [3]. На этот же эффект работает и музыкальность фильма, поскольку воздействие в этом случае оказывается не на разум, а на чувства в ходе порождения конкретного ассоциативного ряда. Таким образом, подобные носители рассчитаны как на убеждающее, так и на внушающее воздействие.

В советском кинематографе была широко представлена спортивная тематика: альпинизм («Путешествие в молодость», 1956; «Вертикаль», 1967; «Белый взрыв», 1969), атлетика – легкая и тяжелая («Право на прыжок», «Быстрее собственной тени», «Железные игры»), баскетбол («Центровой из поднебесья»), бокс («Первая перчатка»; «Боксеры», 1940; «Вторая попытка Виктора

Крохина»; «Белый квадрат», 1970), борьба («Чемпион мира», «Непобедимый»), велогонки («Призвание»), гимнастика («Серебряный тренер», 1963; «Тренер», 1969), гонки (автопробег – «Однажды летом», 1937; «Гонщики»; «Испытатели», 1987), горные лыжи («Миг удачи»), дзюдо («Я буду ждать»), конный спорт («Смелые люди», «Ипподром»), конькобежный спорт («Цена быстрых секунд») и т. д.

4. Вспомогательная деятельность – парады физкультурников, соревнования (спартакиады), направленные на поддержание морального духа советских граждан и укрепления их в стремлении вести здоровый образ жизни.

5. Сопутствующие атрибуты – значки. Главным транслятором пропаганды становились значки ГТО, которые молодые носили с гордостью, поскольку сдать нормы ГТО считалось одним из высших достижений. Стоит отметить, что обладателями значков были и известные люди: шахтер Алексей Стаханов, балерина Галина Уланова, один из крупнейших математиков мира академик Андрей Николаевич Колмогоров, Герой Социалистического Труда Георгий Сперанский, Герой Советского Союза Марина Чечнева, трактористка Паша Ангелина, – ставшие «лидерами мнений», на которых ориентировалась и которым стремилась подражать советская молодежь.

Именно благодаря усиленной пропаганде движение ГТО в какой-то степени превратилось в идеологию, стало частью общесоюзной спортивной культуры. Важную роль здесь сыграл психологический «эффект повторения», направленный на то, чтобы распространяемая пропагандистская информация обладала способностью легко и быстро усваиваться, не встречая при этом каких-либо барьеров психики, и просачиваться в бессознательное человека. «Психологический механизм многократного повторения действует на основе принудительного привлечения внимания, подсознатель-

ного восприятия предлагаемой информации, существенного сужения сознания человека в экстремальной обстановке» [6]. Применительно к специфике распространения ГТО стоит отметить, что «эффект повторения» знаний о физической культуре и спорте обеспечивался ретрансляцией практически по всем каналам коммуникации и многократностью этой ретрансляции – менялась лишь форма, содержание оставалось неизменным. Это привело к тому, что все советские семьи по утрам делали зарядку, в школах проводились спортивные «минутки», в организациях – производственная гимнастика и отмечалось повсеместное увлечение спортом.

Как видим, все проанализированные выше средства пропаганды представляли собой единую систему, каждый элемент которой дополнял последующий и работал на свой сегмент, поэтому пытаться выделить среди них какой-то один, особенно эффективный, не имеет никакого смысла. Только в совокупности этих средств возможна активная, развернутая пропаганда, охватывающая все слои населения.

Таким образом, само движение ГТО на современном этапе без агитационно-пропагандистского сопровождения не сможет стать неотъемлемой частью российской спортивной культуры. Поэтому необходимо разработать и проводить четкую информационную политику, способную, с одной стороны, возродить у российских граждан желание быть здоровыми, а с другой – создать стереотип, что физически и интеллектуально развитый человек является конкурентно привлекательным и успешным в современном обществе. Новая пропагандистская кампания движения ГТО должна учитывать не только хорошо проверенные временем каналы коммуникации – СМИ и другие медийные средства, но и новые технологии в этой области. Прежде всего это касается Интернета с его возможностями выхода на различные сегменты аудитории за счет социальных сетей, информационных порталов, ЖЖ, форумов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авдюкова А. Е. Особенности потребностно-мотивационной сферы старшеклассников, стремящихся поступить в высшее учебное заведение // Педагогическое образование в России. 2014. № 11. С. 80–84.
2. Бессонов В. Пропаганда и манипуляция как инструменты духовного порабощения // Пси-фактор : сайт. URL: <http://http://psyfactor.org/propaganda2.htm>.
3. Зелинский С. А. Манипуляции массами и психоанализ // Пси-фактор : сайт. URL: <http://http://psyfactor.org/lib/zelo9.htm>.
4. Капрын А. Здоровье нации как важнейший фактор обеспечения национальной безопасности Российской Федерации // Безопасность Евразии. 2005. № 4. С. 324.
5. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. URL: http://http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm.
6. Караяни А. Г. Информационно-психологическое противоборство в современной войне // Пси-фактор : сайт. URL: <http://http://psyfactor.org/lib/psywar30.htm/>.
7. Мандель Б. Р. Политическая психология : учеб. пособие для студентов вузов (бакалавриат, магистратура, специалитет). М. : Флинта, 2013. С. 238.
8. Развитие комплекса ГТО в наше время. URL: http://cosh21.narod.ru/istoria_gto.pdf.
9. Сеченов И. М. Избр. произведения. Т. 1. Физиология и психология. М. : Изд-во Академии наук СССР, 1952.