

УДК 796.03

Роль коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях

Мария Павловна Арапова

Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

mararapova@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируется роль коммуникативных технологий в организации и проведении мероприятий. Результаты опроса 60 студентов УрФУ показали важность коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях и их использования.

Ключевые слова: коммуникативные технологии, молодежь, физкультурно-оздоровительные мероприятия

Для цитирования: Арапова М. П. Роль коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях // Инновационный потенциал молодежи: спорт, культура, образование. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. С. 75–79.

The Role of Communication Technologies in the Process of Participation of Young People in Mass Sports and Recreation Events

Maria P. Arapova

Ural Federal University named after the first
President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

mararapova@yandex.ru

Abstract. The article analyzes the role of communication technologies in organizing and conducting events. The results of a survey of 60 students of UrFU showed the importance of communication technologies in process of participation in mass physical culture and health-improving events and the use of communication technologies.

Keywords: communication technologies, youth, physical culture and health activities

For citation: Arapova, M. P. (2022). The Role of Communication Technologies in the Process of Participation of Young People in Mass Sports and Recreation Events. In A. V. Ponomaryov (Eds.), *Innovative Potential of Youth: Sport, Culture, Education* (pp. 75–79). Ekaterinburg: Ural University Publishing House. [In Russian]

Взаимосвязь коммуникативных технологий и популяризация физической культуры и спорта не вызывает сомнения. Невозможно представить себе организацию крупных спортивных соревнований без применения коммуникативных технологий. Актуальность исследования состоит в следующем. С одной стороны, цели, содержание и технологии в существующей организации мероприятий не всегда соответствуют современным требованиям и не могут обеспечить эффективную социализацию молодежи. С другой стороны, использование современных коммуникативных технологий приобретает особую актуальность, требует постоянного обобщения.

Целью данного исследования является анализ роли коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях.

При проведении анализа использованы теоретические воззрения и результаты социологических исследований, а также нормативные документы в области организации массовых физкультурно-оздоровительных мероприятий. Л. И. Лубышева поднимает важную проблему мотивации к участию молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях [1], А. Б. Орлов, выявил рекомендации по эффективно-му проведению физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы [2], Н. В. Попова и К. К. Данике рассмотрели здоровьесберегающие технологии в работе со студенческой молодежью [3]. Отдельно рассмотрены вопросы необходимости формирования культуры толерантности молодежи и получения обратной связи от нее [4, с. 60].

Массовые физкультурно-оздоровительные мероприятия можно рассматривать через призму PR-технологий и маркетинговой составляющей сферы физической культуры и спорта.

PR-технологии в спорте имеют два направления: коммерческое и социальное. Под первым понимается продвижение клуба, команды, титулованного спортсмена, т. е. создание востребованного бренда. Под вторым — продвижение здорового образа жизни (далее — ЗОЖ). Социальное направление имеет значительную поддержку со стороны государства. Такие мероприятия, как «Кросс Наций», «Лыжня России», «Забег РФ», «Конжак» воспринимаются обществом как забота и вклад в здоровье населения страны. Эти соревнования уже заработали стабильно положительную репутацию. Несмотря на это, физкультурно-оздоровительные мероприятия нуждаются в качественно новом подходе при проведении рекламной-информационной кампании.

Для достижения поставленной цели исследования определены задачи исследования: теоретического осмысления результатов исследований по вопросам участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях; анализ результатов экспресс-опроса по вопросам роли коммуникативных технологий в участии молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях. В окт. 2021 г. нами проведен экспресс-опрос 60 студентов, обучающихся в восьми институтах Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ) в бакалавриате и магистратуре по очной, вечерней и заочной формам. Из них 71,4 % — женщины и 28,6 % — мужчины.

Для изучения роли коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях, респондентам были заданы следующие вопросы: что такое коммуникативные технологии; как часто посещаете массовые физкультурно-оздоровительные мероприятия; какова ваша роль в спортивных мероприятиях; из каких источников чаще всего узнаете информацию о массовых спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятиях (о месте, времени проведения); устраивает ли вас качество организации и проведения спортивных мероприятий, в которых вы участвовали; устраивают ли вас условия, созданные для организации массовых мероприятий, в которых вы участвовали; устраивает ли вас полнота информации о проведении спортивно-массовых мероприятий города в средствах массовой информации; оказывает ли на вас влияние реклама о проведении массовых физкультурно-массовых мероприятий; какие коммуникативные технологии эффективны, на ваш

взгляд, при организации и проведении массовых спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятий.

Результаты опроса показали следующее. Большая часть опрошенных понимают коммуникативные технологии как совокупность приемов, процедур средств и методов, которые используются в процессе коммуникационного воздействия субъектом коммуникации для достижения поставленных целей и задач (72,7 %); 18,2 % респондентов считают, что коммуникативные технологии — это процесс последовательного, пошагового, разработанного на научной основе решения какой-либо проблемы, имеющей организационную или социальную значимость, а 9,1 % — совокупностью методов и инструментов для достижения желаемого результата. На вопрос, оказывает ли на вас влияние реклама о проведении массовых физкультурно-массовых мероприятий, 54,5 % респондентов ответили, что хотят больше информации, а 27,3 % удовлетворены предоставленной информацией, в то время как 18,2 % респондентов вообще не реагируют.

Большинство респондентов (63,6 %) отмечает, что 1–2 раза в год посещают массовые физкультурно-оздоровительные мероприятия. Чаще всего мероприятия посещают 27,3 % (2–3 раза в месяц); 9,1 % посещают ежемесячно. Треть опрошенных (36,4 %) отметили, что выступают в спортивных мероприятиях в роли непосредственных участников. Чуть менее (27,3 %) организуют спортивные мероприятия; 18,2 % вообще не участвуют в спортивных мероприятиях, тогда как 9,1 % выступают на спортивных мероприятиях в роли жюри или зрителя. Большая часть респондентов получает информацию о массовых спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятиях от друзей и знакомых (36,4 %); 27,3 % — из средств массовой информации, остальные — из разных источников (12,1 % — на официальном сайте города, 9,8 % — из тематических публикаций, радио- и телепередач, 8,6 % от преподавателей, 5,8 % вообще не интересуются). Не удовлетворены качеством организации и проведения спортивных мероприятий 54,5 % респондентов, а 27,3 % — наоборот, тогда как 18,2 % затрудняются ответить.

Большая часть опрошенных недовольны полнотой информации о проведении спортивно-массовых мероприятий города в средствах массовой информации (45,5 %). Три четверти респондентов отметили, что самыми эффективными коммуникативными технологиями являются пропаганда и рекламная технология (75,0 %), а агитация и мани-

пуляция оказывают наименьший эффект при организации и проведении массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятий.

Таким образом, результаты опроса показали важность коммуникативных технологий в процессе участия молодежи в массовых физкультурно-оздоровительных мероприятиях, а также отношение молодежи к использованию коммуникативных технологий при проведении спортивных мероприятий.

Список источников

1. Лубышева Л. И., Литвиненко С. Н. Массовый спорт как основа здоровья нации и будущего процветания России // Теория и практика физической культуры. 2009. № 12. С. 52–55.

2. Орлов А. Б., Епифанцев А. А. Организационно-правовые детерминанты проведения физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы на площадках по месту жительства // Физическая культура, спорт — наука и практика. 2013. № 1. С. 6–9.

3. Попова Н. В., Данике К. К. Здоровьесберегающие технологии в работе со студенческой молодежью: анализ и пути совершенствования // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2021. Т. 6, № 3. С. 118–124.

4. Арапова М. П., Попова Н. В. Особенности формирования культуры толерантности молодежи // Инновационный потенциал молодежи: гражданственность, профессионализм, творчество : сборник научных трудов Международной молодежной научно-исследовательской конференции (Екатеринбург, 24 ноября 2020 г.). Екатеринбург : 2020. С. 60–65.

Информация об авторе

Мария Павловна Арапова — студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия).

Information about the author

Maria P. Arapova — Student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russia).