

高校体育引入策划理念的思考

陈英军¹, 侯安宁²

(1. 湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412007; 2. 湘南学院 体育系, 湖南 郴州 423000)

摘要:对策划理念与高校体育结合运用进行了探讨,认为高校体育引入策划理念对培养合格人才、促进学科建设、优化组织管理、深化教学改革、提高教学效果,高质量、高层次开展体育文化活动等都有积极的作用。

关键词:高校体育; 策划理念; 学科建设; 人才竞争

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2005)03-0086-03

A study of the introduction of planning conception into physical education in colleges and universities

CHEN Ying-jun¹, HOU An-ning²

(1. College of Physical Education, Hunan Science and Poly-Technical University, Zhuzhou 412007, China;

2. Department of Physical Education, Xiangnan Institute, Chenzhou 423000, China)

Abstract: The author probed into the combined application of planning theory and physical education in colleges and universities, and considered that the introduction of planning conception into physical education in colleges and universities is provided with positive effects on cultivating qualified talents, promoting academic construction, optimizing organizational management, intensifying teaching reform, enhancing teaching effect, and carry out high quality and high class physical education and culture activities.

Key words: physical education in colleges and universities; planning conception; academic construction; talent competition

什么是策划?可以说一切对结果有所预测并付诸实施的过程都可以称为策划。古人云:凡事预则立,不预则废。预,就是事先做好充分准备,并进行必要的策划^[1]。人类的活动是一种有目的的实践行为,人们在做每一件事之前都有个思考与抉择的过程。

“策划”一词在现今社会的各领域中广泛运用,教育领域引入策划理念的研究也成热点。体育教育中对策划的研究虽然不是很多,但策划无处不在。高校体育策划是根据教育规律,运用策划理论,通过对体育教育的环境及市场进行调查与分析,制订科学、合理、高效的教育行动方案,动态控制体育教育的全过程,从而达到营造教育改革的良好氛围,形成体育教育竞争的独特优势,争取体育教育发展的最佳效益的目的。高校体育引入策划理念对高校培养合格人才、促进学科建设、优化组织管理、提高教育质量、推动体育教育的快速发展等都有积极的作用。

1 高校体育人才的培养与竞争需要策划

高校是培养人才的摇篮,高校体育人才的培养为社会体育的繁荣提供质量保证。因此,高校体育人才的培养如何适

应社会的需求,如何为社会提供合格的管理者和服务者等,是当前急需解决的问题。

体育市场是一个新兴的广阔的市场。随着人们生活水平的提高,休闲时间逐步增多,参与、关心体育的人越来越多。这也就是预示着,当前社会对体育人才的需求越来越大,这无形给高校体育发展创造了良好的机遇。如何抓住机遇,根据不同学校的实际情况,去争夺属于自己的市场,就必须研究对策、讲究谋略。就高校体育教育而言,参与市场竞争“产”“销”策略都需要策划。先要保证产的“量”,再想法提高产的“质”,才能更好地解决产品“销”的问题。现阶段各高等院校体育招生的人数不断增加,专业也不断增多,有些高校为了生存与发展,从招生开始就展开了激烈的竞争。从广告宣传到派人员去各地区或去中学动员、帮助考生填报志愿;还有些条件好的学校,邀请考生到学校参观,吸引考生;还有的对较优秀的考生提出免除部分费用或给予一定的优惠政策等。这样就很有必要引入策划理念,通过对体育输出的人才市场调查、分析,进行全方位的谋划,制订不同专业、不同地区的招生方案,主动驾驭市场、引导市场,才能走在前列,先于竞争对手。其二是产品“质”的竞争,由于不断扩招,

生源文化素质整体有下降的趋势,这已成为各专业公认的事实。因此怎样保证产品的“质”,这又是各高校须探究的问题。就体育学科而言,首先其专业设置、课程开设、培养方案等应与社会需求接轨,使学生能学到自认为实用的知识与技能,激发他们的学习兴趣。其次是提倡以研带教的教风,教师应研究不同时期的学生、教材等实际情况,改革传统的教学方法,做到因人施教、因材施教。再者应改善教学条件,优化教学管理,在人力资源允许的情况下,至少给大一学生配备班主任或辅导员,督促学生的学习。通过一系列的举措,在生源“质量”下降的情况下,将负面影响减至最低。其三是“销”的竞争,从高校来讲,首先是解决学生的就业问题。大学生的求职需要培训、指导、包装和策划。根据市场规律,要使你的产品行销市场,一是质量好、信誉好;其次是要有自己的特点与品牌。学校应根据不同地区体育环境的需求,有针对性地培养市场急需人才。如随着“全民健身”计划、“奥运争光”计划的出台和“健康第一”、“终身体育”观念的提出,社会对体育的专业人才需求倍增。社区体育的兴起与快速发展、健身健美热浪、休闲体育的引力,还有成批的“追星族”挤满的各种项目的培训班等,都需要大量的指导员、教练员及工作人员。值得思考的是高校应根据所处地区体育环境的需求,培养具有地方特色的人才。如南方应重点培养休闲娱乐、水上项目、民族传统体育项目及滑板、网球、高尔夫等时尚项目的人才。北方学校则可在冰、雪项目上创造特色。总之,人才培养应因地制宜,切莫照搬硬套。

2 科学动态的体育管理需要策划

高校的体育管理,主要涉及体育课管理,课余体育活动、课余体育训练与竞赛管理,以及体育组织与人员管理,体育经费与场地器材管理,学生体质与健康,体育科研工作管理等^[2]。其职能包括决策、组织、领导、控制与创新。策划是针对将要发生的事件,在当前进行决策的一种程序,它包括谋划、构思、设计程序及动态控制全过程^[3]。因此,策划与管理有着内在的联系,在高校体育管理所涉及的人、财、物、事等诸要素的系统配置和整合中起重要作用。先策划,再决策,才是成功的保证。策划可以帮助管理者更好地行使职权,提高决策能力与管理效果。其一,可以优化高校人才结构,做到“人尽其才”。对体育人才类型的合理配置与管理、体育人才的选用与使用的管理、体育人才市场与人才流动的管理等都有现实的意义。其二,可以健全高校体育经费的管理制度,较好地制订与执行财务计划,合理地分配与使用资金,做到“财尽其利”。其三,可以加强高校体育物资的管理,通过制订合理的制度与管理模式,做到“物尽其用”。

若运用策划理论建立组织结构,就会领先一步,在预测高校体育教育市场的变化的基础上,既考虑发挥组织的最大功能,又充分考虑组织对未来市场的适应性,从而设计并建立起各种组织体系,把体育教育活动的各个要素置于最佳位置,做到人尽其才,物尽其用,财尽其利,职责分明,分工合作,步调一致,形成团队精神,提高管理成效,实现管理目标^[3]。

3 开展高校体育文化活动需要策划

高校体育文化活动是指高校中,为实现人才培养目标,所进行的以传递精神文明和物质文明的各种方式。高校体育文化活动档次高、发展快、内容广、形式多,对学生的影响大。因此,现代高校越来越重视对体育文化活动的组织与策划。一般高校体育文化活动可划分为下列3类:一是任务性活动。如上级部门下达的指令性活动:重大庆典活动、全运会、体育节等;二是计划性活动。这类活动主要指各校依据自己的工作计划安排的各项活动。这类活动应是校园体育文化活动中最基本、最持久、最具多样化的活动;三是临时性活动。主要为当地体育职能部门及其他部门委托学校承办、协办的活动^[4]。策划时,先对其性质进行定位,对不同的活动有不同的构想、不同的筹划。

参与性与实践性,是高校体育文化活动的最大特点。让学生积极参与,努力实践,体验成功,有所收获,是我们组织与策划体育文化活动的出发点和目的。因此,在策划过程中应遵循下列基本原则:第1,整体规划。在进行活动策划时,应对活动有一个完整的规划,对程序做一个很好的创意与设计,对结果作一个充分的预测,并拟定可以采取包括需要回避各种风险的行为策略。高校体育文化活动内容丰富,形式多样。大部分是以竞赛为基础,围绕一个主题,达到寓教于体、寓教于乐、寓教于美的目的。如校运会、单项比赛、友谊赛、邀请赛、迎新单项比赛、表演赛等。在策划方案时,最好不要策划成一项单纯的比赛,而应营造一种文化气氛,突出一个主题、体现一种精神、展示一种风貌等。第2,力求创新。高校体育文化活动的开展,应起到示范作用、表率作用,须保持鲜明的思想性和目的性。活动内容健康,形式多样,使参与者都能体验体育所带来的快乐感与成功感,在身体、心理、交往等方面都有一定的收获。因此在策划活动方案时,应反复酝酿,力求活动内容与形式的和谐统一。还应以敏锐的目光捕捉各种信息,及时吸取外校、外省,甚至国外的经验、好方法。使活动既有时代感、时尚感,又有创造性、创新性。第3,重在参与。高校教育应把健康教育放在首位,在开展体育文化活动时应点面结合,尽量提高参与率,在选择形式与内容时应面向全体学生。如本人曾组织策划过一个要求参与率百分之百的校园体育文化活动。该活动设计为3个部分:一是团体操比赛;二是体育知识抢答赛,三是田径运动会。要求学生至少参加一项比赛,三项得分相加为团体总分,最后录取名次。整体安排为开幕式后进行团体操比赛,随后白天进行田径项目比赛,晚上进行体育知识抢答赛。真正体现了人人参与,个个关心,团结拼搏,奋发向上的精神,收到了良好的效果。第4,搞好宣传,扩大影响。组织开展每一次活动,都要把宣传发动工作列入重要的议事日程,要利用各种手段扩大影响,尽量做到人人知晓,造成一种声势。组织重大活动时,还应与校外媒体建立密切的联系。

4 高校体育学科建设需要策划

体育学科的存在、发展与体育在社会中的发展有着密切联系,社会对体育的需求是推动体育学科发展的动力。因

此,高校体育学科建设,应在国家教育方针政策指导下,遵循市场规律,适应社会需求,发展学科建设。为了适应快速发展的市场,许多高校在体育学科建设中筹划了许多成功的方案,相继设置了体育与健康专业、社会体育专业、休闲娱乐体育专业、民族体育专业、体育新闻专业、体育摄影专业等。这些新专业的涌现,是市场发展推动学科发展的最好见证。我们也相信,在建设这些新专业的过程中,肯定做过相当周到市场调研,通过反复论证,也发挥了集体的智慧。其实这种从市场调查分析到反复运筹到精心运作再到最后决策的过程就是策划。

现阶段学科建设存在一个理不清的问题,就是使用教材的问题。虽然大学教材仅供参考之用,但毕竟对学生知识的掌握意义深远。近年来各种专著、教材琳琅满目,推销商也无孔不入。怎样选用与本校、本专业相适应的教材,也需要很好地运筹与筛选,通过收集书目及了解基本内容,对照专业培养目标,广泛征求专家及任课教师意见,选用适应社会、适应学生、适应时代发展的优秀教材。

学科建设还须加大科研力度,培养高水平的学者,提高学科的整体水平。科研是学科的载体,是学科的立足之本。因此高校应建立并规范科研奖励制度,经费、评优、评先、申报职称等都应向其倾斜,并且重奖有突出贡献的学者,以此推动学科研究之风,也借此提高学科档次,树立“品牌”效应。

5 高校体育教学的组织需要策划

“策划是一种程序,在本质上是一种运用脑力的理性行为^[5]。”体育教学从某种意义上讲也是一个系统工程,从设定目标,选择内容、方法、手段到时间安排,程序设计等都需要精心的策划。首先应在课程目标的统领下,找准与学期计划、单元计划相对应,与学生基础相适应的领域目标与水平目标,提出具体的切合实际的课堂教学目标。再围绕这个具体的目标进行策划。其次是选择达成目标的教学内容。新体育课程标准对教学的内容没有做硬性规定,教师可以灵活选用各种不同的内容去完成目标。例如确定目标为“提高心肺功能和有氧耐力”,我们可以根据本校实际情况以及学生水平,选用健美操、篮球、足球、越野跑、游戏等项目来达成目标。一堂课可选择一个内容,也可选择多个内容,可以选择非正规竞技方式,也可选择“软式化”了竞技运动为手段,还可选用不同的教学组织形式进行教学等。可见,新理念下的教学灵活性大,对教师提出的要求更高。教师必须具备扎实全面的理论知识和较高的综合素质,对各项教材与育体、育心的关系有全面细致的了解,这样才能选择效果好、学生喜欢而又具有时代特色的内容去很好地达成目标。

教学策划还应有好的创意,这也体现教师综合能力。创意就是要打破传统的教学模式与方法,设计出适应新课程标准、适应现代社会、适应当代大学生的全新的教学方式。也许同样的教材,同样的条件,甚至同样的学生,由于教师的创造力、策划力、组织能力的不同,效果一定会有较大的差异。因此,在设计与创新教学方案时应思考下列问题:第1,程序的设计与创新,从导入到结束,采用一种什么方式,使课堂轻

松自然的递进。第2,教学方法的选择与创新,打破传统的“三步曲”(讲解、示范、练习)教学方式,探讨新的教学方法。第3,学生学习方法的选择与指导,使学生学会学习,主动学习,促进其养成终身学习的好习惯。第4,创设良好的课堂氛围,使学生在轻松愉快、安全的环境下学习。第5,符合实际创出特色,任何好的创意离开了环境就无法实施,因此我们的创意应建立在自身环境的基础上。在方案设计与创意时,我们应避免探讨固定的教学模式,只要学生喜欢并积极参与的课都是好课。

现阶段高校体育教学一般采用班级授课制。这种传统的教学模式在很大程度上影响了学生体育的兴趣与个性的发展。随着高校体育教学改革的不深入与学校条件的不断改善,当前许多高校实行了学分制、俱乐部制与不同程度的选修制,个别有条件的高校开始采用了小班授课制,都收到了良好的效果。本文对高校体育教学模式有一个构想,即将大学体育教学分为4个阶段,第1阶段,“向老师学”(班级授课、传统教学方法,学习一定的健身理论及方法);第2阶段,“和老师一起学”(班级授课、异质分组、小群体教学等,培养意识提高兴趣,学生主导,教师指导);第3阶段,“选择性学”(学分制,可多项选择,如选择教师、内容等,发展个性提高运动能力);第4阶段,“针对性学”(俱乐部制、课外活动等,养成锻炼习惯、提高运动水平)。它是对各阶段模式的一种综合,与现代学校体育目标的综合化趋势不谋而合。

体育教学是以身体练习为基本手段,在动态中进行,其教学组织难度较大,而且设计的方案与执行时的客观环境、约束条件等都可能发生变化。因此,在实施时应不断收集反馈信息,不断检查与总结,在动态中修正方案。

综上所述,将科学的策划理念引入到高校体育教育中,对高校培养合格人才、促进学科建设、优化组织管理、深化教学改革、提高教学效果,高质量、高层次开展体育文化活动等都有积极的作用。对策划理念与高校体育学科相结合的探讨还很粗浅,其理论体系、适用方法等还有待在实践中进一步探索。

参考文献:

- [1] 胡屹. 策划学全书[M]. 北京: 中国社会出版社, 1999: 8-54.
- [2] 卢元镇. 体育人文社会科学概论高级教程[M]. 北京: 高等教育出版社, 2003: 329.
- [3] 李旭辉, 胡晓东, 张永锐, 等. 教育策划与教育管理职能的整合[J]. 教育发展研究, 2003(3): 65-67.
- [4] 陈英军. 高校体育文化活动的组织与策划[J]. 教育纵谈, 2004(4): 71.
- [5] 陈放, 谢宏. 文化策划学[M]. 北京: 时事出版社, 2000: 15.