

NAČRTOVANJE IN PROGRAMIRANJE ŠPORTNOREKREATIVNE DEJAVNOSTI V OBČINI TREBNJE

Avtorji projekta:

HERMAN BERČIČ

BORIS SILA

MARKO KAPUS

Podprojekt:

PROPAGANDA IN OBVEŠČANJE KOT NUJEN DEJAVNIK NADALJNJEGA RAZVOJA ŠPORTNE REKREACIJE V OBČINI TREBNJE

(Pomen propagande in obveščanja, sredstva in metode propagande, sistem informacijske dejavnosti, potrebni ukrepi in koraki, primeri)

Avtor podprojekta:

Boris Sila

Ljubljana, junij 1993

VSEBINA

1.0	UVOD	3
2.0	POSTAVLJANJE SISTEMA	4
3.0	NAMEN, NALOGE IN CILJI	5
4.0	SREDSTVA PROPAGANDE	7
5.0	UKREPI	9
6.0	RPIMER	13
7.0	VIRI	16

1.0 UVOD

V sodobni družbi je udejstvovanje s športno rekreacijo sestavni del življenja in predstavlja civilizacijsko in kulturno raven naroda, s tem pa je tudi nepogrešljiva sestavina kvalitete življenja.

Šport in z njim športna rekreacija spadata v človekovo prostočasno dejavnost. Ob tem se moramo zavedati, da je sedanji delovni človek pod izrednim stresom permanentne časovne stiske, nenehnega pomanjkanja časa in hitrega tempa življenja, zato je njegov prosti čas izredno dragocen, natanko odmerjen in večinoma vsebinsko strogo načrtovan.

S kakšno vsebino posameznik zapolni svoj prosti čas je odvisno od mnogih dejavnikov, med katerimi so pomembnejši vzgoja in navade iz mladosti, vplivi okolja, raven izobrazbe, materialni položaj, spol, starost, moda in dane možnosti. Ob tem igra pomembno vlogo propagandna dejavnost, pri čemer je njena uspešnost odvisna od kvalitete in agresivnosti ponudbe na področju prostočasnih dejavnosti.

Interesi so zelo različni, zato se jim mora dobra športnorekreativna ponudba prilagajati in jih upoštevati.

Proces trženja v športu je zadnja leta prisoten tudi pri nas, saj so se predvsem na področju športne rekreacije začeli uveljavljati tržni odnosi in strogi zakoni ponudbe in povpaševanja.

O različnih možnostih športnega udejstvovanja mora biti javnost (torej sleherni posameznik) obveščena. Za to je potrebna točna, hitra, enostavna in lahko dosegljiva informacija.

2.0 POSTAVLJANJE SISTEMA

V okviru športnorekreacijske ponudbe je torej nujno potrebna postavitvev ustreznega informacijskega sistema, ki bo vseboval potrebne elemente sodobnega informiranja in propagande.

To pa pomeni, da dobi sleherni možni povpraševalec po športnorekreacijskem udejstvovanju, torej potencialni aktivni udeleženec v športu, na čim bolj enostaven način in v najkrajšem času čim popolnejšo informacijo o najrazličnejših oblikah udejstvovanja, ki mu jih v določenem kraju in v določenem času ponuja športno-rekreacijsko tržišče.

Kot rečeno naj bo informacija popolna in interesentu lahko dostopna. Za potrebe občine Trebnje (in tudi drugih krajev) je najbolje, da je osnovna baza vseh podatkov na enem mestu (napr. športna zveza občine Trebnje). Upravljalca baze mora uporabljati primerne metode in sredstva propagande, da bodo vse informacije imele možnost doseči tistega, ki so mu namenjene in da bodo v njemu sprožile željeno reakcijo.

Glede na posebnosti posameznih organizatorjev in izvajalcev rekreativnih programov je na ravni občine potrebna možnost organiziranega posredovanja informacij preko krajevnih javnih medijev (kabelska televizija, radio, dnevni in tedenski tisk, glasila, okrožnice) in različne druge oblike sporočanja za celotno populacijo ali za posebne ciljne skupine, katerim je določena dejavnost namenjena.

Občinska oziroma krajevna baza podatkov in informacij na področju športne rekreacije se bo morala vključevati v enake baze v sosednjih občinah, vse pa se bodo vključevale v skupen informacijski sistem, ki bo v bodočnosti moral prekrivati celotno Slovenijo.

Krajevna baza podatkov in športnih informacij potrebuje za svoj zagon določena sredstva, ob postavitvi dobrega in uporabnega informacijskega sistema pa bi sčasoma morala prerasti v sodobni infocenter, sposoben lastnega ustvarjanja dohodka na osnovi trženja informacij.

Informiranje in propaganda imata posebno in raznovrstno vlogo pri razvoju športne rekreacije. Strokovno, sistematsko vodeno in organizirano obveščanje in propaganda morata biti sestavni del vsakega programa, vsake akcije in vsake aktivnosti, usmerjene v širjenje in razvoj športne rekreacije.

3.0 NAMEN, NALOGE IN CILJI

Namen propagande in obveščanja je v dviganju zavesti in spoznanj o pomenu in vrednotah udejstvovanja s športno rekreacijo. Propaganda in obveščanje morata izhajati iz delovanja najširše zajetih in zainteresiranih družbenih in političnih dejavnikov v občini, saj bosta le na tak način spodbujala in motivirala prebivalce vseh starostnih obdobj in obeh spolov k rednemu vključevanju v primerne rekreativne aktivnosti.

Osnovne naloge informativne in propagandne dejavnosti v občini Trebnje so:

- opozarjati na različne škodljive dejavnike in možne negativne posledice negibanja, živčne napetosti, neprimerne prehrane glede na režim in vsebino in opozarjati na druge škodljive vplive današnjega načina dela in življenja,
- seznanjati s strokovnimi utemeljitvami o pomenu ukvarjanja s športno rekreacijo za zdravje in splošno počutje,

- seznanjati s pomenom in učinki udejstvovanja s posameznimi športi in programi športne rekreacije (hoja, tek, plavanje, aerobika, kolesarjenje) na posamezne organske sisteme in na človeka v celoti,
- seznanjati posamezne in posebne kategorije prebivalstva s primernimi rekreativnimi dejavnostmi glede na potrebe, raven predznanja in splošno kondicijo,
- točno, redno in skrbno seznanjati in opozarjati na vse, kar se dogaja v občini na področju športne rekreacije in na drugih z njo povezanih področjih.
- spremljati in opozarjati na zanimive prireditve in športne dogodke v sosednjih občinah in v širšem slovenskem prostoru.

Za informiranje in propagando v športni rekreaciji je najvežnješe sestaviti uspešna propagandna sporočila, ki jih je treba z ustreznimi sredstvi in posredniki prenesti tistim, ki so jim namenjena.

Neglede na vsebino in sredstva, mora vsako propagandno sporočilo, če želimo, da bo uspešno:

1. Najprej **pritegniti pozornost**
2. Potem **spodbuditi interes** za tistim, kar sporočilo sporoča
3. Spodbuditi **željo** za tem, kar sporočilo ponuja in
4. Povzročiti **odločitev za akcijo**, to je vključiti se v določen ponujen program

Informiranje in propaganda morata doseči slehernega občana v občini, vendar morata biti vedno prirejena in usmerjena v tisto ciljno skupino, kateri so vsakokratna propagandna

sporočila namenjena.

Na ravni občine Trebnje mora s strani državne uprave za informacijsko propagandno dejavnost, ki je nepogrešljiv sestavni del razvojnih aktivnosti na področju športne rekreacije, skrbeti sekretariat družbenih dejavnosti. Pred sabo mora imeti dva temeljna cilja:

- pritegniti v športnorekreativne aktivnosti čim več novih privržencev in
- doseči pri tistih, ki se že udeležujejo, čim višjo kakovost in sistematičnost ukvarjanja.

4.0 SREDSTVA PROPAGANDE

K omenjenim ciljem bo uspešno prispevala le taka propagandna in informativna dejavnostjo, ki bo vsebovala:

- **živo besedo** na različnih zborih in srečanjih krajanov. Živa sporočila so dobrodošla tako iz ust politikov, vodilnih gospodarstvenikov in športnih funkcionarjev kot iz ust različnih strokovnjakov: **zdravnikov, sociologov, psihologov, športnih pedagogov in tudi samih športnikov.** Učinkovitost žive besede po možnosti še povečamo z **uporabo audio-vizuelnih sredstev:** grafoskopa s proeciranjem skic in grafikonov, uporaba diapozitivov, filmov, audio in video kaset ipd.,
- poljudne **strokovne prispevke** ustreznih že omenjenih **strokovnjakov preko lokalnih sredstev obveščanja:** lokalna radijska postaja, lokalni časopis, šolsko glasilo, tovarniška glasila, druge občasne publikacije,
- različne krajše pisne oblike informiranja in propagande kot na primer: **plakati, informativni lističi, letaki, nalepke,**

- druge sredstva propagandnih in informativnih sporočil: **priponke, značke, posebne majice, kape in druga oblačila** z ustreznimi napisi,
- izkoriščanje **manjših praznih površin na različnih papirjih**, s katerimi prihaja veliko ljudi v stik: vstopnice za športne in kulturne prireditve, vabila na razne sestanke, srečanja, shode, veselice, praznovanja, tombolski lističi, papirnate ali plastične vrečke v prodajalnah vseh vrst, druge vrste ovojnih papirjev,
- **dobro načrtovane in organizirane množične športne prireditve in manifestacije**, ki so same po sebi odlično propagandno sredstvo.

Vsa propagandna sporočila morajo biti:

- **vsebinsko bogata**, da čim bolj objektivno predstavljajo pomen športne rekreacije oziroma konkretno aktivnost, na katero se nanašajo,
- **dostopna**, saj morajo z uporabo učinkovitih in sodobnih sredstev priti do posameznikov v ciljni skupini,
- **privlačna**, da pritegnejo in zadržijo pozornost,
- **razumljiva**, da je vsakomur jasno, kaj sporočajo in za kaj gre,
- **zanimiva**, pri čemer morajo upoštevati interese, sistem vrednot in stališča pripradnikov ciljne skupine in
- **prepričljiva**, kar pomeni, da učinkovito vplivajo na način razmišljanja in odločitve.

5.0 UKREPI

Za možnost realizacije navedenega sistema predlagamo:

- da organi Športne zveze občine Trebnje in občinskega sekretariata za družbene dejavnosti razpravljajo in potrdijo smiselnost in potrebo po tovrstnem sistemu informiranja,
- da se zagotovijo zagonska sredstva (marketing ali sistemska sredstva) za nabavo tehnične in programske opreme,
- da se poišče oziroma izšola ustrezne kadre, ki bodo neposredni izvajalci sistema informiranja.

Krajevna zbirka podatkov in informacij naj zajema:

- osnovne športne organizacije
- sistem financiranja
- športne objekte in površine
- strokovne kadre - raven in panoga
- sodniške kadre,
- organizacijske kadre - funkcionarje
- članstvo v športnih organizacijah
- šolska športna društva
- športne programe v VVZ
- zasebnike in podjetnike v športu

Ob teh osnovnih podatkih v bazi je potrebno za posamezne programe oziroma aktivnosti zbrati čim več elementov, ki jih po potrebi črpamo za izdelavo propagandnih sporočil in posredujemo javnosti, oziroma jih lahko vsak trenutek ponudimo posameznim interesentom.

Celovita informacija bi morala vsebovati naslednje elemente:

1. Datum - pri začetkih določene dejavnosti,

- pri enkratnih oblikah (izleti, tekmovanja,...)
- 2. Dan ali dnevi v tednu
 - ko gre za redne kontinuirane oblike vadbe, ki je lahko enkrat, dvakrat ali večkrat tedensko
 - ko gre za eno ali več dnevne oblike (izleti preko vikenda, ...)
- 3. Ura
 - točen pričetek vadbe,
 - točen odhod,
 - pričetek tekmovanja
- 4. Čas trajanja
 - dolžina trajanja vadbe, treninga, 1 ura, 1.5 ure
 - tečaja - 8 ur, 12 ur
 - tekmovanja,
 - čas povratka s ture, z izleta, ...
- 5. Oblika
 - redna dejavnost,
 - enkratne akcije,
 - tečaj, šola
 - tekmovanje (turnir, liga), ...
- 6. Dejavnost panoga
 - kateri šport oz. dejavnost - od aerobike, teka, košarke, drsanja, zimske ture do plavanja, savne in jadranja s padali, ...
- 7. Namen, raven aktivnosti
 - naprimer učenje začetnikov, pridobivanje splošne kondicije, lepa postava, pridobivanje moči, priprava na smučarsko sezono, pridobivanje mišične mase (body building), korektivna gimnastika, sprostitvev, prvi plesni koraki, izpopolnjevanje stilov in tehnike plavanja, ...

- začetni tečaj
 - nadaljevalni tečaj
 - kadrovski tečaj, ...
8. Udeleženci
- spol
 - starost
 - začetniki, trenirani športniki, ...
 - starši z otroki,...
 - velikost skupine,
 - število udeležencev,
9. Kraj
- točen naslov in opis kraja vadbe, vhoda v objekt,
 - točen kraj odhoda, zbirnega mesta, ...
10. Cena, način in pogoji plačevanja
- vpisnine, vadbine, štartnine
 - različice (tedensko, mesečno, popusti), ...
11. Vodstvo, vaditelj
- na primer prof. športne vzgoje XY, učitelj tenisa XY, učitelj plesa XY,
12. Organizacija,
- športni klub, društvo, rekreacijski center, športnoturistični center,
 - zasebni studio, zasebni klub,
13. Pogoji vadbe, značilnosti športnega objekta
- zunaj, posebnosti terena,
 - v zaprtem prostoru, tla,
 - garderobe, umivalnice, varnost
14. Posebnosti
- napr. zdravstvena kontrola,
 - posebno testiranje,
 - posebni popusti, ...
15. Možnosti strokovnega svetovanja
- ugotavljanje stanja,
 - svetovanje pri izbiri ustreznih športnih dejavnosti,

- svetovanje pri izbiri in načinu vadbe
- svetovanje glede zdrave prehrane, športnega in zdravega režima življenja.

16. Zbirka podatkov o - podatki o ŠR objektih (planinske ŠR ponudbi v postojanke, bazeni, kopališča, širšem prostoru golf igrišča, jahalni centri...),
- podatki o različnih prireditvah v Sloveniji in v tujini (različni maratoni, pohodi, festivali,...).

Ob navedenih in drugih informacijah o izvajalcih športnih vsebin bi bilo smiselno (pri istem viru informacij) posredovati tudi podatke o:

- servisih športne opreme in rekvizitov,
- specializiranih trgovinah športne opreme in rekvizitov,
- proizvajalcih oz. izdelovalcih športne opreme in rekvizitov
- drugo

Tudi primerna knjiga pomeni važen in pomembni del celovite informativne dejavnosti. Organ v občini, zadolžen za šport, bi moral pomagati pri bogatenju knjižničnega fonda s športno literaturo v vseh knjižnicah v občini in sodelovati pri spodbujanju mladine in odraslih, da primejo v roke tudi knjige s športno vsebino.

Posamezni nosilci in izvajalci športnih programov morajo tudi sami nenehno iskati nove in izvirne rešitve propagandne dejavnosti, pri čemer lahko svetujemo nekatere od možnih dejavnosti:

- demonstracijska vadba oziroma nastopi članov društva,

- organizacija in izvedba resnih in šaljevih prireditev tekmovalnega in manifestativnega značaja,
- javni posveti in razgovori s športnimi strokovnjaki in bivšimi ter sedanjimi vrhunskimi športniki,
- organizacija sejmov rabljene športne opreme in rekvizitov,
- izvedba krajših propagandnih šol in tečajev učenja posameznih aktualnih športov,
- organizacija in predvajanje zanimivih športnih filmov in video posnetkov,
- organizacija strokovnih in reportažnih predavanj strokovnjakov in znanih športnikov,
- organizacija in izvedba preverjanj in testiranja funkcionalnih in gibalnih sposobnosti v povezanosti z zdravstvom,
- izvedba "dneva odprtih vrat" in drugih podobnih prireditev manifestativno-propagandnega značaja (športni vikend, teden športa, pohodne poti, iz sence na sonce) s celovito predstavitvijo delovanja društva oziroma kluba in s pridobivanjem in vpisovanjem novih, predvsem aktivnih članov.

6.0 PRIMER

Društvo za športno rekreacijo in športno vzgojo Partizan Mirna organizira v sodelovanju s Športno zvezo občine Trebnje pod pokroviteljstvom Skupščine občine Trebnje plavalno štafeto 5 krat 50 metrov. Delni povzetek propozicij bi bil:

- tekmuje se v dveh kategorijah: moški in ženske
- ekipo sestavlja 5 tekmovalcev oziroma tekmovalk in sicer po eden v starosti: do 10 let, od 11 do 20 let, od 21 do 30 let, od 31 do 40 in nad 40 let,
- vrstni red tekmovalcev glede na starost v ekipi je poljuben,
- tehnika plavanja je poljubna in se lahko med plavanjem

- menja,
- tekmuje se po pravilih PZS,
 - tekmovanje bo dne 31. junija 1993 na bazenu v Mirni s pričetkom ob 10 uri
 - prijave ...,
 - nagrade - poleg normalnih nagrad še dodatne možnosti: najstarejšemu, najtežjemu, najpočasnejšemu, ...,
 - pritožbe ...,
 - ...

Predlog informativno - propagandnih dejavnosti po časovni razporeditvi, metodah in sredstvih propagande in osnovni vsebini:

V organizacijskem odboru se mora tisti (lahko tudi tim), ki je odgovoren za to dejavnost, čim prej odločiti, kakšen propagandni material, katera sredstva obveščanja in propagande bodo uporabljena in s kakšno časovno dinamiko, seveda na osnovi razpoložljivih sredstev.

Koraki:

- **1 leto prej:** načrtovati akcijo in jo uvrstiti v finančni program, obvestiti ustrezne organe v občini, obvestiti športno zvezo Slovenije, da pride v koledar množičnih prireditvev,
- **pol leta prej:** na šole med mladino gre natečaj za najboljšo celostno podobo prireditve,
- **2 - 3 mesece prej in do dneva prireditve:** v "GLASILU OBČANOV" in drugih časopisih se redno pojavljajo strokovni članki o pomenu znanja plavanja, o mnogih mladih življenjih, ki so ugasnila zaradi neznanja plavanja in o možnostih plavanja v bližnji in daljnji okolici,

- vse strokovne in organizacijske delavce v športu se povabi, da tam kjer delajo in bivajo, širijo glas o bližajoči se prireditvi,
- **2 meseca prej:** prvič se pojavi celostna podoba prireditve in slogan **PLAVALNI DAN MIRNA '93** v posebni grafični podobi,
- vsa športna in druga (kulturna, gasilska, mladinska, ...) društva v občini, vsa podjetja, družbene ustanove in zasebniki dobijo razpis in propozicije tekmovanja,
- enak material dobijo športne zveze in sekretariati družbenih dejavnosti bližnjih občin,
- **1 mesec prej:** otroci na vseh šolah dobijo razpis s propozicijami in prijavnice,
- na mnogih mestih v občini se začnejo prodajati različni izdelki, na katerih so ob enotni grafični podobi prireditve tudi obeležja glavnih sponzorjev kot na primer TOM Mirna, DANA Mirna, TRIMO Trebnje, TEM Čatež, Iskra Mokronog, PETROL, TILIJA (kape, majice, priponke, trakovi za glavo, plavalne kape, nalepke za kolesa, motorje in avtomobile, ...),
- **14 dni prej:** na najbolj frekventnih mestih se pojavijo propagandni lističi z osnovnim sporočilom (pošta, banka, trgovine, cerkev, čistilnice, mesarije, gostilne, avtobusna postaja, bencinske črpalke, ...),
- **en teden prej:** pojavijo se plakati, napisi nad cesto, v vseh šasopisih (tudi internih) v tem tednu se pojavljajo sporočila o prireditvi,
- **dan, dva prej:** pogosta obvestila v lokalnem radiu, sporočilo na radiu Slovenije (Stane Urek), v glavnih slovenskih časopisih (rubrike: kam preko vikenda, kam v nedeljo, športna rekreacija, športni vikend, ...)
- **v dneh po prireditvi:** v lokalnih več in v glavnih slovenskih časopisih nekoliko manj poročati o uspešni

prireditvi (število udeležencev, posebni gostje, drugi nastopajoči, kake posebnosti in izredni dogodki ipd.).

7.0 VIRI

1. Modeli fizičke kulture, Svezak III, Republička samoupravna interesna zajednica fizičke kulture Hrvatske, Zagreb 1987,

2. Sportska rekreacija u mesnoj zajednici, Zbornik radova Jugoslovenskog savetovanja, Šibenik 1975, Partizan, novinska izdavačko-propagandna ustanova Saveza za fizičku kulturu Jugoslavije,

3. H., Berčič, B., Sila, M., Kapus: Načrtovanje in programiranje športnorekreativne dejavnosti občanov občine Trebnje, (I. faza raziskovalnega projekta), Inštitut za kineziologijo Fakultete za šport v Ljubljani in Zveza tlesnokulturnih organizacij občine Trebnje, Ljubljana, 1991.

4. Šport v državi Sloveniji - dileme in perspektive, Inštitut za kineziologijo Fakultete za šport, Ljubljana, 1991