

## ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРІВ РЕАБІЛІТАЦІЇ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯ НЕПОВНОСПРАВНИХ ДО РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ

Анатолій МАГЛЬОВАНІЙ<sup>1</sup>, Ольга СТАСЮК<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького,

<sup>2</sup>Львівський державний університет фізичної культури

**Анотація.** У статті описано особливості діяльності центрів реабілітації щодо залучення неповносправних до рухової активності. Діяльність у цьому напрямку має важливий інформаційний аспект. Основними його особливостями є наявність певних джерел інформування, доцільних варіантів розміщення інформації про реабілітаційні центри та шляхів передачі інформації. Виявлено, що засоби масової інформації не достатньо задіяні в інформуванні громадськості про діяльність реабілітаційних центрів. Установлено доцільні варіанти розміщення інформації про діяльність реабілітаційних центрів: телевізійна передача, газети, радіо.

**Ключові слова:** центри реабілітації, неповносправні, рухова активність, зв'язки з громадськістю, рівень поінформованості.

### ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРОВ РЕАБИЛИТАЦИИ ПО ПРИОБЩЕНИЮ ИНВАЛИДОВ К ДВИГАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

Анатолій МАГЛЬОВАНІЙ<sup>1</sup>,  
Ольга СТАСЮК<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Львовский национальный медицинский  
университет им. Д. Галицкого,

<sup>2</sup>Львовский государственный университет  
физической культуры

**Аннотация.** В статье описаны особенности деятельности центров физической реабилитации относительно привлечения инвалидов к двигательной активности. Деятельность этого направления имеет важный информационный аспект. Основными его особенностями являются наличие определенных источников информирования, целесообразных вариантов размещения информации о реабилитационных центрах и путях передачи информации. Выявлено, что средства массовой информации не достаточно задействованы в информировании общественности о деятельности реабилитационных центров. Установлены наиболее целесообразные варианты размещения информации про деятельность реабилитационных центров: телевизионная передача, газеты, радио.

**Ключевые слова:** центры реабилитации, инвалиды, двигательная активность, связи с общественностью, уровень информированности.

### FEATURES OF REHABILITATION CENTERS OF ATTRACTION TO DISABLED MOTOR ACTIVITY

Anatoly MAHLOVANYIY<sup>1</sup>, Olga STASIUK<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Lviv National Medical University  
named after Danylo Galycykyj,

<sup>2</sup>Lviv State University of Physical Culture

**Annotation.** In the article described features of activity of centers of rehabilitation are in relation to bringing in of disabled to motive activity. Activities in this area is an important aspect of information. Its main features are: presence of certain sources of informing, expedient variants of placing of information about rehabilitation centers and ways of information transfer. It was found that the media are not sufficiently involved in informing the public about the activities of rehabilitation centers. Established appropriate accommodation options information about the rehabilitation centers: television, newspapers, radio.

**Key words:** centers of rehabilitation, disabled persons, physical activity, public relations, level of knowledge.

**Постановка проблеми.** Кількість неповносправних осіб, на жаль, не має тенденції до зменшення. Така ситуація призводить до створення нових реабілітаційних центрів. Часто через брак теоретичних знань та досвіду проблемою новостворених закладів є неефективна їх діяльність щодо залучення неповносправних до отримання реабілітаційних послуг, тобто до рухової активності. Тому трапляється недостатньо продумана й апробована діяльність реабілітаційних установ щодо управління зв'язками із громадськістю (з персоналом, відвідувачами, представниками вла

ди та інших закладів реабілітації). Відсутність знань щодо ефективних шляхів усунення вищезазначеної проблеми може призвести до зниження репутації реабілітаційних центрів (в умовах певної конкуренції це питання є досить актуальним). Наслідком такої ситуації може стати зменшення кількості відвідувачів закладів, яке призведе до зниження рівня їх соціалізації, що підтверджує актуальність обраної теми.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значна кількість фахівців, які вивчають питання зв'язків з громадськістю, пропонує багато варіантів управління цією сферою. Так, зарубіжні автори С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум (2005) вказують на необхідність обов'язкового застосування в цих процесах стратегічного мислення та стратегічного менеджменту [6].

Дослідники Г.Г. Почепцов (2006) та Л.В. Балабанова, И.М. Синяева (2008) у своїх працях „Паблік Рилейшнз” звертають увагу на процеси управління основою яких повинно бути обов'язкове вивчення потреб споживачів, тобто проведення ситуаційного аналізу [1, 8, 10]. Моделі управління, які пропонує більшість авторів, є надзвичайно громіздкими, з великою кількістю елементів планування, що, на нашу думку, значно перешкоджає ефективному налагодженню цього процесу. Проте проведений теоретичний аналіз та узагальнення даних наукової та методичної літератури дозволяє стверджувати, що ефективність залучення неповносправних до рухової активності залежить від правильної постановки завдань у сфері управління зв'язками із громадськістю та відповідного вибору правильної тактики дій. Одним із головних таких завдань є вивчення рівня поінформованості відповідного контингенту осіб [1, 4]. Так, саме в дослідженнях Л.В. Балабанової, И.Л. Викентьева, С. Катлипа констатовано необхідність попереднього вивчення рівня поінформованості потенційних клієнтів для забезпечення ефективного управління зв'язками з громадськістю [1, 3, 6].

У зв'язку з цим, **метою** ц роботи було визначення особливостей діяльності центрів реабілітації щодо залучення неповносправних до рухової активності.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження проводилося на базі чотирьох реабілітаційних центрів (РЦ) міста Львова, зокрема: Міжрегіонального центру соціально-трудової, професійної та медичної реабілітації інвалідів, Навчально-реабілітаційного центру «Джерело», Центру соціального захисту та реабілітації інвалідів «Созарін», Навчально-реабілітаційного центру для дітей з вадами зору «Левеня».

Названі реабілітаційні центри обслуговують численний контингент споживачів із різними нозологіями та мають багаторічний досвід роботи. За тривалий період своєї діяльності вони налагодили тісні зв'язки з громадськістю, що є сприятливим для вивчення вищезазначеної проблеми.

Ми опитали неповносправних та їхніх батьків, щодо діяльності реабілітаційних центрів. Результати опитування дали можливість установити, що основними джерелами, які інформували неповносправних про діяльність реабілітаційних центрів, є лікарі чи МСЕК (38,3 %), знайомі (18,7 %), батьки, родичі (15,6 %) (рис. 1).

Результати опитування свідчать, що засоби масової інформації (ЗМІ) мало задіяні в інформуванні громадськості про діяльність РЦ. Ці дані підтверджено результатами відповідей респондентів, більшість з яких (49,3%) зазначила, що ЗМІ висвітлюють вкрай мало інформації про діяльність реабілітаційних центрів [11].

Зазначений аспект є значною перешкодою в напрямку залучення неповносправних до рухової активності, тобто до отримання реабілітаційних послуг.

Ураховуючи наведене вище, ми провели опитування батьків неповносправних для з'ясування питання про доцільність варіантів розміщення інформації про діяльність РЦ. За результатами дослідження для 21,3 % батьків, діти яких відвідують НРЦ „Джерело”, таким варіантом є телевізійна передача, для 16,3 % – це газети, для 15,9 % – радіо. Іншими джерелами батьки дітей зазначили Інтернет та інформацію отриману від лікаря, а також відповіли, що її потрібно поширювати всіма можливими засобами” [11].

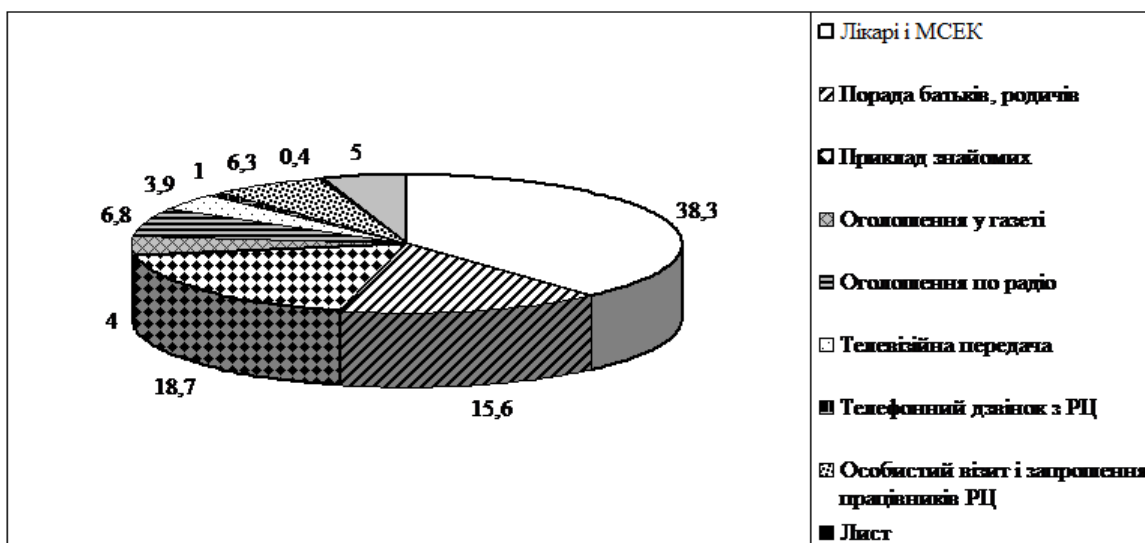


Рис. 1. Джерела отримання клієнтами інформації про РЦ (у %)

Отже, як свідчать отримані відповіді, значна відсоткова частка припадає на ЗМІ. Однак останні, як уже згадувалося, практично не інформують громадськість про діяльність реабілітаційних установ. А якщо й інформують, то джерелом інформації виступають клієнти реабілітаційних установ. Про це стверджує спеціаліст з управління кризовими ситуаціями у сфері зв'язків із громадськістю Сандра Олівер, яка зазначає, що здебільшого джерелом інформації або газетного матеріалу, який з'являється у пресі, є клієнти організацій [7]. Це положення ми підтвердили результатами проведеного анкетування, яке свідчить, що періодично з представниками ЗМІ спілкувалося 9,4 % неповносправних осіб та 20,1 % батьків клієнтів РЦ. З журналістами зустрічалися рідко 43,4 % відвідувачів реабілітаційних установ та 27,1 % батьків неповносправних дітей РЦ [11].

Ще однією особливістю інформування неповносправних про діяльність реабілітаційних закладів і водночас залучення їх до рухової активності є праці дослідників у сфері зв'язків із громадськістю [1, 3, 6, 8], а також у сфері реклами послуг [2, 5, 9], в яких стверджується, що споживач вибирає конкретний вид ЗМІ, повідомлення й доцільний варіант розміщення інформації відповідно до своїх особистих завдань і уявлень про їх ефективність. Тобто передумовою того, що інформація обов'язково дійде до споживача, є доцільно дібраний відносно певної категорії потенційних клієнтів шлях її передачі. Це є особливо актуальним для неповносправних осіб. Оскільки через спричинені тією чи іншою нозологією обставин, для них виникають певні перешкоди в інформуванні. Тому, щоб залучати їх до рухової активності, потрібно правильно вибирати той чи інший шлях передачі інформації (візуальний, тактильний, вокальний (слуховий)).

Окрім цього, при формуванні інформаційного повідомлення працівникам реабілітаційних центрів потрібно пам'ятати, що особливості нозологій можуть спричинити неправильне сприйняття неповносправними інформації через «інформаційний шум». Тому повідомлення повинне бути побудоване так, щоб його зрозумів насамперед адресат. Деколи висловлювання здаються адресантам (відправникам) цілком доступними, проте отримувачі (адресати) інформації не розуміють таких висловлювань. Інформаційний (комунікативний) шум – це порушення й деформація повідомлення, які утруднюють процес передавання або сприйняття інформації [11].

Окрім джерел, у результаті анкетування ми встановили шляхи поінформованості неповносправних та їхніх батьків про діяльність реабілітаційних центрів, знання яких є важливими для ефективного залучення осіб з особливими потребами до рухової активності. Вони такі:

- участь неповносправних або їхніх батьків у розгляді рішень і програм діяльності закладів реабілітації (39,8 % відповідей);

- читання відвідувачами інформаційних матеріалів, які розміщені в реабілітаційному закладі (69,2 %);
- випуск працівниками реабілітаційних центрів інформаційних матеріалів, у яких описується діяльність установ (47,8 %);
- зустрічі з представниками трудових колективів, громадських організацій та ін. (46,7 % відповідей).

Проаналізувавши згадане вище, ми пропонуємо такі шляхи активізації інформування неповносправних про діяльність реабілітаційних центрів:

- участь неповносправних або їхніх батьків у прийнятті рішень і програм діяльності закладів реабілітації;
- випуск працівниками реабілітаційних центрів інформаційних матеріалів;
- зустрічі з представниками трудових колективів, громадських організацій та ін.

Ще однією особливістю залучення неповносправних до відвідування реабілітаційних центрів є дотримання принципу побудови інформаційного процесу, який сформований багатьма вченими у сфері реклами послуг та підтверджується результатами наших досліджень [3, 4, 6, 9]. Він базується на такому: інформаційний процес повинен будуватися відповідно до наступних завдань – інформування, переконання чи нагадування. Вибір мети залежить від рівня поінформованості неповносправних.

#### **Висновки:**

1. Аналіз літературних джерел і власних результатів дослідження показав, що діяльність реабілітаційних центрів щодо залучення неповносправних до рухової активності полягає, передусім, в інформаційному аспекті, який має низку своїх особливостей. А саме: основними джерелами, які інформували неповносправних про діяльність реабілітаційних центрів, є лікарі чи МСЕК, знайомі; батьки, родичі.

2. Засоби масової інформації мало задіяні в інформуванні громадськості про діяльність реабілітаційних центрів. Установлено доцільні варіанти розміщення інформації про діяльність реабілітаційних центрів: телевізійна передача, газети, радіо. Потрібно правильно вибирати той чи інший шлях передачі інформації (візуальний, тактильний, вокальний (слуховий)) та враховувати наявність «інформаційного шуму» при отриманні повідомлення.

3. Установлено шляхи поінформованості неповносправних про діяльність реабілітаційних центрів, знання яких є важливими для ефективного залучення осіб з особливими потребами до рухової активності. Вони такі: участь неповносправних або їхніх батьків у розгляді рішень і програм діяльності закладів реабілітації; читання відвідувачами інформаційних матеріалів, які розміщені в реабілітаційному закладі; випуск працівниками центрів інформаційних матеріалів, у яких описується діяльність установи; зустрічі з представниками трудових колективів, громадських організацій та ін.

**Перспективи подальших досліджень.** Подальші дослідження спрямовуватимуться на вивчення обсягів зв'язків з громадськістю у плануванні та реалізації управлінських функцій окремих реабілітаційних центрів та проведення порівняльного аналізу ефективності їхньої діяльності щодо залучення неповносправних до відвідування реабілітаційних центрів.

#### **Список літератури**

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшинз : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва – К. : Професіонал, 2008. – 528 с. – ISBN 978-966-370-080-9
2. Бове А. Современная реклама / Аренс Бове. – М. : Довгань, 1995. – 157 с.
3. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relation / И. Л. Викентьев. – Новосибирск : ЦЭРИС, 1993. – 307 с.

4. *Гінгстон П.* Найкраща книжка про збут і маркетинг / П. Гінгстон. – Л. : Сейбр-Світло, 1995. – 206 с.
5. *Джефкінс Ф.* Реклама : практич. посіб. / пер. з англ. ; Ф. Джефкінс. – К. : Знання ; КОО, 2001. – 456 с. – ISBN 978-966-346-459-6
6. *Катліп С.* Паблік рилейшнз. Теорія і практика : учеб. посіб. / пер. с англ. ; Скотт М. Катліп, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. – 8-е изд. – М. : Вільямс, 2005. – 624 с. – ISBN 5-8459-0107-3
7. *Оливер С.* Стратегія в паблік рилейшнз / Сандра Оливер ; пер. с англ. ; под. ред. А. Н. Андреевой. – СПб. : Нева, 2003. – 160 с.
8. *Почепцов Г. Г.* Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – 3-тє вид., випр. і допов. – К. : Знання ; КОО, 2006. – 327 с. – ISBN 966-620-220-4.
9. *Ромат Е. В.* Реклама в системі маркетинга / Е. В. Ромат. – Х. : Студцентр, 1995. – 98 с.
10. *Синяєва І. М.* Паблік рилейшнз в комерційній діяльності / І. М. Синяєва. – М. : б. и., 1998. – 287 с.
11. *Стасюк О. М.* Удосконалення управління зв'язками з громадськістю в центрах реабілітації осіб з особливими потребами : організаційно-метод. рек. / О. М. Стасюк, В. І. Франчук. – Л. : Ліга-Прес, 2008. – 74 с. – ISBN 978-966-397-071-5.

*Стаття надійшла до редколегії 16.04.2013*