СЕКЦІЯ 5. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ТА ПРАЦЕВЛАШТУВАННІ ФАХІВЦЯ З ФІТНЕСУ

Олександра Благій, Наталія Лисакова
Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ

Вступ. В умовах стрімкого розвитку фітнес-індустрії в Україні спостерігається стійка тенденція щодо підвищення професійної компетентності фахівців з фітнесу[1]. Однак, відсутність єдиних стандартів якості фітнес-послуг та зміна професійних вимог до фахівців створюють багато проблем для випускників на етапі пошуку роботи в фітнес-індустрії.

Аналіз даних спеціальної літератури свідчить [2,3], що соціальні мережі сприяють отриманню інформації про ринок праці та способи пошуку роботи, дозволяють оцінити рівень своєї кваліфікації, набути впевненості в собі, поспілкуватися з роботодавцями.

За результатами дослідження Інтернет Асоціації України кількість користувачів Інтернету в Україні на початок 2018 року склала 25,59 млн., більш ніж 60% з них користуються соціальними мережами. При цьому проведені дослідження відзначають також високу активність комунікацій: у середньому кожен учасник соціальної мережі проводить в ній не менше години на день.[3] Соціальні мережі вже стали об'єктом наполегливої уваги дослідників: відкриваються нові можливості для їх використання, вони щільно входять в фітнес-індустрію, стають її невід'ємною частиною і мають великий вплив на її розвиток.

Мета роботи: виявити роль соціальних мереж у професійному розвитку та працевлаштуванні фахівця з фітнесу.

Методи дослідження: теоретичний аналіз і узагальнення даних науково-методичної літератури; педагогічні методи дослідження; соціологічні методи, статистичні методи обробки одержаних даних.

Результати дослідження та їх обговорення. Розвиток комп'ютерних і телекомунікаційних технологій і поява глобальної мережі мотивували відновлення інтересу до теорії «шести рукостискань» і створення служб, що реалізують даний принцип на базі мережі. Соціальна мережа - це інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі [2]. Соціальна мережа в Інтернеті - веб-сервіс, що дозволяє користувачам: створювати відкриті (публічні) або частково відкриті профілі користувачів; створювати список користувачів, з яким вони перебувають у соціальному зв'язку; переглядати свій список зв’язків та аналогічні списки інших користувачів в рамках однієї системи [5].

Вперше термін «віртуальна спільнота» було вжито Г. Рейнхольдом у книзі «The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier» у 1993 р. Ці спільноти у віртуальному просторі мають певні відмінності від традиційних спільнот – у віртуальних об’єднаннях приналежність особи до певної національно-культурної групи втрачає своє значення, соціальний статус комунікантів так само відходить на задній план [4].

Неспеціалізовані соціальні мережі позбавлені будь-якої спеціалізації і не припускають ніяких обмежень по тематиці комунікацій учасників (хоча в деяких випадках в рамках конкретної соціальної мережі може сформуватися домінуюча група користувачів зі схожими інтересами). Спеціалізована соціальна мережа - це соціальна мережа, учасники якої спочатку об'єднуються навколо певної теми, ідеї або галузі професійної діяльності. Такий спеціалізацією можуть виступати політика, освіта та виховання, спорт, фітнес та

інші теми [2,3]. В якості спеціалізованих соціальних мереж також можна розглядати тематичні групи та об'єднання користувачів всередині великих глобальних соціальних мереж (MySpace, Facebook, LiveJournal). Основними відмінностями спеціалізованих соціальних мереж від звичайних є наявність специфічного функціоналу; істотно менша аудиторія; сильніша ступінь впливу на учасників ;висока активність аудиторії в питаннях, пов'язаних зі спеціалізацією конкретної мережі, професійне розуміння тематики [2]

Соціальна мережа починала функціонувати, перш за все, як посередник, що дозволяє спілкуватися людям зі схожими інтересами, еволюціонувала і дала компаніям і фахівцям можливість взаємодіяти, збільшувати кількість бізнес-контактів і, навіть, будувати кар'єру.

Для вивчення ролі соціальних мереж у професійному розвитку та працевлаштуванні фахівців з фітнесу нами проведено опитування 60 фахівців, які працюють в сфері оздоровчого фітнесу віком від 18 до 40 років.

В результаті анкетування було виявлено, що всі респонденти користуються соціальними мережами. В результаті аналізу виявлено чітку залежність інтересів користувачів та вибір соціальної мережі від віку респондентів.

Респонденти віком від 18 до 25 років користуються соціальними мережами більш активно і більшість використовують соціальні мережі лише для особистого спілкування. Популярні соціальні мережі для цієї вікової групи Twitter. Instagram, Facebook. Фахівці віком від 26 років поєднують особисте та професійне спілкування, більш активно використовують засоби спеціалізованих мереж для кар'єрного розвитку та моніторингу ринку фітнесу. Більшість опитаних цієї вікової групи користуються соціальними мережами Facebook. LinkedIn.

Виявлено, що 51,7 %з опитаних використовували соціальні мережі для пошуку роботи, причому досить успішно використовуючи і особові і професійні контакти.

Висновки. Проведені дослідження свідчать, що поступово серед фахівців фітнесу формується професійна віртуальна спільнота, яка є асоціацією осіб, що переслідують цілі отримувати та ділитися знаннями в професійній сфері в процесі спілкування у віртуальному просторі. Професійні соціальні мережі менш популярні серед молоді, але ми можемо слідкувати за світовими тенденціями і прогнозувати зростання популярності таких мереж.

Професійні соціальні мережі можуть біти використані фахівцями з фітнесу для формування персональної освітнього сфери та розвитку професійної інформаційної компетентності.

Література

1. Благій О.Л.Онлайн курсы в системе непрерывного образования фитнес-тренера./ О. Л. Благій, Н. М.Лисакова// Материалы международной научной конференции «Проблемы акмеологии в области физической культуры». – Кишинев: ГУФВС , 2017.– .С.71-75
2. Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу/В. Д. Винник // Философия науки. – 2012. – № 4 (55). – С. 110-126
3. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество : международный электронный журнал. – 2014. – Т. 17. – № 1. – С. 650–675. – Режим доступа :http://ifets.ieee.org/russian/depository/v17_i1/pdf/21.pdf
4. Теличко В. О..Різніпідходи до визначенняпрофесійногоспілкування / В. О. Теличко // Наукові записки. Серія «Філологічні науки (мовознавство)».– Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – Вип. 89 (5). – С. 330 – 333
5. Boyd D.M.Social network sites: definition, history, and scholarship/ D. M. Boyd, N. B. Ellison// Journal of Computer– Mediated Communication, 2008. –Vol. 13. – P. 210–230.