

УДК 796.5:371

СПОНУКАННЯ ДО ЗАНЯТЬ СПОРТИВНИМ ТУРИЗМОМ ЮНИХ СПОРТСМЕНІВ

Кільницький Олександр, Маляренко Ірина
Херсонський державний університет

Анотація. В статті розглядається мотиви до занять спортивним туризмом. Визначено вплив осіб, що спонукають юних туристів до занять спортивним туризмом, а також ієрархію їх потреб.

Ключові слова: спонукання, мотив, спортивний туризм, юні туристи.

Аннотация. В статье рассматриваются мотивы к занятиям спортивным туризмом. Определено влияние людей, которые побуждают юных туристов к занятиям спортивным туризмом, а также иерархию их потребностей

Ключевые слова: побуждения, мотив, спортивный туризм, юные туристы.

Abstract. The article discusses the motivations for sports tourism. The influence of people who encourage young travelers to employment in sports tourism, as well as the hierarchy of their needs.

Keywords: motivation, motive, sports tourism, young tourists.

Постановка проблеми. Фізична культура і спорт відіграє значну роль у суспільному житті та всебічному розвитку людини, що гармонійно поєднує в собі духовне багатство, і фізичну досконалість.

Спортивний туризм, як засіб і метод фізичного виховання, забезпечує комплексний розвиток людини. Різновиди туризму, завжди так чи інакше, служать фізичному а також розумовому, моральному, естетичному і трудовому вихованню шляхом залучення її до участі у змаганнях та спортивних туристських походах.

Як і будь який вид спорту спортивний туризм ставить перед спортсменом ряд завдань які вирішуються на змаганнях і походах та в процесі підготовки до них. Але мотивація до вирішення цих завдань у кожного спортсмена різна і тут постає проблема як тренеру правильно визначити мотивацію та потреби спортсменів до занять спортивним туризмом щоб поставлені цілі були досягнуті.

Тому нами було поставлено **мету** визначити основні мотиви, що спонукають до занять спортивним туризмом юних спортсменів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мотивація — процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей команди. Для формування мотивації використовують:

- стимулювання — спонукання молоді за допомогою зовнішніх факторів (матеріальне і моральне стимулювання);

- мотивування — створення у молоді внутрішнього стимулу до роботи. Найважливішими у цьому випадку є зацікавленість їх у праці, потреби в трудовій активності та задоволенні від неї.

Різноманітні теорії психологічного й організаційно-економічного напрямку у вивченні мотивації можна поділити на дві групи:

- змістові теорії мотивації ґрунтуються на ідентифікації внутрішніх потреб, які спонукають людей діяти так чи інакше;

- процесуальні теорії мотивації (сучасніші) не заперечують, що людина діє на основі мотивів і для задоволення потреб, але ґрунтуються, в першу чергу, на визначенні того, як поведуться люди з урахуванням виховання та здобутих знань.

Оскільки структура потреб людини визначається її місцем в організації або раніше отриманим досвідом, можна сказати, що для мотивації немає єдиного найкращого засобу.

Найбільш відомими змістовими теоріями мотивації є теорії А. Маслоу, Д. Мак-Клелланда і Ф. Герцберга. Більш детально ми розглядаємо теорію А. Маслоу, яка формується на потребах:

- Потреба у самовираженні
- Потреба у визнанні та повазі
- Потреба у належності до соціальної групи
- Потреба у безпеці й упевненості у майбутньому
- Фізіологічні потреби

Абрагам Маслоу, створюючи свою теорію мотивацій, намагався пояснити, чому в різний час у людей виникають різні потреби. Він вважав, що потреби людини мають ієрархічну структуру з 5 рівнів. У кожний конкретний момент часу людина буде прагнути до задоволення тієї потреби, що для неї є важливішою.

- **Фізіологічні потреби** (потреби найнижчого рівня) є необхідними для виживання. Вони включають потребу в їжі, воді, захисті, відпочинку, сексуальні потреби.

- **Потреби в безпеці** включають потреби в захисті від фізичних і психологічних небезпек з боку навколишнього світу і впевненість у тому, що фізіологічні потреби будуть задовольнятися в майбутньому (покупка страхового полісу або пошук надійної роботи з гарними видами на пенсію).

- **Соціальні потреби** (потреби в приналежності, дружбі, любові) включають почуття приналежності до чого-небудь або кого-небудь, підтримки.

- **Потреби в повазі** включають потреби в особистих досягненнях, компетентності, повазі з боку оточуючих, визнанні.

• **Потреби в самовираженні, самореалізації** — потреби в реалізації своїх потенційних можливостей і зростанні як особистості.

Спочатку люди прагнуть задовольнити потреби нижчого рівня, потім можуть думати про задоволення наступної за значимістю потреби. Основний недолік теорії Маслоу зводиться до того, що їй не вдалося врахувати індивідуальні відмінності людей.

Організація дослідження. Для визначення мотивації до занять спортивним туризмом було проведено анкетування, в якому взяли участь 111 юних туристів області, 64% з яких хлопці, всі інші відповідно дівчата. Переважна більшість юних спортсменів проживає в сільській місцевості, а саме 64%. Середній вік дітей складає 15 років. Майже всі діти займаються туризмом декілька років.

Результати дослідження та їх обговорення. Анкетування показало, що в Херсонській області розвиваються різні види спортивного туризму, але звичайно найбільшою популярністю користується пішохідний туризм, це пов'язано насамперед з доступністю цього виду спортивного туризму. Також визначено, що більшість туристів, а саме 67% тренуються 2-3 рази на тиждень, це в першу чергу більш досвідчені туристи, які займаються туризмом 3 роки і більше. Всі інші займаються 1 раз в тиждень, або не мають тренувань взагалі, тому що більшість з них лише розпочинають свої заняття спортивним туризмом, і ще не мають стійкої мотивації до занять даним видом спорту.

Дослідження показало, що спортивна майстерність юних туристів, а саме 74 туристи мають масовий розряд зі спортивного туризму, тобто юнацький, 6 мають третій, 10 другий, та 9 осіб перший дорослий розряд, і лише один розряд кандидата у майстри спорту України. Дорослих розрядів досягають лише ті, котрі тренуються 2-3 рази на тиждень, та мають туристський досвід від 3 років і більше.

Всі туристи, які брали участь в анкетуванні, мають досвід участі в районних та обласних змаганнях. Це в першу чергу пов'язано з тим, що анкетування було проведено саме під час обласних змагань, а райони виступають в якості відбору на дані змагання. Також серед опитуваних є 8 спортсменів які брали участь у всеукраїнських змаганнях – це представники збірної команди області.

Більшість юних туристів брали участь в походах вихідного дня, так як саме в цих походах закладається основа туристської діяльності. Також 12 дітей які займаються спортивним туризмом 3 роки і більше та мають досвід походів вихідного дня та ступеневих, брали участь у більш складних категорійних походах. З цього витікає, що місцевість, в якій найчастіше всього, здійснюють походи юні туристи це: Олешківські піски, річка Дніпро, Цюрупинські ліси, узбережжя Чорного моря та Крим. Значно менше ходять в походи по Карпатам, це пов'язано в першу чергу з фінансовою стороною, так як для здійснення походів в межах Херсонської області витрачається значно менше коштів. Тому в походи по Карпатам ходять лише юні туристи Херсонщини, які займаються туризмом 4 роки і більше.

Змагання та походи зі спортивного туризму позитивно впливають на організм людини, так вважають 110 опитаних туристів та лише один вважає що вони не впливають взагалі. Тому можна стверджувати що позитивний вплив спортивного туризму, а особливо не категорійних походів, на організм людини, є одним з основних мотивів до занять саме цим видом спорту.

Слід відмітити, що 77% батьків підтримують своїх дітей словами та матеріально, тобто купують спорядження, компенсують витрати на змаганнях, тощо. Звичайно це спонукає до занять спортивним туризмом та покращує спортивні результати. Деякі батьки (17%) підтримують лише словесно, тобто не заперечують проти тренувань і участі у змаганнях та походах своїх дітей. Такі туристи значно менше досягають успіху у спортивному зростанні. Звичайно ніхто з батьків не є проти занять спортивним туризмом. Така підтримка батьків лише стимулює юних туристів до подальшого вдосконалення своєї спортивної майстерності.

Важливий факт, що слід відмітити, це 75% юних туристів не мають свого власного спорядження для занять спортивним туризмом і користуються спорядженням, яке пропонує тренер. Всі інші, а саме 32% мають власне спорядження для занять спортивним туризмом. Туристи, які брали участь у всеукраїнських змаганнях мають: страховальні системи, карабіни, мотузки, каски, технічні пристрої для підйому та спуску (жумар, вісімка, тощо). Спортсмени, які брали участь в категорійних походах мають власні: намети, рюкзаки, килимки та спальні мішки.

Аналізуючи анкети спостерігаємо що більшість друзів юних туристів, позитивно ставиться до занять спортивним туризмом, а саме 67%. Звичайно ставлення друзів не є першочерговим стимулом до занять спортивним туризмом, але також впливає на мотивацію юних спортсменів.

Також важливим є той факт, що про спортивний туризм юні туристи в першу чергу дізнаються від педагогів та тренерів (61%). Це пов'язано з тим, що саме педагоги та тренери зі спортивного туризму, в першу чергу, зацікавлені в стимулюванні до занять спортивним туризмом. Тому, саме вони дають перші знання про туризм. Значно менше інформації юні туристи отримують від однолітків (26%) та знайомих (14%), тому як ті, не володіють достатньою інформацією.

Включення у шкільну програму з фізичного виховання модулю з «Туризму», що позитивно впливає на ставлення молоді до заняття спортивним туризмом відзначають 32% юних туристів.

Більшість юних туристів займалися іншим видом спорту до занять спортивним туризмом, лише 19% розпочали заняття спортом, саме зі спортивного туризму. Також 61% юних туристів, крім занять спортивним туризмом і надалі продовжують займатися різними видами спорту, переважно тими ж самими, що і до занять спортивним туризмом.

На рисунку 1. видно, що найбільший вплив на юних туристів здійснюють друзі та тренера (керівники гуртків), що разом складає 56%, значно менше впливають батьки. Також 18% дітей самостійно почали займатися спортивним туризмом, без будь-яких порад. Незважаючи на те, що педагоги найбільше мають можливість надати інформацію про спортивний туризм, але вони майже не залучають дітей до занять даним видом спорту (4%).

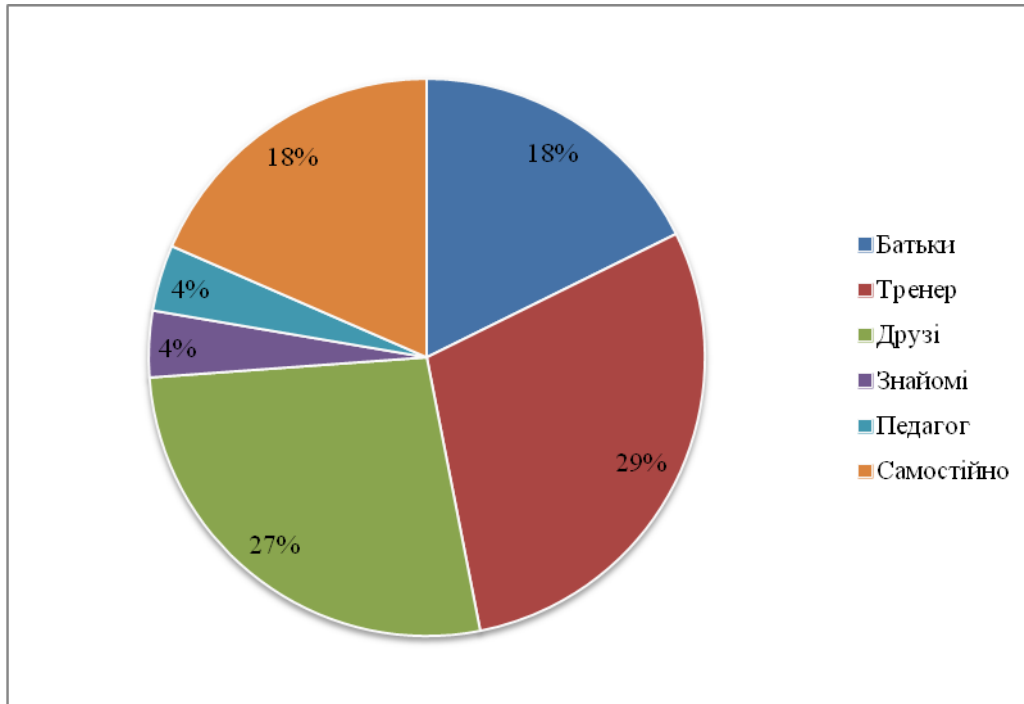


Рисунок 1. Особи які спонукали до занять спортивним туризмом

На рисунку 2. ми спостерігаємо основні мотиви до занять спортивним туризмом. Найбільше стимулює юних туристів бажання перевірити свої можливості, також важливим мотивом виступає стремління перемагати та досягти успіху. Для 34 осіб спортивний туризм це задоволення потреби у спілкуванні, їм просто приємно знаходитися у товаристві однодумців. Для 27 осіб спортивний туризм виступає як професійний вид спорту, основною метою для яких є досягнення високого розряду, або навіть звання майстер спорту, 21 особа займається спортивним туризмом за компанію з друзями, тобто задовольняють потребу у спілкуванні.

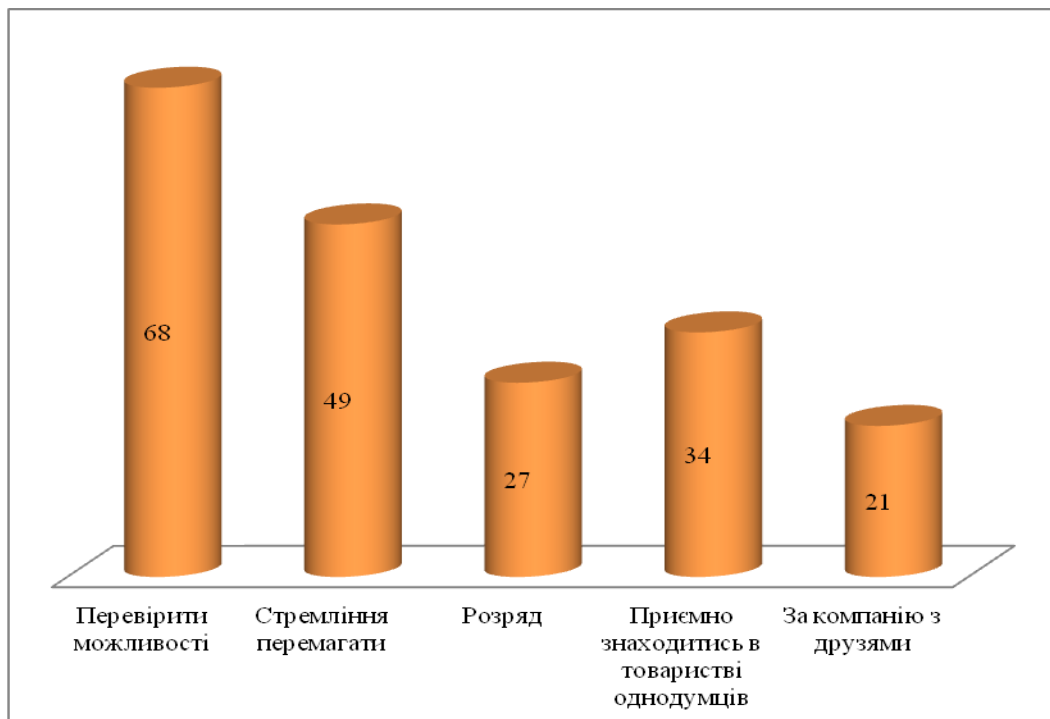


Рисунок 2. Основні мотиви до занять спортивним туризмом

Визначення основних мотивів молоді до занять спортивним туризмом реалізується у теорії А Маслоу. (Рис. 3.) Ми розглядаємо потреби вищого рівня: потреба у самостверженні, потреба у визнанні та повазі, потреба до належності до соціальної групи. Так як заняття спортивним туризмом постійно супроводжується небезпекою, подоланням природних і штучних перешкод, то це спонукає туристів дуже ретельно і правильно здійснювати свої дії. Тобто, потреба у безпеці реалізується протягом активного подолання перешкод за рахунок удосконалення знань, вмінь та навичок техніки спортивного туризму. Навпаки, деякі юні туристи мають потребу у ризику, і це спонукає до участі в походах та змаганнях. Таким чином, потреба у безпеці спрямовує юних туристів до удосконалення техніки спортивного туризму і є життєвонебхідною і усвідомленою юними туристами завдяки вимогам, що висловлює тренер. Задоволення фізіологічних потреб постійно здійснюється під час будь-яких заходів зі спортивного туризму і вони не виділяються юними туристами.

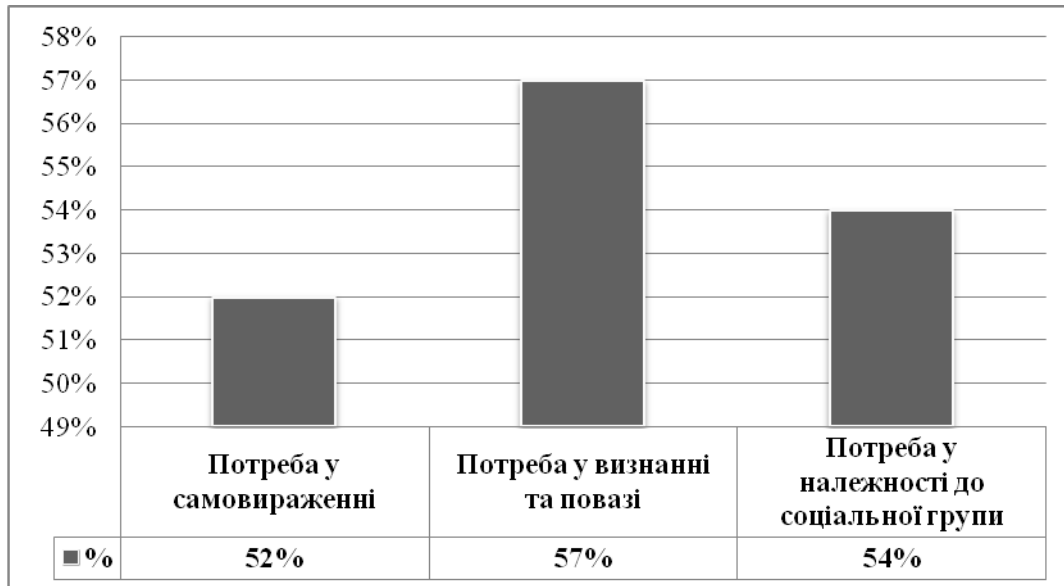


Рисунок 3. Спонукування до занять спортивним туризмом що реалізується у теорії Маслоу

З наведеного рис. 3 спостерігаємо що 52% відповідей юних туристів мають потребу самовираженні, 57% мають потребу у визнанні та повазі, що в спортивному туризмі проявляється стремління перемагати, та бажанням отримати вищий розряд. 54% мають потребу у належності до соціальної групи, тобто до групи однодумців – команди, з якою здійснюються туристські походи та береться участь у змаганнях.

Висновки:

В ході роботи визначено спонукування юних туристів до занять спортивним туризмом. Виявлено що основною є потреба у визнанні та повазі (57%); потреба у самовираженні проявляється у 52% юних туристів; та у 54% - потреба у належності до соціальної групи. Основними мотивами юні туристи відзначають бажання перевірити свої можливості та стремління перемагати. Моральна та матеріальна підтримка батьків, а також наявність власного спорядження суттєво впливає на бажання займатися спортивним туризмом юних туристів і відповідно підвищує їх спортивні результати.

Ці потреби повинні враховувати тренери спортивного туризму (керівники гуртків) у своїй роботі, так як саме вони мають найбільший вплив на бажання молоді займатися даним видом спорту.

Література

1. Абрамов В.В. Спортивний туризм: [підруч. для студ. спеціальностей: Туризм, Менеджмент організацій (Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу)] /В.В. Абрамов. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 367 с.
2. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм: Навчальний посібник /Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій. – Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2009. – 304 с.
3. Маслоу А. Мотивация и личность /пер. А.М. Татлыбаевой; терминолог. правка В. Данченка. - К.: PSYLIB, 2004.