

СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Реморенко Максим Иванович

студент, ФГБОУ ВО Армавирский государственный педагогический университет, РФ, г. Армавир

Рыбальченко Татьяна Петровна

научный руководитель, канд. пед. наук, доцент, ФГБОУ ВО Армавирский государственный педагогический университет, РФ, г. Армавир

Аннотация. В данной статье исследуются различные методы и стратегии популяризации физической культуры и спорта среди молодежи, анализируются эффективные подходы к привлечению молодежи к занятиям спортом, учитывая современные тенденции и вызовы.

Ключевые слова: популяризация, спорт, молодёжь, физическая активность.

В современном обществе физическая культура и спорт играют важную роль в формировании здорового образа жизни и развитии личности. Особенно актуальным является вопрос о популяризации физической активности среди молодежи, так как именно на этом возрастном этапе закладываются основы здорового образа жизни, который будет сопровождать человека на протяжении всей его жизни.

Считаем важным отметить, что современная молодежь часто сталкивается с проблемами, связанными с сидячим образом жизни, зависимостями от гаджетов и недостатком двигательной активности. В результате этого уровень физической подготовленности среди молодежи снижается, а заболеваемость различными заболеваниями, связанными с недостатком движения, возрастает. В этом контексте популяризация физической культуры и спорта становится стратегически важной задачей для общества.

В Российской Федерации популяризации физической культуры и спорта ведется сразу по нескольким способами. Отметим основные из них:

Во-первых, способ, охватывающий наибольшую аудиторию, - широкое использование информационно-коммуникационных технологий и социальных сетей. Сегодняшняя молодежь активно пользуется интернетом и социальными сетями. Предоставление информации о мероприятиях, тренировках, спортивных достижениях и возможностях в сети, создание специальных приложений и интерактивных платформ поможет привлечь молодых людей к занятиям спортом. Лидером среди самых цитируемых медиаресурсов спортивной отрасли является «Матч! ТВ». Среди других медиаресурсов особо можно отметить интернет- порталы Champinat.com и Sports24.ru с общим охватом пользователей около 95 млн. читателей в месяц. [1]

Во-вторых, создание доступных и привлекательных спортивных объектов и площадок. Молодежь нуждается в местах для занятий спортом, где можно не только тренироваться, но и проводить свободное время с друзьями и знакомыми. Разнообразие объектов, таких как

большие спортивные комплексы, спортивные залы, открытые площадки, бассейны и т.д., поможет привлечь молодежь к физкультурно-спортивной деятельности. Так по распоряжению Правительства в 2024 году на строительство модульных спортивных залов и умных спортивных площадок выделено 3,4 млрд. рублей. [2]

В-третьих, организация спортивных мероприятий, соревнований и фестивалей, привлекающих молодежь. Это могут быть как международные соревнования и чемпионаты по популярным видам спорта, так и муниципальные события, ориентированные на местных жителей. Такие мероприятия создают атмосферу соревнования, стимулируют интерес к спорту и способствуют его популяризации. Примером современного подхода к организации спортивных соревнований может стать фестиваль «Игры будущего» проводившийся с 21 февраля по 3 марта 2024 года в Казани.

В турнире приняли участие более 260 международных команд и более двух тысяч участников из разных стран мира.

Соревнования проводились по 21 инновационной дисциплине, основанной на сочетании физической активности, современных технологий и цифровой среды.[3]

В-четвертых, поддержка со стороны бизнеса. В данный момент проводится активная государственная политика, направленная на развитие физической культуры и спорта среди молодежи с привлечением крупных компаний. Это включает в себя различные формы поддержки спортивных комплексов, финансирование программ обучения тренеров, предоставление субсидий для занятий спортом, медиасопровождение, а также прямое финансирование. Лидерами в спонсорстве российского спорта являются компании нефтегазовой, горнодобывающей и металлургической промышленности такие как ГАЗПРОМ, РОСНЕФТЬ, ЛУКОЙЛ, СИБУР и некоторые другие.[4]

Медиахолдинг Маг внес интересную инициативу в популяризацию спорта. В режиме реального времени на медиафасадах Москвы и регионов России транслировались результаты победителей и призеров, слова благодарности в адрес спортсменов. За этот проект компания удостоилась высшей оценки в номинации «Лучшая поддержка российских спортсменов» на премии «Спорт и Россия – 2022». [5]

Немаловажным направлением является работа с молодежными сообществами. Молодежные организации, студенческие советы, спортивные клубы, школьные коллективы – все они могут сыграть важную роль в популяризации спорта среди своих членов. Поддержка таких организаций, проведение совместных мероприятий и тренировок помогут привлечь и поддержать молодежь в занятии спортом.

Суммируя вышеизложенное, популяризация физической культуры и спорта среди молодежи — это сложная многоаспектная задача. Однако, сочетание доступности спортивных объектов, использования информационных технологий, организация мероприятий, поддержка молодежных сообществ и участие государства и бизнеса могут помочь решить эту проблему и создать благоприятные условия для развития физической культуры и спорта среди молодежи.

Список литературы:

1. «Рейтинг отечественных спортивных СМИ» - [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/rv1795/3062488.html>
2. «Правительство России» - [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://government.ru/docs/44437/>
3. «Игры будущего» - [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://gofuture.games/>
4. ГАЗПРОМ, ЛУКОЙЛ, СИБУР, РОСНЕФТЬ - основные игроки в игровых видах спорта России. - [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://dzen.ru/a/YtQWaj3LgmFQzjl>

5. Ведомости. Большой бизнес для большого спорта - [Электронный ресурс] - Режим доступа.
- URL: <https://www.vedomosti.ru/special/2022/09/05/bolshoi-biznes-dlya-bolshogo-sporta-4q1avgup>