

## Социология

УДК 316.42; 316.444

*А.М. Бекарев, О.А. Сулина*

### ФИТНЕС-ТРЕНЕР КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НОВОЙ ПРОФЕССИИ В РОССИИ

Целью исследования является раскрытие основных аспектов фитнес-индустрии в отечественных исследованиях, а также анализ популярности среди молодежи профессия фитнес-тренера. В комплексе основных мотивов посещения фитнес-клубов выделяются стремление поддерживать хорошую форму, снижение веса. Около 40 % мужчин отмечают, что поход в фитнес-клуб дарит им большую уверенность в себе, ощущение собственной значимости, а 38 % женщин выделяют возможность приобретения друзей и знакомых как одну из причин для посещения фитнес-зала. Поэтому, кроме функции поддержания тела в тонусе (оздоровительной), фитнес-клубы выполняют и связующую социальную функцию. Отечественные исследования в области фитнес-индустрии начали появляться сравнительно недавно – на рубеже последних веков. Это связано с тем, что первые фитнес-клубы в России стали появляться лишь в 90х годах. Крупнейшим таким клубом, впервые открывшемся в России в 1993 году, и который соответствовал мировым стандартам, стал фитнес-клуб World Class. Тогда было положено начало развития фитнес-индустрии в России и странах СНГ и началась популяризация профессии фитнес-тренера. Настоящее исследование посвящено изучению становления сферы фитнес-услуг в России, а также причин популярности профессии фитнес-тренера в современных условиях. Эмпирической базой послужила серия глубинных интервью с 18 фитнес-тренерами (из них 3 являются владельцами, некоторые совмещают тренерскую работу), которая проводилась в Нижнем Новгороде в период с сентября 2016 года по март 2017 года. Опрос проводился в наиболее популярных сетевых фитнес-клубах города: «World Class», «Спарта», «ДЖЕМ-спорт», «Элат», «ФизКульт», а также ФОЦ «Атлет».

*Ключевые слова:* новая профессия, ценностные ориентации, фитнес-тренер, стиль жизни, молодежь, социологический портрет, компетенции, рынок фитнес-услуг, физическая культура, глубинное интервью.

DOI: 10.35634/2587-9030-2020-4-2-141-146

#### Введение

Отечественные исследования в области фитнес-индустрии начали появляться сравнительно недавно – на рубеже последних веков. Это связано с тем, что первые фитнес-клубы в России стали появляться лишь в 90х годах. Крупнейшим таким клубом, впервые открывшемся в России в 1993 году, и который соответствовал мировым стандартам, стал фитнес-клуб World Class. Тогда было положено начало развития фитнес-индустрии в России и странах СНГ и началась популяризация профессии фитнес-тренера. Настоящее исследование посвящено изучению становления сферы фитнес-услуг в России, а также причин популярности профессии фитнес-тренера в современных условиях. Эмпирической базой послужила серия глубинных интервью с 18 фитнес-тренерами (из них 3 являются владельцами, некоторые совмещают тренерскую работу), которая проводилась в Нижнем Новгороде в период с сентября 2016 года по март 2017 года. Опрос проводился в наиболее популярных сетевых фитнес-клубах города: «World Class», «Спарта», «ДЖЕМ-спорт», «Элат», «ФизКульт», а также ФОЦ «Атлет». *К сегодняшнему дню* популярность фитнес-индустрии и здорового образа значительно возросли. Так, уже если в 2006 году по данным ВЦИОМ, только 7 % из числа занимавшихся спортом, являлись клиентами фитнес-клубов, то в 2014 году их доля составила 12 %. Однако, несмотря на то, что спрос на услуги в сфере фитнеса заметно возрос, в нашей стране по он по-прежнему очень мал. Например, по оценкам многих экспертов в России фитнесом регулярно занимаются только 3 % населения. А в крупных европейских странах степень распространенности фитнес-услуг среди населения гораздо выше: к примеру, в Великобритании она составляет 6 %, в Германии – 8,5 %, в Голландии 15,5 %, в США – 18 % [7]. Однако и у нас с 2012 под 2017 год этот процент значительно увеличился и достиг 8 % [8]. По мере увеличения рынка фитнес-услуг, усиливается интерес социологов к данному феномену. Тем не менее, как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях изучены далеко не все аспекты фитнес-движения.

### Цель исследования

Определить основные характеристики новой профессии фитнес-тренера в социологическом измерении. На наш взгляд, основными особенностями фитнес-тренера как представителя новой профессии является высокий уровень готовности приспособиться к новым условиям, одновременно обособленность и вовлеченность в профессиональную группу тренеров (ситуации, когда тренер работает и в спорт-клубе, и в форме ИП), что порождает формирование отчасти противоречащих компетенций у таких специалистов. Однако, это только стимулирует их к дальнейшей работе над собой и на пользу клиента.

### Теоретические основания, методы и результаты исследования

В начале 1990-х годов целый ряд спортивных комплексов и стадионов, на которых раньше занимались спортсмены, перестали использоваться по назначению. Вместе с тем в тот период времени, в ответ на отсутствие мест для занятий физической культурой, стали появляться так называемые «качалки». Они удовлетворяли интересы тех, кто привык к регулярным занятиям физической культурой. Это были первые образы тренажерных залов, располагавшиеся по большей части в подвальных помещениях, однако, все же в несколько ином понимании, чем сейчас [1. С. 93].

Развитие фитнеса как инновативной социальной практики в молодежной среде стало проявлением более широких социальных изменений, изменяется отношение к телу. Что касается современных исследований, то в них в основном исследуются мотивы посещения фитнес-клубов. Среди основных мотивов – стремление поддерживать хорошую форму (19 %), снижение веса (20 %). Около 40 % мужчин отмечают, что поход в фитнес-клуб дарит им большую уверенность в себе, ощущение собственной значимости, а 38 % женщин выделяют возможность приобретения друзей и знакомых как одну из причин для посещения фитнес-зала. Поэтому, кроме функции поддержания тела в тонусе (оздоровительной), фитнес-клубы выполняют и связующую социальную функцию. Фитнес-центр смело можно рассматривать как отдельную сферу для взаимодействия, место общения людей (7 %) [5. С. 258]. В исследовании Р.Н. Абрамова «Индустрия спорта и тела» изучались посетители тренажерных залов разных возрастных категорий. Было произведено социологическое описание фитнес-индустрии, а именно – как стиль жизни современной молодежи из «нового среднего класса», которое коннотирует с посещением фитнес-клубов, а также рассмотрение новых социальных практик, присущих этой группе, потребляющей большую часть фитнес услуг [1. С. 94].

Популярным в этой области является и кросс-культурный анализ – изучение кросс-культурных различий в мотивации поведения потребителей на рынке фитнес-услуг. Можно назвать исследование Н.Е. Бартеновой и А.Ю. Мягкова, проведенное в 2014 году. Для сбора данных использовался онлайн-опрос клиентов фитнес-клубов. Итогом этого исследования стала кандидатская диссертация Н.Е. Бартеновой [2. С. 9]. Однако, предметная область все же характеризуется слабой изученностью в отечественной науке, а аспект, связанный с популяризацией фитнес-индустрии как причины формирования установок у молодежи на профессию фитнес-тренера изучен крайне мало.

По данным Нижегородского информационного агентства INNOV.RU в 2013 году в Нижнем Новгороде наиболее популярны были фитнес-клубы: «World Class», «ТОНУС-КЛУБ», «Спарта», «Gold's Fitness», «ДЖЕМ-спорт», «X-fit», «ФизКульт» и «Элат» [6]. На основании этого можно предположить, что эти сетевые фитнес-клубы и центры являются наиболее популярными у молодежи. Исследование проводилось методом глубинного интервью с фитнес-тренерами. Оно позволило изнутри взглянуть на фитнес-клуб как сферу социального взаимодействия. Кроме того, исследование особенностей мотивации молодежи в отношении фитнеса помогло проследить путь к тренерской профессии в этой сфере. И в результате был составлен общий интегративный социальный портрет фитнес-тренера как представителя новой профессии. Сегодня, когда фитнес-индустрия России активно развивается, происходит быстрое увеличение спектра предлагаемых видов занятий и такая же быстрая смена модных течений в фитнесе [1. С. 98]. Думаем, что после самоизоляции в связи с коронавирусом, когда будут сняты ограничения на групповые занятия, популярность фитнес-клубов значительно возрастет. Правда, то будет связано с удовлетворением социальных потребностей, и это требует нового исследования.

Что касается мотиваций, которые наблюдают фитнес-тренеры у пришедшей к ним молодежи, то здесь прослеживается несколько основных стратегий, которые часто совмещены друг с другом.

Чаще всего, это желание кардинально улучшить свой внешний вид. В фитнес-клубах представлено обычно несколько направлений, напрямую относящихся к спорту (в основном, это различные виды единоборств), но сам по себе фитнес-клуб является учреждением с интегрированной системой, находится в некотором промежуточном отношении между учреждениями, которые предоставляют услуги по отдельным видам спорта, и теми повседневными практиками, которыми люди могут заниматься самостоятельно.

*«Как не заглянешь в интернет, видишь красивых людей, которые имеют спортивную фигуру. Думаю, от таких фото даже самому независливому человеку захочется так же. Молодежь и не только, хотят иметь здоровый и спортивный организм. Поэтому даже, когда приходят с целью похудеть, говорят, что не прочь и потом заниматься.»* (Александра, 26, тренер в фитнес-клубе «World Class»). Активное посещение фитнес-клубов молодежью обусловлено рядом причин, главнейшая из которых – удобство. Например, абонемент можно приобрести через сайт фитнес-клубов, и там же заказать индивидуальные занятия у тренера. Простота, удобство и универсальность – вот основная причина преимущественного выбора сферы фитнес-индустрии среди разнообразия спортивных направлений.

*«Заниматься в фитнес-клубе сейчас очень популярно среди молодежи, они кучу своего времени проводят в зале, причем как те, кто занимается профессионально, так и те, кто ходит для того чтобы привести себя в форму или же просто провести свободное время. Я думаю, это обусловлено простой системы – купил абонемент, проконсультировался с тренером и занимаешься, либо с тренером, либо самостоятельно, и не надо ничего лишнего.»* (Дмитрий, 25 персональный тренер «Физкульт»).

Однако, разнообразие мотиваций и целей порождает то, что у молодых людей, пришедших в фитнес-клуб появляется сразу несколько задач, которые, отчасти, продиктованы многогранностью той сферой деятельности (фитнес-клуб) в которой они хотят быть задействованы. И главное, могут реализовать свои стремления.

*«Кем-то движет желание похудеть, кто-то хочет сам развиваться в фитнес-индустрии и самому работать там. А кто-то устал, например, сидеть дома и хочет чем-то развлечь себя. Кому-то хочется просто попробовать что-то новое, и заниматься спортом.»* (Ольга, 22, фитнес-тренер в фитнес-клубе «Джем-спорт»).

Также, противоречивым моментом в формировании у молодежи ориентаций на спортивный стиль жизни является следующий фактор. Он проявляется в несоответствии установки социума на заботу о своем здоровье, которая понимается молодежью как некоторая абстрактная ценность, с реальным отношением к приобретению конкретных навыков выполнения отдельных физических упражнений и посещению соответствующих занятий [3, 13]. Далеко не всегда желаемый образ в реальности наполнен именно представляемыми средствами достижений. Для получения конкретных результатов, понимания применимости и полезности используемых методов, важен также и личный пример фитнес-тренера, с которым общается молодой человек в фитнес-клубе.

Поставленная цель является одним из важнейших элементов, на котором строится взаимодействие фитнес-тренера и молодого человека, пришедшего к нему. Исходя из нее, определяется, каким будет дальнейшее взаимодействие между фитнес-тренером и клиентом. А вовлечение в сферу фитнес-индустрии может оказать влияние на выбор профессии среди молодежи и изменить их жизненные стратегии.

*«Вообще, все началось с того, что я 4 года занималась самообороной еще в детском возрасте. Потом наш тренер уехал в другой город, и мне начало не хватать спорта. Я поняла, что мне нужно заниматься хотя бы чем-то в этой сфере, и я пошла в спорт-клуб. Мне захотелось самой привносить что-то новое в тренировки, самой придумывать, а не делать то, что придумали другие. И один знакомый фитнес-менеджер (того клуба, где я занималась) зная, что я хочу сама вести тренировки, пригласила меня на работу в другой клуб этой же сети. И я начала сама вести тренировки, сначала заменять других тренеров, ну а потом уже полноценно работать, хотя я все еще учусь в университете.»* (Оксана, 21, фитнес-тренер и тренер групповых программ в фитнес-клубе «Спарта»).

Кто-то из молодежи попадает в фитнес-клуб случайно – просто ввиду того, что им не хватает спортивной нагрузки, которая была в детском или юношеском возрасте, и общения с людьми, каким-либо образом занятых в сфере спорта и фитнеса. Однако для некоторых молодых людей изначальная цель, связанная, например, с похудением, может привести к совершенно осознанному выбору профессии фитнес-тренера, и кардинальную смену сферы деятельности. Изначальное посещение фитнес-

клуба с целью привести свое тело в желанную форму может в дальнейшем сыграть значительную роль в профессиональном самоопределении.

*«Не могу сказать, что была толстой, но немного сбросить было нужно. Купила абонемент в зал, наняла тренера и стала заниматься. Спустя время, я стала разбираться в тренажерах и технике упражнений. Как-то во время тренировки мой тренер, в услугах которого я уже не нуждалась, подошел ко мне и сказал, что у них требуются тренера в зал. Меня это заинтересовало, так как работы у меня не было, а спортивная атмосфера затянула с головой. Когда я закончила курсы фитнес-тренеров и имела рекомендацию, меня взяли в этот клуб, где я тренировалась раньше и работаю теперь.»* (Александра, 26, тренер в фитнес-клубе «World Class»).

Иногда такое решение может иметь определяющее значение для молодого человека, который получал образование в совершенно другой сфере, но выбрал для себя работу фитнес-тренером как приоритетную деятельность.

*«У меня есть диплом о высшем образовании (я экономист), но меня настолько устраивает роль фитнес тренера, что я вряд ли стану им пользоваться в ближайшее время.»* (Елена, 24, тренер в фитнес-клубе «World Class»). Кому-то же, наоборот, полученная специальность, казалось бы, не связанная со сферой фитнес-услуг, помогает в работе.

*«Я учился по специальности «Технология общественного питания», т.е. моя специальность не связана с моей настоящей работой, однако, эти знания мне помогают при составлении программ питания для клиентов, все же это связано с диетологией. Я занимался спортом с 14 лет, меня тогда это очень увлекло – начал заниматься на брусьях, турниках, ну а потом начал ходить в тренажерный зал, лет в 17-18.»* (Михаил, 22, тренер тренажерного зала ФОЦ Атлет).

Вовлечение в сферу спорта, в частности, фитнес-индустрию, таким образом, может служить как стимулом для получения высшего образования на факультетах физической культуры, с целью дальнейшего развития в этой области. Однако, для тех, кто смог получить тренерскую работу в то время, как проходил обучение на специальность, не связанную с этой сферой, получение высшего образования уже не является приоритетным.

*«На самом деле людей, которые имеют изначально образование в этой специальности – очень мало. Но спортивное образование в виде курсов и тренингов все равно обязательно, но это не проблема для человека, который действительно поставил себе цель работать.»* (Павел, 27, тренер фитнес-клуба «World Class»).

Профессия фитнес-тренера характеризуется, прежде всего, универсальностью его работы с людьми. Эта универсальность заключается в том, что фитнес-тренер работает с людьми с изначально разным уровнем физической подготовки, поэтому к каждому нужен индивидуальный подход, что отражается в разработке индивидуальных программ тренировок и питания, и даже в манере общения с клиентом фитнес-клуба. Однако, спектр профессиональной деятельности фитнес-тренера может и не ограничиваться рамками фитнес-клуба. Чаще всего, опытные фитнес-тренера совмещают как работу в фитнес-клубе, так и индивидуальную предпринимательскую деятельность. Так как многие фитнес-тренера являются спортсменами, имеющими спортивные звания (чаще всего, звания кандидатов в мастера спорта), то их профессиональная направленность может быть достаточно широкой.

*«Вообще, многие тренера не только в фитнес-клубе работают. Кто уже давно в сфере спорта и фитнеса, создают свои ИП, и работают, например, массажистами на дому или индивидуальные тренировки/программы питания дают. И им помогает не только то, что за плечами у них специальные курсы и опыт лет тренерской работы, но и что они являются тренерами такого-то фитнес-клуба. Это сразу вызывает доверие, что человек не просто с улицы пришел.»* (Георгий, 22, тренер фитнес-клуба «Спарта»).

Уровень взаимодействия между фитнес-тренером и молодым человеком, пришедшим в фитнес-зал, в большинстве случаев можно определить как приятельское общение, однако многие молодые люди хотят не просто общения ради того, чтобы отвлечься от тренировки, а поделиться каким-то проблемами, высказаться. И фитнес-тренера реагируют на это с большой долей понимания.

*«Слышать друг друга – это очень важно. Персональный фитнес-тренер всегда заинтересован в вашем результате. Конечно, лучший вариант – это стать друзьями или иметь близкие доверительные отношения. От душевного состояния зависит уровень каждой тренировки.»* (Евгений, 35, тренер фитнес-зала ДЖЕМ-спорт).

Основными особенностями фитнес-тренера как представителя новой профессии является высокий уровень готовности приспособиться к новым условиям, одновременно обособленность и вовлеченность в профессиональную группу тренеров (ситуации, когда тренер работает и в спорт-клубе, и в форме ИП), что порождает формирование отчасти противоречащих компетенций у таких специалистов. Однако, это только стимулирует их к дальнейшей работе над собой и на пользу клиента. Интегративный портрет фитнес-тренера как представителя новой профессии можно характеризовать следующим образом:

1. Универсальность фитнес-тренера как профессионала в контексте социального пространства фитнес-клуба и за его пределами – основная черта новой профессии фитнес-тренера, а универсальность и разнообразие спортивных занятий также является конкурентным преимуществом фитнес-клубов перед другими организациями спортивного характера.

2. Основные факторы, побуждающие молодых людей к выбору посещения фитнес-клубов среди разнообразия спортивных направлений – это простота, удобство и универсальность. Основная мотивация – стремление к общепринятым стандартам красоты, которые может навязывать реклама, изначальный интерес к спорту. Также посещение фитнес-клубов является формой проведения досуга. Часто эти мотивы становятся основой формирования у молодежи установок на выбор профессии фитнес-тренера.

3. Фитнес-тренера могут работать сразу в нескольких направлениях, совмещая тренерскую работу в фитнес-клубе и отдельные занятия с клиентами в статусе индивидуального предпринимателя, и эти особенности профессии привлекают молодых людей, стремящихся к независимости и свободе в профессии.

### Основные выводы

Таким образом, интегративный портрет фитнес-тренера как представителя новой профессии можно составить следующим образом:

1. Универсальность фитнес-тренера как профессионала в контексте социального пространства фитнес-клуба и за его пределами – основная черта новой профессии фитнес-тренера, а универсальность и разнообразие спортивных занятий также является конкурентным преимуществом фитнес-клубов перед другими организациями спортивного характера.

2. Основные факторы, побуждающие молодых людей к выбору посещения фитнес-клубов среди разнообразия спортивных направлений – это простота, удобство и универсальность. Основная мотивация – стремление к общепринятым стандартам красоты, которые может навязывать реклама, изначальный интерес к спорту. Также посещение фитнес-клубов является формой проведения досуга. Часто эти мотивы становятся основой формирования у молодежи установок на выбор профессии фитнес-тренера.

3. Фитнес-тренера могут работать сразу в нескольких направлениях, совмещая тренерскую работу в фитнес-клубе и отдельные занятия с клиентами в статусе индивидуального предпринимателя, и эти особенности профессии привлекают молодых людей, стремящихся к независимости и свободе в профессии.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов Р.Н., Громов Д. Фитнес-культура как инновационная социальная практика современной российской молодежи // Молодежные субкультуры Москвы. М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2009. С. 85-115.
2. Бартенева Н.Е. Поведение потребителей на российском рынке фитнес-услуг: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.03. Н.Новгород, 2017. 18 с.
3. Морозова Е.В. Физическая культура студентов: автореф. дис. ... канд.соц.наук: 22.00.06. Ижевск, 2011. 28 с.
4. Степанова К.В. Кабинетные исследования отечественного рынка фитнес-услуг // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века, 2012. № 1. С. 230-235.
5. Уколова И.В. Социологические аспекты фитнес движения в России // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева, 2009. № 3. С. 251-270.
6. Информационное агентство INNOV.RU. URL: <http://www.innov.ru/> (дата обращения: 10.04.2016).
7. Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2696 от 17.10.2014 «Здоровый образ жизни и как его поддерживать» [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115025> (дата обращения: 23.04.2017).

8. Результаты опроса «ВЦИОМ-Спутник» от 18.05.2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116200> (дата обращения: 20.05.2017.).

Поступила в редакцию 12.05.2020

Бекарев Адриан Михайлович, доктор философских наук, профессор

E-mail: [adrian.bekarev@yandex.ru](mailto:adrian.bekarev@yandex.ru)

Сулина Ольга Алексеевна, магистрант

E-mail: [olgasulina08@gmail.com](mailto:olgasulina08@gmail.com)

Нижегородский государственный университет им. Лобачевского

603950, Россия, г. Нижний Новгород, проспект Гагарина, 23

*A.M. Bekarev, O.A. Sulina*

**FITNESS TRAINER AS A REPRESENTATIVE OF NEW PROFESSION IN RUSSIA**

DOI: 10.35634/2587-9030-2020-4-2-141-146

The goal of research is to reveal the main aspects of fitness-industry in domestic research, as well as to analyze the popularity of the fitness coaching profession among young people. In a set of basic motives for visiting fitness clubs there is the desire to maintain good shape, weight loss. About 40% of men say that going to a fitness club gives them greater self-confidence, a sense of self-worth, and 38% of women point out the possibility of making friends and acquaintances as one of the reasons for visiting a fitness room. Therefore, apart from the function of maintaining body tone (wellness), fitness clubs also have a connecting social function. Domestic research into the fitness industry began to emerge relatively recently - at the turn of the last century. This is due to the fact that the first fitness clubs in Russia began to appear only in the 90s. The largest such club, which first opened in Russia in 1993 and met the world standards, was the fitness club World Class. That was the beginning of the development of the fitness industry in Russia and the CIS countries and the popularization of the profession of fitness coach. The present research is devoted to studying the formation of fitness services in Russia, as well as the reasons for the popularity of the profession of fitness coach in modern conditions. The empirical basis was a series of in-depth interviews with 18 fitness trainers (3 of them are owners, some of them combine coaching work), which were conducted in Nizhny Novgorod in the period from September 2016 to March 2017. The survey was conducted in the most popular chain fitness clubs of the city: "World Class", "Sparta", "JAM-Sport", "Elat", "FizKult", as well as FOC "Athletic".

*Keywords:* new profession, values orientations, fitness trainer, style of life, youth, social portrait, competence, market, young people, fiscal culture, in-depth interview.

Received 12.05.2020

Bekarev A.M., Doctor of Philosophy, Professor

E-mail: [adrian.bekarev@yandex.ru](mailto:adrian.bekarev@yandex.ru)

Sulina O.A., student

E-mail: [olgasulina08@gmail.com](mailto:olgasulina08@gmail.com)

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Prosp. Gagarina, 23, Nizhny Novgorod, Russia, 603950