

**КАК СФОРМИРОВАТЬ СРЕДУ
ДЛЯ СПОРТСМЕНОВ - ЛЮБИТЕЛЕЙ
И СТИМУЛИРОВАТЬ ФИЗИЧЕСКУЮ
АКТИВНОСТЬ
ВО ВСЕХ ВОЗРАСТАХ**



В современном мире все сферы жизни: перемещения, коммуникации, развлечения, работа, быт, - предполагают все меньше физического труда и активности. Согласно ВОЗ, дефицит физической активности стал главной проблемой общественного здоровья 21 века. **Физическая активность – средство снижения рисков для ряда заболеваний и ранней смертности.**

Помимо эффектов для физического здоровья, спортивные практики положительно сказываются на психологическом здоровье, способствуют социализации, укреплению социальных связей и росту сплоченности. Поэтому спорт все чаще рассматривается в контексте гармоничного развития и повышения качества жизни человека.

Предмет доклада – практики массового любительского спорта и физкультуры среди взрослого населения России

В докладе рассматривается:

- место физкультуры и спорта в жизни россиян,
- факторы, которые способствуют росту вовлеченности в спорт,
- типы мотивации любителей к занятиям спортом,
- ключевые барьеры для занятий
- и запрос тех, кто занимается и хотел бы заниматься спортом.

Доклад подготовлен на основе исследований, проводившихся ЦСП «Платформа» при поддержке Министерства спорта РФ в течение 2019-2022 гг.

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ И МЕТОДЫ

Население РФ 18 лет и старше:

- ⊕ фокус-группы (6 офлайн-групп по 8-10 участников, 2 онлайн-группы по 10 участников);
- ⊕ телефонный опрос, вероятностная выборка на основе массива мобильных и стационарных телефонных номеров: 3 000 респондентов x 2 волны, 1200 респондентов x 1 волна;
- ⊕ онлайн-опрос аудитории, активно вовлеченной в спортивные практики, выборка river-sample на основе сформированного сегмента: 500 респондентов.

Представители (создатели, руководители, участники) инициативных спортивных сообществ:

- ⊕ индивидуальные интервью с лидерами (основателями, руководителями) спортивных сообществ: 82 интервью, 2 волны;
- ⊕ онлайн-опрос участников спортивных сообществ (регулярно участвующих в групповых встречах, тренировках и т.д.) на основе рассылки по базе сообществ, выборка – доступная: 1000 респондентов.

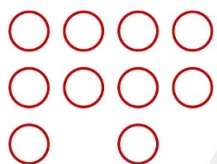
ВОЛНЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ⊕ Июль – октябрь 2019 года
- ⊕ Сентябрь – ноябрь 2020 года
- ⊕ Сентябрь – октябрь 2022 года

ПРИМЕЧАНИЕ

Если отдельно не указано иное, в докладе количественные данные приводятся на основе опроса населения РФ, проведенного в сентябре-октябре 2022 года, телефонный опрос, выборка – 1200 респондентов.

КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ В МАССОВОМ ЛЮБИТЕЛЬСКОМ СПОРТЕ И ФИЗКУЛЬТУРЕ



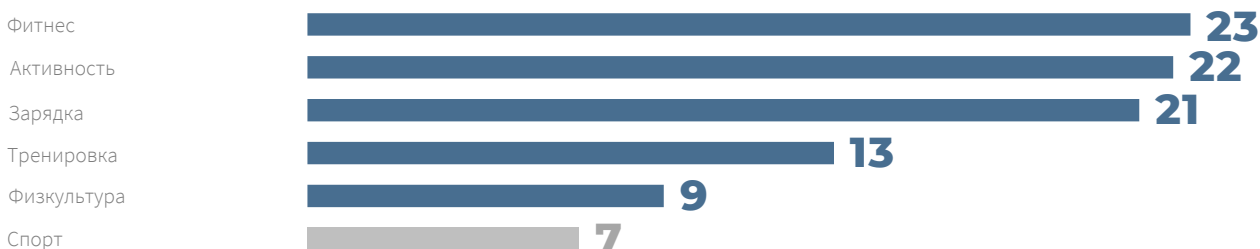
«СПОРТ» - НЕ ДЛЯ ВСЕХ

КАКОЕ ПОНЯТИЕ

... БОЛЬШЕ ВСЕГО ПОДХОДИТ ЧТОБЫ ОПИСАТЬ ВАШИ РЕГУЛЯРНЫЕ ФИЗИЧЕСКИЕ УПРАЖНЕНИЯ? (% РЕГУЛЯРНО ЗАНИМАЮЩИХСЯ ФИЗКУЛЬТУРОЙ/СПОРТОМ)



...ЛУЧШЕ ВСЕГО ОПИСЫВАЕТ ТУ ФИЗИЧЕСКУЮ АКТИВНОСТЬ, КОТОРУЮ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ДОБАВИТЬ В СВОЮ ЖИЗНЬ? (% НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ)



Понятие спорта не всегда подходит, чтобы описать массовые любительские практики. В большинстве случаев любители говорят не о спорте, а о физкультуре, активности, тренировках, зарядке и т.д. Понятие «спорта» профессионализировано, связано с достижением спортивного результата и преодолением себя, с соревнованием,

но не со здоровьем и потребностями обычного человека. Хотя постепенно образ спорта меняется, становится ближе к повседневной жизни массовой аудитории. Далее в докладе понятие «спорта» используется как отсылка ко всем видам специально организованной тренировочной активности.

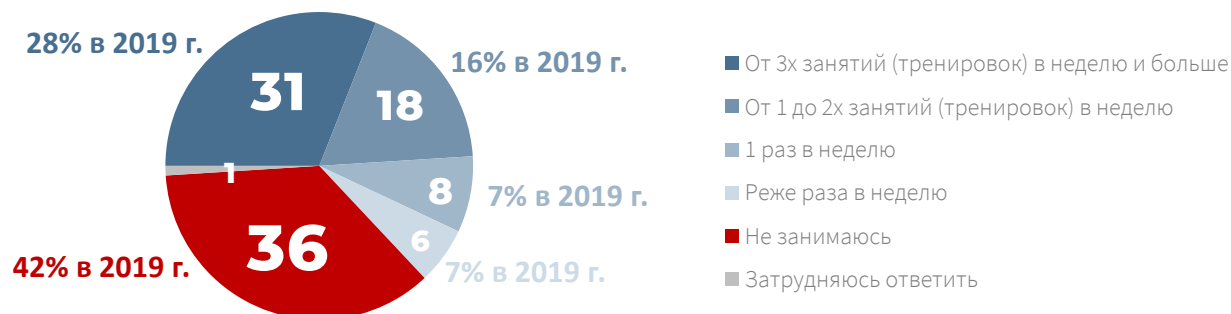
ПОНЯТИЕ «СПОРТ» СВЯЗАНО В ВОСПРИЯТИИ ЛЮБИТЕЛЯ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ. «АКТИВНОСТЬ», «ДВИЖЕНИЕ» - УНИВЕРСАЛЬНЫ И ОБЩЕДОСТУПНЫ. СРЕДИ ТЕХ, КТО НЕ ЗАНИМАЕТСЯ, ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ОРИЕНТИРОВАНА НЕ НА ОРГАНИЗОВАННЫЙ СПОРТ, А НА БОЛЬШУЮ ПОДВИЖНОСТЬ, АКТИВНОСТЬ ОБРАЗА ЖИЗНИ

РОСТ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В СПОРТ

ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ ИЛИ НЕТ? (АРХИВ ВЦИОМ-СПУТНИК, % ОПРОШЕННЫХ)



ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ И ЕСЛИ ДА, ТО КАК ЧАСТО? (% ОПРОШЕННЫХ)



В последние десятилетия среди всех возрастных групп растет вовлеченность в спорт и физкультуру.

Причины – культурные изменения и развитие инфраструктуры – городских объектов и пространств, клубов, секций, онлайн форматов.

На занятия спортом повлияла пандемия:

- ⊕ сокращение повседневной активности заставило задуматься о тренировках – несколько выросла доля занимающихся, особенно, в средних возрастных группах;
- ⊕ поменялась структура активности – любители стали чаще практиковать уличные и домашние занятия (см. далее).

СОХРАНЯЕТСЯ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОЛИ ЗАНИМАЮЩИХСЯ ФИЗКУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ. ЧТОБЫ ЕГО РЕАЛИЗОВАТЬ НУЖНО УВИДЕТЬ ЗА ПОКАЗАТЕЛЯМИ МОТИВАЦИЮ, ПОТРЕБНОСТИ И БАРЬЕРЫ ЧЕЛОВЕКА

ЧТО ДАЕТ СПОРТ ЛЮБИТЕЛЯМ?

ОРИЕНТАЦИЯ НА РЕЗУЛЬТАТ

Спорт – **СОХРАНЕНИЕ АКТИВНОСТИ, ЛЕЧЕНИЕ И ПРОФИЛАКТИКА – 64%¹**.

Средний и старший возраст, чаще женщины
Часто начинают тренироваться после появления проблем со здоровьем.

Спорт – **САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ТОНУС, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ – 42%**.

Молодой и средний возраст, чаще женщины
Часто начинают тренироваться чтобы «решить проблему веса», выглядеть привлекательнее, нравиться себе и окружающим

Мотивация менее устойчива – достигнув первых результатов, новички часто бросают спорт или снижают интенсивность тренировок

Спорт – **СОРЕВНОВАНИЕ С ДРУГИМИ – 11%**.

Молодой возраст, чаще мужчины
Часто спорт – привычка, сложившаяся с детства.

Также соревновательная мотивация со временем развивается у продвинутых любителей – чтобы не терять интереса к спорту они начинают участвовать в соревнованиях.

Тренируются наиболее интенсивно, ориентированы на регулярные мероприятия.

Отличаются устойчивой мотивацией.

ОРИЕНТАЦИЯ НА СЕБЯ

ОРИЕНТАЦИЯ НА ДРУГИХ

Спорт – **ДОСУГ, УДОВОЛЬСТВИЕ ОТ ПРОЦЕССА – 45%**.

Чаще женщины, не зависит от возраста. Спорт воспринимается как «время для себя», возможность переключиться и отдохнуть от рутины. Мотивация, связанная с удовольствием от процесса, более устойчива, чем утилитарные мотивы.

Спорт – **СОРЕВНОВАНИЕ С СОБОЙ, УЛУЧШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ – 33%**.

Молодой возраст, чаще мужчины.
Мотивация часто развивается у продвинутых любителей.

Спорт – **ОБЩЕНИЕ – 23%**. Чаще мужчины. Мотивация связана с практиками командного спорта, совместных тренировок, образования сообществ в клубах и секциях.

Спорт – **СТИЛЬ ЖИЗНИ – 26%**. Чаще мужчины. Часто спорт – привычка, сложившаяся с детства или юных лет. Спорт – часть образа человека. Тренируются наиболее интенсивно и отличаются устойчивой мотивацией.

ОРИЕНТАЦИЯ НА ПРОЦЕСС

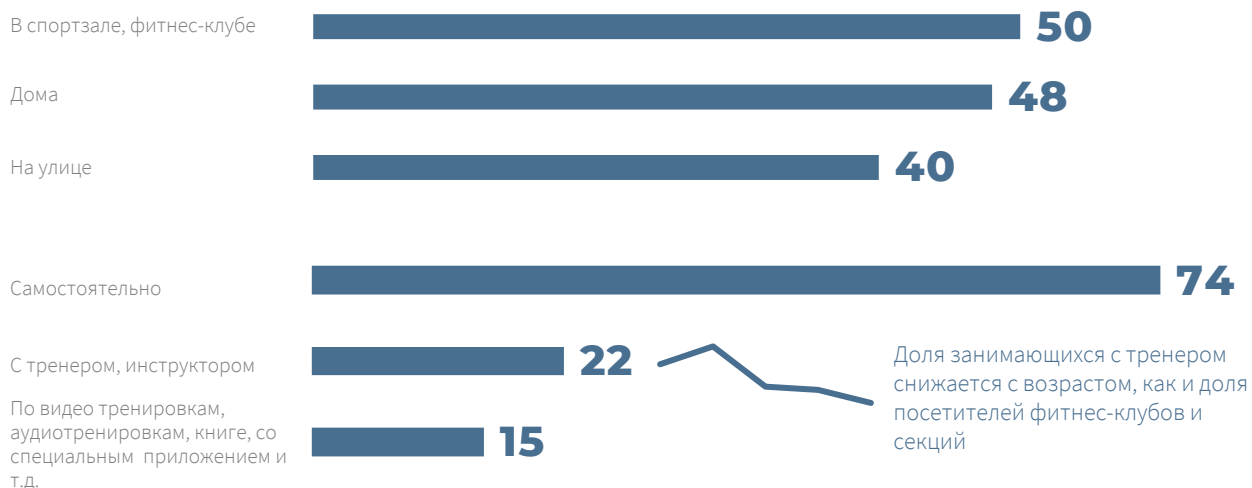
ДОЛГОЕ ВРЕМЯ ОСНОВНОЙ АКЦЕНТ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА ДЕЛАЛСЯ НА СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ, ТРАНСЛЯЦИИ ОБРАЗА СПОРТСМЕНА. ОДНАКО МОТИВАЦИЯ СПОРТМЕНОВ-ЛЮБИТЕЛЕЙ СУЩЕСТВЕННО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ МОТИВАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СПОРТЕ. ЛЮБИТЕЛЬСКИЙ СПОРТ НЕОДНОРОДЕН – НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕНА УТИЛИТАРНАЯ МОТИВАЦИЯ, НО ТАКЖЕ МНОГО ЛЮБИТЕЛЕЙ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА УДОВОЛЬСТВИЕ ОТ ПРОЦЕССА И НА СПОРТИВНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ СПОРТСМЕНЫ

- ⊕ Уличные виды спорта – наиболее быстрорастущий по всему миру тренд². Согласно данным международных исследований, в период пандемии наблюдались как приток новичков, так и перетекание на улицу посетителей фитнес-клубов.
- ⊕ Один из быстрорастущих трендов – домашний фитнес, – также актуализировался в период пандемии. На новый виток развития вышли приложения для тренировок и онлайн-групповые и индивидуальные занятия.
- ⊕ Самостоятельные тренировки дают гибкость планирования, компенсируют нехватку времени, дефицит инфраструктуры, квалифицированных тренеров, средств на оплату тренировок.
- ⊕ Популярная благодаря большей доступности модель – занятия с тренером для наработки техники и самостоятельное продолжение. Существует запрос на фитнес-консультантов, которые можно привлекать для контроля и периодической коррекции программы.

ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ ФИЗКУЛЬТУРОЙ ИЛИ СПОРТОМ ... ?

(% ОПРОШЕННЫХ, ДОПУСТИМО НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА)



ПОПУЛЯРНОСТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ДОМАШНИХ/УЛИЧНЫХ ЗАНЯТИЙ СОЗДАЕТ ЗАПРОС НА ФИТНЕС-ПРИЛОЖЕНИЯ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ И ГРУППОВЫЕ ОНЛАЙН ФОРМАТЫ ТРЕНИРОВОК, ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННЫМ ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ О ТРЕНИРОВКАХ.

ТРЕНД НА УЛИЧНЫЙ ФИТНЕС – РОСТ ЗАПРОСА НА АДАПТИРОВАННУЮ ГОРОДСКУЮ СРЕДУ

ПОПУЛЯРНОСТЬ ДОСТУПНОГО

КАКИМ ВИДОМ СПОРТА ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ?

(% ОПРОШЕННЫХ, ДОПУСТИМО НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА)



ЦИКЛИЧЕСКИЕ ТРЕНИРОВКИ

24% ходьба, бег

16% - плавание
8% - велосипед (в т.ч. горный)
6% - лыжи беговые
4% - скандинавская ходьба



СИЛОВЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНИРОВКИ

14% Фитнес (wellness, аэробика)

ЛФК, гимнастика для спины, здоровая спина 11%
Тяжелая атлетика 11%
Йога 9%



КОМАНДНЫЙ ИГРОВОЙ СПОРТ

13% Волейбол, футбол, баскетбол, хоккей



ПЕШИЙ ТУРИЗМ, ПОХОДЫ 6%



ЭКСТРЕМАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА

(скейтборды, ролики, сноуборд, вейкборд) 2%



ТЕННИС, БАДМИНТОН ПИНГ-ПОНГ

3%



ЕДИНОБОРСТА 8%



ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ВИДЫ

Коньки, фигурное катание 2%
Спортивная, художественная гимнастика 2%
Танцы 2%



ДРУГИЕ ВИДЫ СПОРТА

Стрельба 2%
Авто, мотоспорт 1%
Гребля, байдарки 1%

ПОПУЛЯРНОСТЬ ВИДА СПОРТА = ИНФРАСТРУКТУРНАЯ ДОСТУПНОСТЬ, ПРОСТОТА ВХОЖДЕНИЯ В ТРЕНИРОВКИ + ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ОБРАЗ СПОРТСМЕНА + КУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ О ПОЛЬЗЕ/ВРЕДЕ ВИДА СПОРТА

МОДА НА СПОРТ

- ⊕ На образ спорта влияют «посредники» в виде публичных экспертов, популярных блогеров, изданий и передач о теле и здоровье. Они формируют стереотипы о пользе и вреде отдельных видов занятий. Например, плавание или ходьба – «более полезные и менее травматичные».
- ⊕ Каждый вид спорта имеет комплекс культурных ассоциаций исходя из того, кто им занимается. Виды спорта могут быть «преимущественно женскими», «мужскими», «для пожилых», «молодежными» и т.д.
- ⊕ Спорт – часть потребления, наряду с продуктовым и досуговым³. Виды спорта могут быть «элитными» (предполагающие большие финансовые и временные

затраты на занятия и подготовку) и «демократичными» или ассоциироваться с определенной субкультурой (например, баскетбол как часть хип-хоп культуры).

- ⊕ Отдельные виды спорта из «элитарных» становятся более демократичными. Например, бег на длинные дистанции или большой теннис.
- ⊕ Некоторые виды спорта под влиянием коммерциализации становятся более престижными и менее доступными («джентрификация» спорта⁴). Например, бег трусцой из «утреннего моциона пенсионеров» стал модным увлечением молодежи крупных городов, предполагающим достаточно дорогую экипировку⁵.



Ассоциации с известными личностями и группами, которые занимаются видом спорта



Маркетинговая активность брендов



Активность федераций и государственные программы по популяризации спорта



Репрезентация спорта в массовой культуре, связь с искусством, модой



История возникновения и развития вида спорта



Требуемые затраты на занятия и экипировку



Позиция «экспертного сообщества»

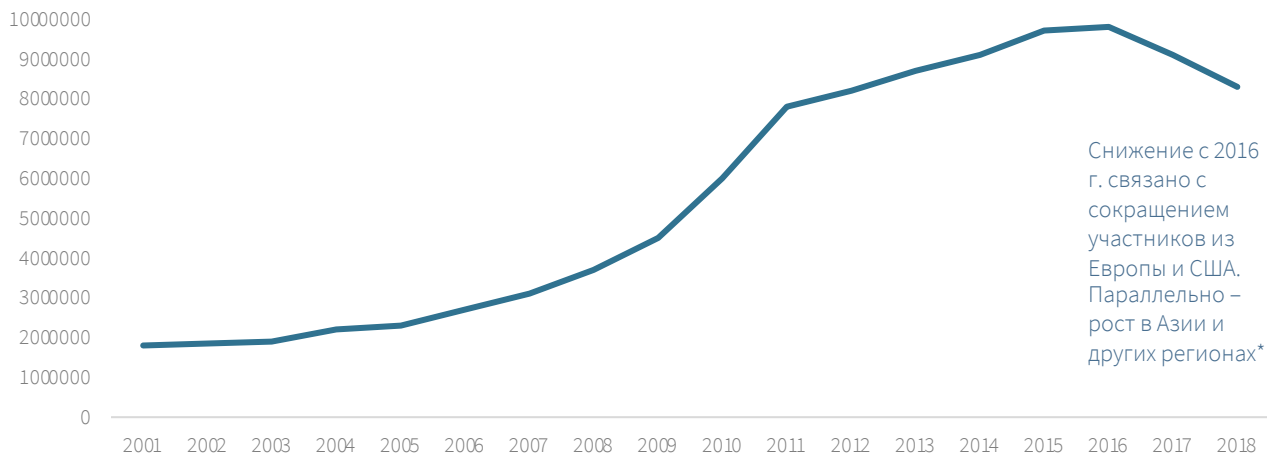


Требуемый уровень подготовки и отношение к телу (контактные / бесконтактные и т.д.)

В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА БОЛЬШУЮ РОЛЬ ИГРАЮТ КУЛЬТУРНЫЕ ПРОВОДНИКИ, КОТОРЫЕ ПОКАЗЫВАЮТ ЕГО СВЯЗЬ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ ОБРАЗОМ ЖИЗНИ. НАПРИМЕР, В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ТРИАТЛОНА ОПРЕДЕЛЕННУЮ РОЛЬ СЫГРАЛИ ИЗВЕСТНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, КОТОРЫЕ ПОКАЗЫВАЛИ ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭТОГО УВЛЕЧЕНИЯ И ОБРАЗА УСПЕШНОГО В БИЗНЕСЕ ЧЕЛОВЕКА

МОДА НА СПОРТ (на примере бега)

УЧАСТИЕ В БЕГОВЫХ СОРЕВНОВАНИЯХ ПО ВСЕМУ МИРУ (КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ)⁶



По всему миру⁵ отмечается рост вовлеченности в беговые тренировки и соревнования.

- ⊗ Удачное брендинг: история о беге и бегунах, романтизация, создание мифа о победе над собой, свободе, единении с собой. Изменение культурного образа бега трусцой – он больше не ассоциируется с занятием людей старшего возраста, а стал массовым увлечением молодых жителей мегаполисов.
- ⊗ Кампании брендов по популяризации бега, например, Nike и Adidas.
- ⊗ Доступность бега, особенно, с развитием городской среды.

- ⊗ Влияние социальных сетей – мультиплицируют эффект от занятий лидеров мнений и окружения человека. Ординарный любитель открывает для себя возможность быть спортсменом;
- ⊗ Развитие сети клубов, сообществ, городских беговых мероприятий – коммерческих и бесплатных, в том числе на средства грантовой поддержки. Появление субкультуры бегунов – одной из самых сильных, с развитой идентичностью, инфраструктурой и каналами продвижения, своими героями, знаковыми событиями, сленгом.
- ⊗ Присутствие звезд в беговом сообществе, участие в забегах.

ПОПУЛЯРНОСТЬ БЕГА – ПРИМЕР ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ И РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ

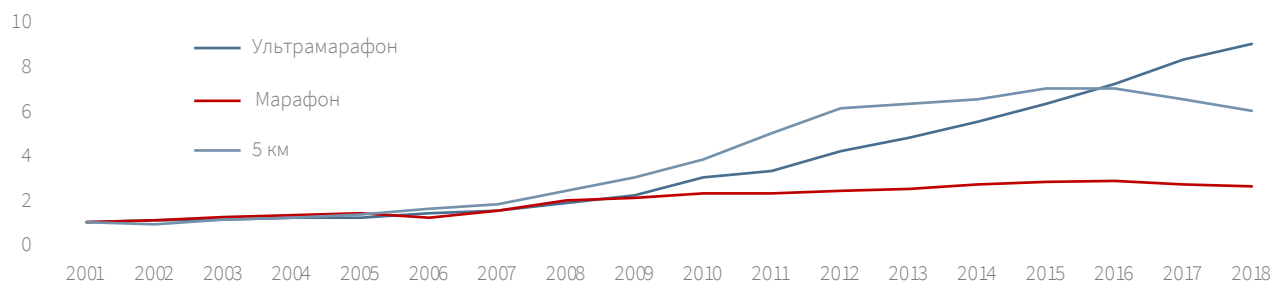
ФЕНОМЕН ЛЮБИТЕЛЯ-ПРОФИ (на примере бега)

- ⊗ С 2008 по 2018 годы количество участников только марафонских забегов в мире выросло на 49,42%. Параллельно рос средний возраст и среднее время прохождения дистанций – следствие роста доли любителей-новичков.
- ⊗ Параллельно с тем, как марафон становился мейнстримом, росло число участников ультрамарафонских дистанций. Продвинутые бегуны ищут более амбициозные и выделяющие их цели на фоне роста популярности бега.

ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОСТИ БЕГА НА ДЛИННЫЕ ДИСТАНЦИИ – «РАДОСТЬ ПРЕОДОЛЕНИЯ СЕБЯ». ПОМИМО ОБЩИХ ПРИЧИН РОСТА ПОПУЛЯРНОСТИ БЕГА, МОЖНО ОТМЕТИТЬ ДВА ФАКТОРА.

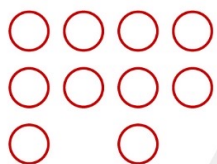
- ⊗ Увлечение достижениями – часть новой культуры потребления. Ее главная черта - индивидуализация, стремление сделать жизненный проект уникальным, подчеркнуть свою идентичность через достижения.
- ⊗ Беговой прогресс – сфера комфортного планирования, контроля, осмысленности движения к цели. Прогресс фиксируется проще, чем в жизни за пределами спорта, например, в карьере.

ИНДЕКС УЧАСТИЯ ПО ТИПУ ДИСТАНЦИИ⁷



ПО МЕРЕ РОСТА ЧИСЛА ЛЮБИТЕЛЕЙ, РАСТЕТ И ГРУППА ПРОДВИНУТЫХ НЕПРОФЕССИОНАЛОВ, КОТОРЫМ ИНТЕРЕСНО УЧАСТВОВАТЬ В СОРЕВНОВАНИЯХ И СТАВИТЬ ДОСТУПНЫЕ СПОРТИВНЫЕ ЦЕЛИ. САМА ПО СЕБЕ ГРУППА ЛЮБИТЕЛЕЙ-ПРОФИ НЕ ВЛИЯЕТ СУЩЕСТВЕННО НА ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДОРОВЬЕ. НО ВАЖНА ИХ КУЛЬТУРНАЯ РОЛЬ КАК ТРЕНДСЕТТЕРОВ, ПОСРЕДНИКОВ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ МАССОВОГО ЛЮБИТЕЛЬСКОГО СПОРТА. ПРОСТОЙ ЛЮБИТЕЛЬ, ДОБИВШИЙСЯ ЗНАЧИТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ, МОТИВИРУЕТ ОСТАЛЬНЫХ.

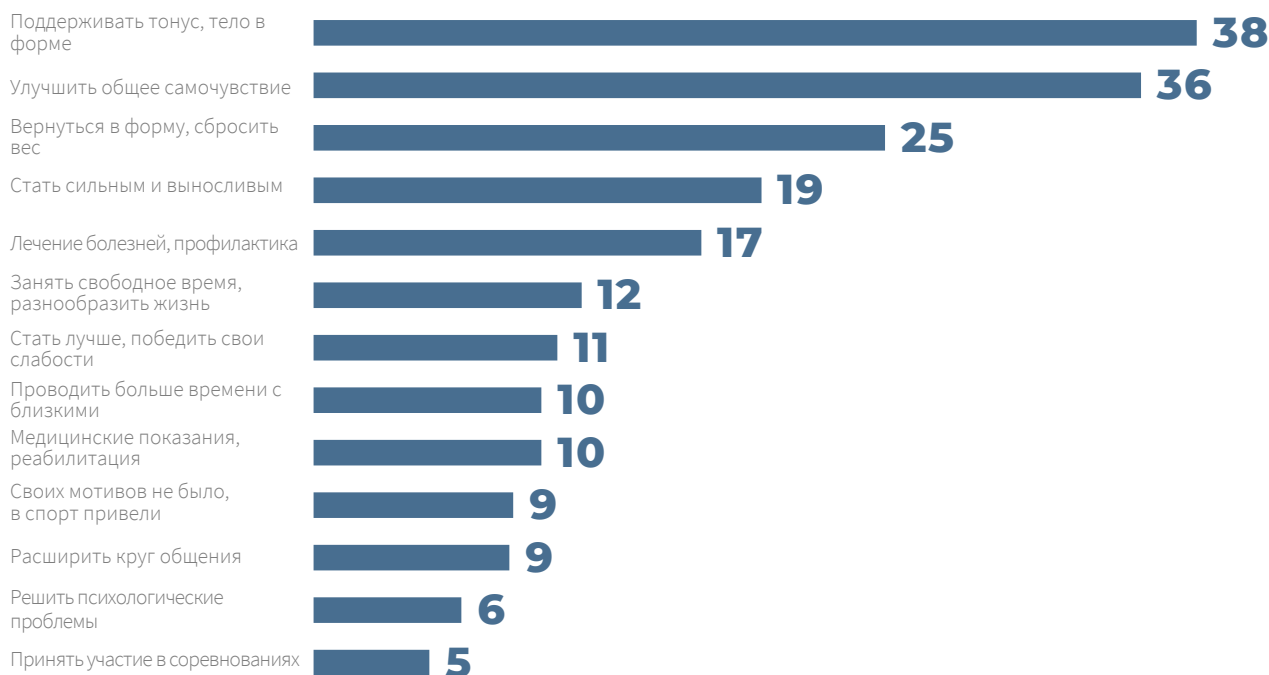
ЧТО СТИМУЛИРУЕТ АКТИВНОСТЬ И ПОДДЕРЖИВАЕТ МОТИВАЦИЮ



СТИМУЛЫ ДЛЯ НОВИЧКОВ (1)

- ⊗ Самый распространенный стимул для начинающих взрослых – **недовольство собой**, несоответствие идеальному образу современного активного и привлекательного человека. Стимул заняться спортом чаще всего возникает после набора веса или первых возрастных изменений.
- ⊗ Взрослые часто начинают заниматься **после появления проблем со здоровьем**, например, болей в спине, появления одышки или ощущения сниженной энергии, нехватки сил.
- ⊗ Общая проблема отсроченных утилитарных целей – потеря мотивации: страх перед трудным и долгим путем к цели, охлаждение из-за отсутствия быстрых результатов, приостановка тренировок после появления первого эффекта. **Мотивы удовольствия от тренировок, расширения круга общения – более сильные и устойчивые в долгосрочной перспективе.** Они скорее меняют образ жизни и привычки, чем утилитарные мотивы.
- ⊗ Постепенно, по мере увлечения спортом, мотивация и ценность занятий могут меняться (см. далее).

ЧТО ПОБУДИЛО ВАС ЗАНЯТЬСЯ СПОРТОМ? (% ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ; МАКСИМУМ 3 ВАРИАНТА ОТВЕТА)

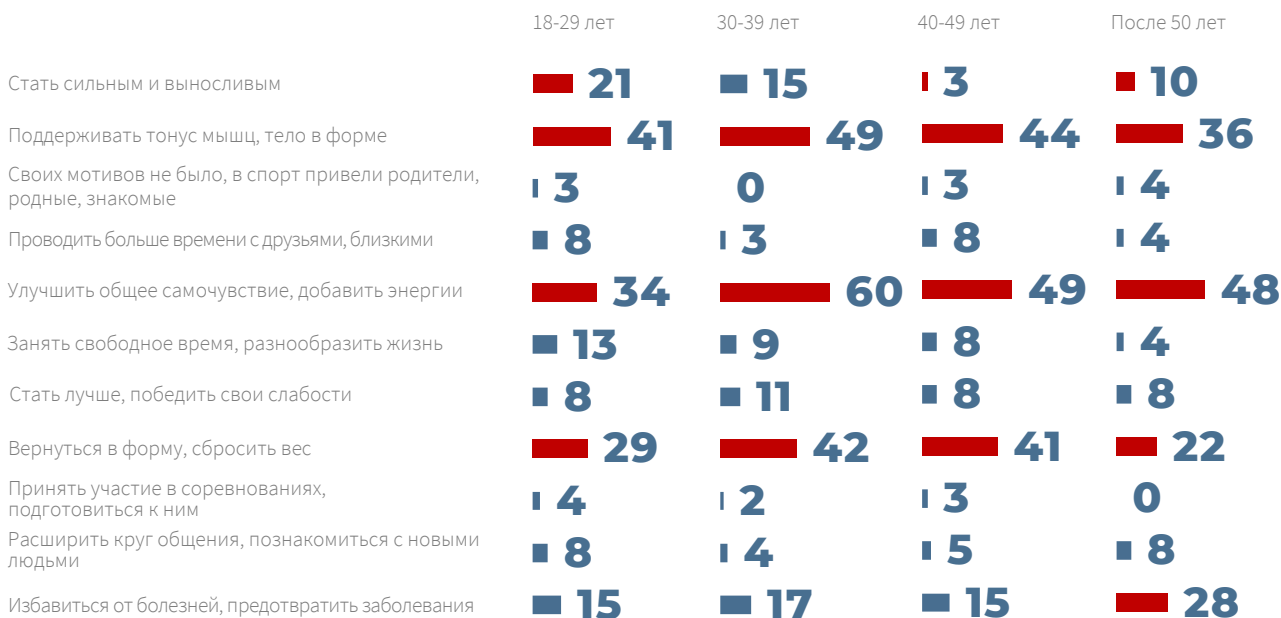


АКТИВНОСТЬ КАК ЧАСТЬ ОБРАЗА ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА – ГЛАВНАЯ ОПОРНАЯ ТОЧКА ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА

ПОЗДНЕМУ ОБРАЩЕНИЮ К СПОРТУ КАК К «ЛЕКАРСТВУ» ВАЖНО ПРОТИВОПОСТАВИТЬ КУЛЬТУРУ ПРОФИЛАКТИКИ И ОТНОШЕНИЕ К СПОРТУ КАК УДОВОЛЬСТВИЮ, ВИДУ ДОСУГА, ИГРЕ

СТИМУЛЫ ДЛЯ НОВИЧКОВ (2)

ЧТО ПОБУДИЛО ВАС ЗАНЯТЬСЯ СПОРТОМ? (% ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ; МАКСИМУМ 3 ВАРИАНТА ОТВЕТА)



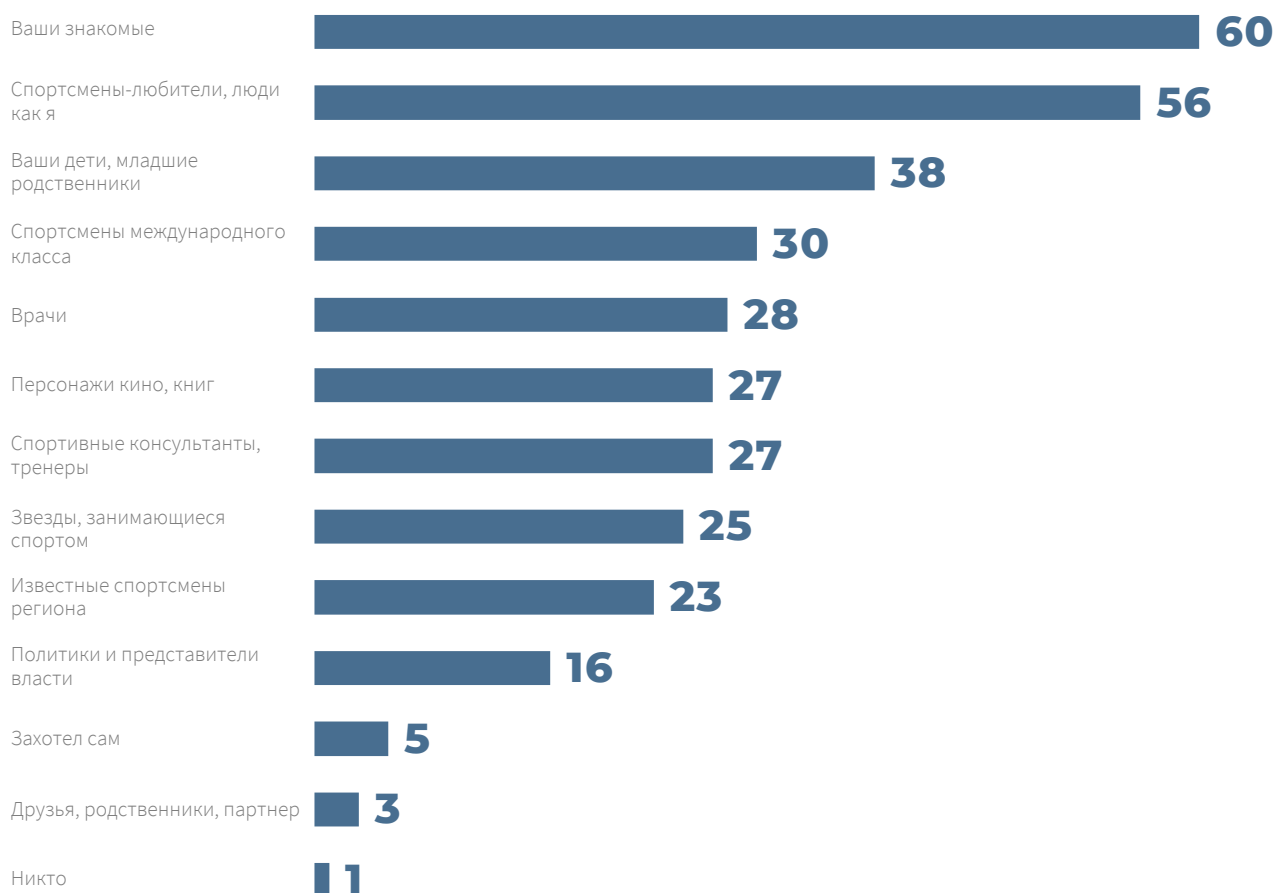
- ⊕ Мотивация к началу тренировок зависит от фазы жизненного цикла. Для тех, кто начинает в школьном возрасте, важны сила, выносливость, внешний вид, но также – общение, возможность занять свободное время (спорт как игра). Чем старше человек, тем больше на первый план выходят утилитарные мотивы.
- ⊕ Самые экономически-активные группы часто ищут в спорте избавление от стресса и расширения кругозора.
- ⊕ У воспитывающих маленьких детей есть ответственность за их будущее, а лучший способ воспитания – это пример.
- ⊕ После 45 лет на первый план выходят проблемы со здоровьем, борьба с возрастными изменениями.
- ⊕ В старшем возрасте «движение – это жизнь». Спортом часто занимаются по рекомендации врача. Но также спортивные занятия могут создавать новую среду общения, которая часто сокращается после выхода на пенсию, помогать структурировать освободившееся время. Мотиватором для людей старшего возраста могут быть внуки – они требуют энергии и подвижности.

ПРОГРАММЫ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ СПОРТА СРЕДИ ЛЮБИТЕЛЕЙ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ТАРГЕТИРОВАННЫМИ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПО ФАЗЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА. У ЛЮДЕЙ РАЗНОГО ВОЗРАСТА ОТЛИЧАЮТСЯ ПОТРЕБНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

КТО ВДОХНОВЛЯЕТ НА СПОРТ?

- ⊗ Любителей во взрослом возрасте больше всего мотивируют **истории людей их окружения** или тех, кто похож по возрасту, образу жизни – это вселяет уверенность, что результат доступен.
- ⊗ Для взрослых мотиватором могут стать **дети и младшие родственники**. Например, отвозя ребенка в секцию, родитель вовлекается в тренировки, или, играя с ребенком, понимает, что «физически сдал», активные игры даются ему тяжелее.

ВСТРЕЧАЛИСЬ ЛИ ВАМ ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ВДОХНОВЛЯЛИ ВАС ПОМЕНЯТЬ ОБРАЗ ЖИЗНИ, БОЛЬШЕ ЗАНИМАТЬСЯ СПОРТОМ? (% ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ; ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)



В КАМПАНИЯХ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА И ФИЗКУЛЬТУРЫ ЦЕЛЕСООБРАЗНА СТАВКА НА ПЕРСОНАЖЕЙ, КОТОРЫЕ БЛИЗКИ И ПОНЯТНЫ АУДИТОРИИ – ЛЮДЕЙ «ОБЫЧНЫХ», НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ И НЕ ТОЛЬКО МОЛОДЫХ АТЛЕТОВ

ВДОХНОВЛЯЮТ ЛИ СПОРТСМЕНЫ?

- ⊕ Спортсмены могут создавать образцы жизненного успеха и мотивировать детей и их родителей на спортивную карьеру.
- ⊕ Если говорить о взрослых любителях, нельзя утверждать, что спорт высоких достижений и победы мотивируют: спортивные болельщики не отличаются по интенсивности занятий от тех, кто не любит спортивные шоу. Обычный человек не стремится к образу спортсмена, воспринимает большой спорт отдельно от своей жизни и проблем.

При этом профессиональный спорт и спортсмены могут оказывать косвенное влияние:

- ⊕ спортсмены иногда становятся ролевой моделью, образцом для подражания в более широком жизненном контексте, примером ценностей, сильного характера;
- ⊕ известные спортсмены могут привлекать внимание к новым объектам, тренировкам, программам.

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОТНОШЕНИЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ СПОРТУ (% ОПРОШЕННЫХ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)



У «БОЛЬШОГО» СПОРТА ЕСТЬ ПОТЕНЦИАЛ ОПОСРЕДОВАННОГО ВЛИЯНИЯ НА ОБЩЕСТВО ЛЮБИТЕЛЕЙ ВДОХНОВЛЯЮТ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ИСТОРИИ» СПОРТСМЕНОВ – ИСТОРИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ, ФОРМИРОВАНИЯ СИЛЬНОГО ХАРАКТЕРА, ВОЛИ, УВЕРЕННОСТИ – КАЧЕСТВ, КОТОРЫЕ НУЖНЫ НЕ ТОЛЬКО В СПОРТЕ

КТО ВДОХНОВЛЯЕТ НА СПОРТ?

НА ОСНОВЕ ГЛУБИННЫХ ИНТЕРВЬЮ



БЛИЗКИЙ ПРИМЕР

- ⊗ История человека **похожего на нас** по образу жизни, возрасту, который смог добиться значимого результата.
- ⊗ Пример человека, который **обладает тем, к чему мы стремимся**, чего нам не хватает – более успешного знакомого, начальника и т.д.
- ⊗ **Собственный пример**: если в юные годы человек занимался спортом, он может хотеть вернуть прежнее ощущение силы и ловкости, контроля над телом, доказать себе, что он все тот же.

ПРИМЕРЫ:

- Дедушка интервьюируемого в 70 лет еще бегал кроссы. Его пример мотивирует: в зрелом возрасте хочется сохранять такой же жизненный тонус и форму
- Сдавая нормы ГТО интервьюируемый вспомнил, что в молодости мог подтягиваться на перекладине вдвое больше. Это стало явным индикатором того, что он «сдал», и подтолкнуло к тренировкам. Хотелось доказать себе, что годы «не берут свое»
- Несколько раз в месяц проходя вечером через свой двор интервьюируемый видел мужчин и мальчишек, играющих в баскетбол. Они вызывали «зависть»: кричали, смеялись, были «одной командой»

«ЗАРАЗИТЕЛЬНЫЙ ОБРАЗ»

- ⊗ Пример звезды спорта, любого популярного человека или вымышленного персонажа, **образ которого привлекателен и неразрывно связан со спортом**. Работает только в том случае, если происходит идентификация с персонажем, он олицетворяет то, чего не хватает человеку, например, силы, энергии, уверенности, упорства. Спорт привлекает как часть истории становления характера, в связке с определенными личностными качествами, идеей преодоления трудностей, которые делают человека сильнее

ПРИМЕРЫ:

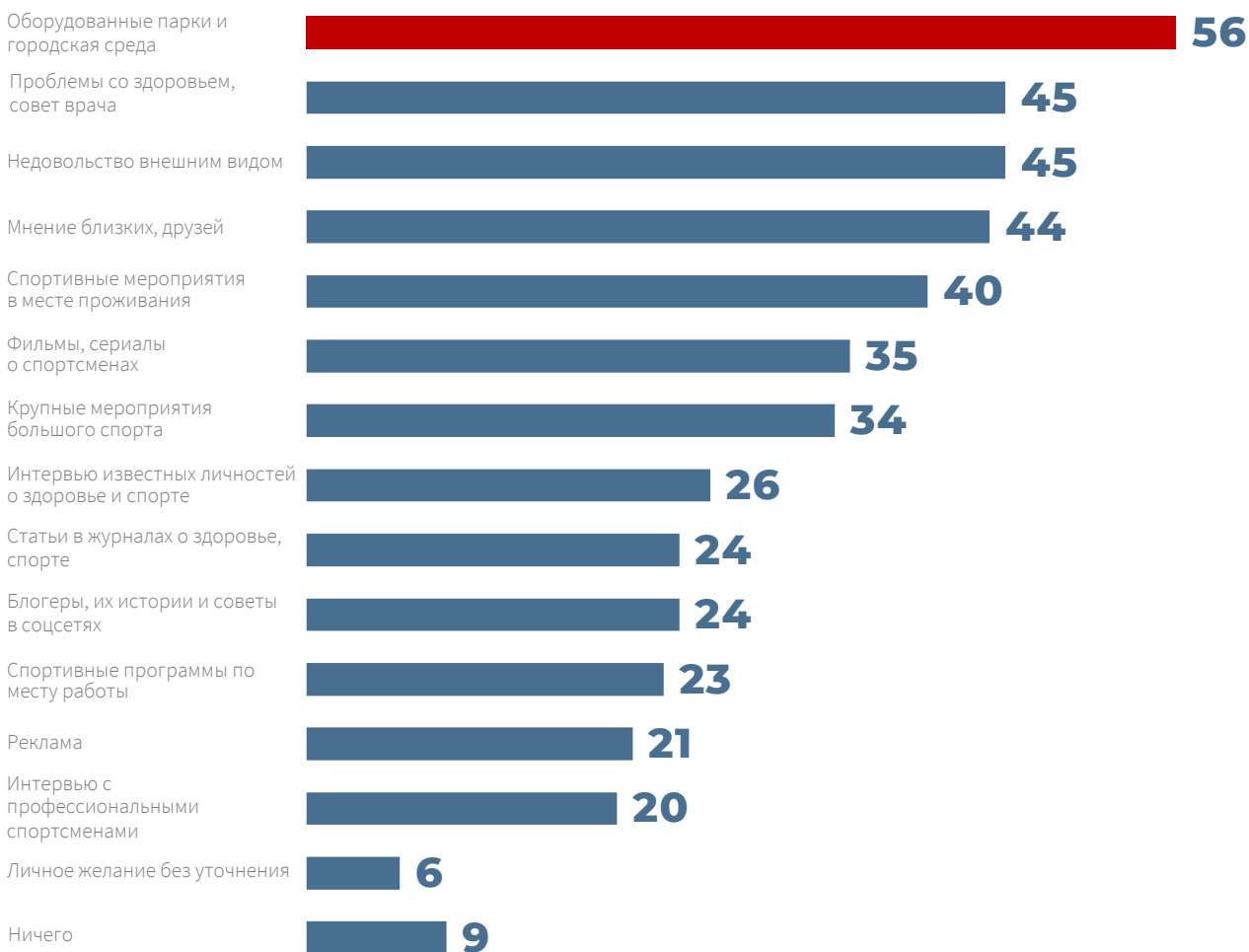
- Интервьюируемых вдохновляли рекламные ролики брендов, в которых демонстрировался персонаж с сильным характером, преодолевающий препятствия. Например, «Из чего же сделаны девчонки» Nike (при всей неоднозначности восприятия ролика).
- После демонстрации сериала «Ход королевы» по всему миру наблюдался рост продажи шахмат⁷.
- Интервьюируемых мотивирует спортсмен N, который «не только красуется успехами», но рассказывает историю – преодоления, борьбы со слабостью, то есть показывает связь спорта и черт характера, которые определяют успех и в других сферах

«ПАРК СОЗДАЕТ БЕГУНОВ»



ВЛИЯНИЕ СРЕДЫ (1)

ИНОГДА У НАС ВОЗНИКАЕТ ЖЕЛАНИЕ ПОМЕНИТЬ ОБРАЗ ЖИЗНИ, БОЛЬШЕ ЗАНИМАТЬСЯ СПОРТОМ. БЫЛО ЛИ ЧТО-ТО ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД, ЧТО ВЫЗВАЛО У ВАС ТАКОЕ ЖЕЛАНИЕ? (% ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ; ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)



СРЕДОВОЙ ФАКТОР – КЛЮЧЕВОЙ ДЛЯ НАЧАЛА ТРЕНИРОВОК. ОН МОЖЕТ ВЛИЯТЬ ПРЯМО И ОПОСРЕДОВАННО. СМ. ДАЛЕЕ

«ПАРК СОЗДАЕТ БЕГУНОВ»



ВЛИЯНИЕ СРЕДЫ (2)

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СРЕДЫ (% ОПРОШЕННЫХ)



Влияние среды:

- ⊗ облегчение доступа, экономия времени,
- ⊗ механизм «подталкиваний» к тренировке;
- ⊗ создание образца поведения, снятие барьеров, когда человек регулярно видит других занимающихся.

Среди тех, кто живет в среде, адаптированной для спорта, часто видит других любителей, вовлеченность в тренировки выше.

В последние годы в России проводятся масштабные программы по развитию спортивной инфраструктуры, изменения широко заметны и в крупных, и в малых НП.

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ВЫ ЗАМЕЧАЛИ ИЛИ НЕ ЗАМЕЧАЛИ СЛЕДУЮЩИЕ ИЗМЕНЕНИЯ? (% ОПРОШЕННЫХ; ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)

| | РФ | Москва, СПб | 1млн+ | 500 тыс + | 100 тыс+ | <100тыс | ПГТ, село |
|--|----|-------------|-------|-----------|----------|---------|-----------|
| Стало больше мест, где можно заниматься бегом, ходьбой | 64 | 78 | 56 | 68 | 67 | 63 | 43 |
| Строятся новые спортивные объекты | 62 | 70 | 61 | 68 | 65 | 61 | 38 |
| Появилось больше вело – или беговых дорожек | 50 | 72 | 54 | 50 | 51 | 40 | 35 |

РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ СПОСОБСТВУЕТ РОСТУ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В СПОРТ

ЗАПРОС НА РАЗВИТИЕ СРЕДЫ

Спортивные практики неоднородны, для разных стратегий – разная инфраструктура. Идеальная территория для спорта – сочетание инфраструктуры для повседневных тренировок

(доступной территориально и финансово) и для спорта выходного дня (разнообразной, для всей семьи, сочетающей спорт и развлечение – sportartainment (спорт + развлечение)).

ЗАКРЫТЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ

Залы и клубы шаговой доступности для повседневного спорта (69% опрошенных поддерживают идею небольшого зала в шаговой доступности, а не большого мульти-спортивного центра в удалении от дома).
Мультиспортивные центры для спорта выходного дня. Помогают разнообразить будни, попробовать новые виды спорта, позаниматься вместе с детьми.
Фитнес-приложения, качественная информация и онлайн-сообщества для тех, кто занимается спортом дома

Доступные залы (стоимость, возможность аренды) для любителей командных игр и спортивных сообществ. В городах бывает много спортивной инфраструктуры, но доступ к ней ограничен, она, преимущественно, ориентирована на секции.
 При **строительстве новой инфраструктуры**, от баскетбольных площадок до экстрим-парков, важно общение с сообществами, их вовлечение в проектирование.

«Безбарьерная среда» для спорта, адаптация города для тренировок: развитие открытых площадок и обучение их использованию (пример – «умные площадки» с QR-кодами со ссылкой на примеры тренировок), организация дорожек для бега и ходьбы, «троп здоровья» и др.
 Важны **новые подходы к проектированию жилых кварталов** с уличной спортивной инфраструктурой для взрослых

Открытые спортивные стадионы, площадки и инфраструктура общего доступа (раздевалки, душевые) для групповых тренировок на улице. Расцвет популярности переживают групповые занятия бегом, велоспортом, йогой, танцами на открытом воздухе.

ГОРОДСКИЕ ПРОСТРАНСТВА

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ АКТИВНОСТИ

ГРУППОВЫЕ АКТИВНОСТИ

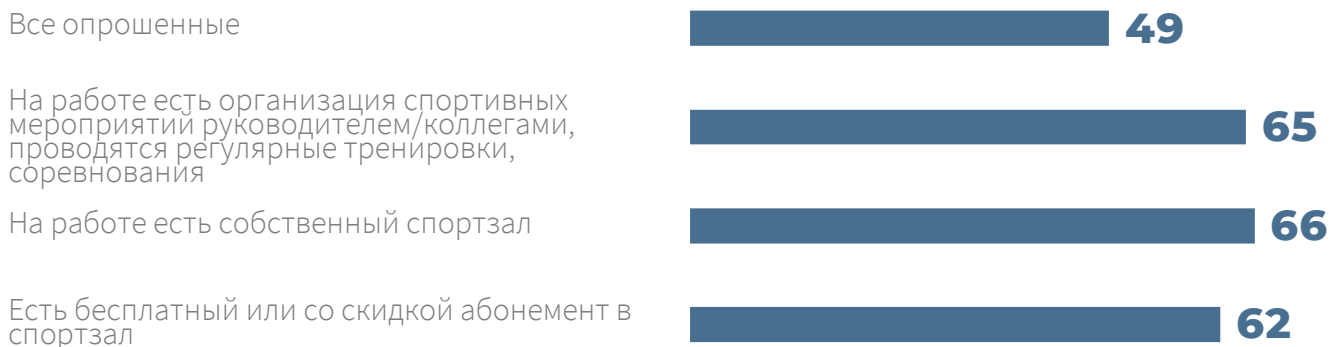
СПОРТ – РАБОТА НА РАБОТЕ

- ⊕ Если у работодателя есть специальные политики по привлечению сотрудников к спорту, физкультуре, доля регулярно тренирующихся выше.
- ⊕ За счет спорта работодатели решают широкий набор социальных задач помимо улучшения здоровья и профилактики – укрепление корпоративной культуры, солидарности, формирование горизонтальных связей между сотрудниками, повышение лояльности, организация досуга, Спорт как часть социальных инвестиций – одно из конкурентных преимуществ на HR-рынке.

ПОТЕНЦИАЛ РАБОТОДАТЕЛЕЙ:

- ⊕ создание возможностей, доступа к инфраструктуре;
- ⊕ облегчение финансовой нагрузки через программы совместного финансирования абонементов и т.д.;
- ⊕ вовлечение, организация спортивных игр, совместного активного досуга, мотивация через соревновательные модели, поощрения за участие;
- ⊕ создание образца для подражания, образа спортивной среды.

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В ТРЕНИРОВКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЛИТИК РАБОТОДАТЕЛЯ (% ОПРОШЕННЫХ)



В РОССИИ СУЩЕСТВУЮТ УСПЕШНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ ПО РАЗВИТИЮ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО СПОРТА И ПООЩРЕНИЮ РЕГУЛЯРНЫХ ТРЕНИРОВОК

РОЛЬ ПОСРЕДНИКОВ И НАВИГАТОРОВ

⊗ Для людей с особенностями здоровья или для зрелых начинающих особенно важна **квалифицированная тренерская поддержка**, адаптированные программы для входа в тренировочный процесс. Эксперты и сами любители отмечают, что тренерам не всегда хватает знаний, они могут давать противоречивые советы, неадаптированные тренировки и т.д., что иногда приводит к травмам и ухудшению здоровья. Также существует нереализованный запрос на медицинский персонал в спорт-клубах.

⊗ Помимо тренеров большую роль играет **врач**, выступающий посредником. Врачи могут как направить пациента, помочь ему простроить тренировочный маршрут, так и запретить или ограничить ему физические нагрузки. Сегодня врач скорее склонен ограничивать активность, а не предлагать доступные для пациента варианты. Культура лечения болезни, распространенная в системе здравоохранения, и культура профилактики и улучшения качества жизни вступают в конфликт.



Тренеры, инструкторы

- Финансовые барьеры
- Неравномерная квалификация
- Отсутствие ответственности



Популярные эксперты, советы знакомых

- Широкий охват и доступность
- Отсутствие ответственности и подтвержденной квалификации



Профессиональные спортивные консультанты, спортврачи

- Дефицит предложений на рынке и неравномерная квалификация
- Финансовые барьеры



Врачи

- Широкий охват
- Подтвержденная квалификация
- Ориентация на лечение болезни, неразвитость культуры профилактики



В Великобритании в 2010 году специалисты здравоохранения проводили профилактический осмотр пациентов и при необходимости давали им советы об изменении образа жизни. Программа показала хорошие результаты: 59% людей, посетивших консультации, воспользовались советами и стали уделять больше внимания физической активности⁹.

ПЕРСПЕКТИВНА СТАВКА НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ МЕДИЦИНСКУЮ ПОДГОТОВКУ ТРЕНЕРОВ И ПРОГРАММЫ ДЛЯ ВРАЧЕЙ

ЧТО МОТИВИРУЕТ НЕ БРОСАТЬ?

КАКОГО РЕЗУЛЬТАТА ВАМ БОЛЬШЕ ВСЕГО ХОТЕЛОСЬ БЫ ОТ ТРЕНИРОВОК ЧЕРЕЗ ГОД? (% ОПРОШЕННЫХ; МАКСИМУМ 3 ВАРИАНТА ОТВЕТА)



⊕ Если на стадии вовлечения в регулярную активность мотивирует, в первую очередь, значимый утилитарный результат (тонус, внешность и т.д.), по мере тренировок отношение к спорту меняется.

⊕ У любителей появляется увлеченность самим процессом, интерес к новому, развивается соревновательная мотивация. Мотивацию может поддерживать игровая составляющая, достижения новых спортивных результатов.

ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ МОТИВАЦИИ ЛЮБИТЕЛЕЙ СО СТАЖЕМ ВАЖНО СОЗДАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ – ДОСТУПНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ, ТЕСТИРОВАНИЙ, А ТАКЖЕ РАЗВИТИЕ СПОРТИВНЫХ СООБЩЕСТВ

ДЕТСТВО, СРЕДА И СПОРТ

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЕМЕЙНОГО ОПЫТА (% ОПРОШЕННЫХ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)

Все опрошенные



49

В моем детстве мои родители регулярно занимались физкультурой, спортом



64

11%

ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ, РЕГУЛЯРНО ТРЕНИРУЮТСЯ ВМЕСТЕ С СЕМЬЕЙ

26%

ЗАНИМАЮТСЯ ПЕРИОДИЧЕСКИ, В ФОРМАТЕ ВЫХОДНОГО ДНЯ

- ⊕ Привычка, приобретенная с детства, - наиболее прочная. Семейный опыт значительно влияет на образ жизни человека – среди тех, в чьей семье был принят активных досуг, спортом занимаются чаще. Совместные тренировки с семьей и с детьми – один из эффективных способов по привлечению детей к физическим нагрузкам. Это работает и в обратную сторону: многих со спортом познакомили и мотивировали к регулярным тренировкам их дети.
- ⊕ На отношение к спорту влияет опыт детских спортсекций. Иногда они создают конфликт мотивации: нацеленность на спортивный результат и норматив VS нацеленность на гармоничное развитие и здоровье.

- Образ спортсекций, где культивируются достижения, может отталкивать: у родителей существуют страхи травм, не всем симпатичен образ профессионального спортсмена, отдавшего жизнь достижениям. Культура выращивания звезд, отсева, сегрегации в секциях подходит не всем семьям.
- ⊕ Также на мотивацию во взрослом возрасте влияет опыт школьных уроков физкультуры. Здесь может создаваться привычка на всю жизнь, а может – барьер («спорт как мучение»). В ряде случаев (по воспоминаниям участников интервью) уроки физкультуры привили отношение к спорту как к сдаче нормативов и зачетов. «Ярлык» неуспевающего может закрепляться на всю жизнь.

ПЕРСПЕКТИВНО РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНЫХ ФОРМАТОВ, КОТОРЫЕ ФОРМИРУЮТ ПРИВЫЧКУ К АКТИВНОМУ ДОСУГУ И ОБРАЗ СПОРТА-ИГРЫ

ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ – СМЕНА ПАРАДИГМЫ В ДЕТСКОМ И ПОДРОСТКОВОМ СПОРТЕ И ФИЗКУЛЬТУРЕ – ОТ ДИСЦИПЛИНАРНОГО И СОРЕВНОВАТЕЛЬНОГО СПОРТА К СПОРТУ РАДИ ЗДОРОВЬЯ И УДОВОЛЬСТВИЯ

ВАЖНОСТЬ ПОДДЕРЖКИ

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОКРУЖЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА (% ОПРОШЕННЫХ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)



Среди тех, чье окружение занимается спортом, больше вовлеченных в тренировки.

Окружение – это не только знакомые, которых человек выбирает исходя из образа жизни. Это семья, коллеги, соседи, незнакомые люди в публичных местах, например, местном парке.

Окружение создает:

- ⊕ группу поддержки. Один из частых запросов – на компанию для тренировок;
- ⊕ образец (мультипликативный эффект благодаря социальным сетям). Если

вокруг принято быть в форме, иметь активный досуг, человек стремится соответствовать. Образ спортивной среды создают и различные городские мероприятия, тренирующиеся в публичных местах люди;

- ⊕ команду; отсутствие культуры самоорганизации – барьер для взрослого командного спорта. С изменением культуры соседства, уходом «дворового сообщества» в прошлое, меняются и практики. Например, собрать команду для игры в футбол на дворовой площадке теперь можно только онлайн.

СРЕДА, ГДЕ РАСПРОСТРАНЕНЫ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ СВЯЗИ И САМООРГАНИЗАЦИЯ, САМА ВТЯГИВАЕТ ЛЮДЕЙ В СПОРТИВНЫЕ ЗАНЯТИЯ. ОДНО ИЗ РЕШЕНИЙ – В ПОДДЕРЖКЕ КУЛЬТУРЫ САМООРГАНИЗУЮЩИХСЯ СПОРТИВНЫХ СООБЩЕСТВ (СМ. ДАЛЕЕ). ОБРАЗ СПОРТИВНОЙ СРЕДЫ ТАКЖЕ СОЗДАЮТ ГОРОДСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

ЧТО ДАЮТ СООБЩЕСТВА

В России тысячи инициативных спортивных сообществ, которые возникают **на основе товарищеских команд, происходят из дефицитов** (например, любители бега в небольшом городе сами организуют забег) или **увлечения энтузиастов** (например, сообщество хоккея на валенках, другие локальные или исторические виды спорта).

67%

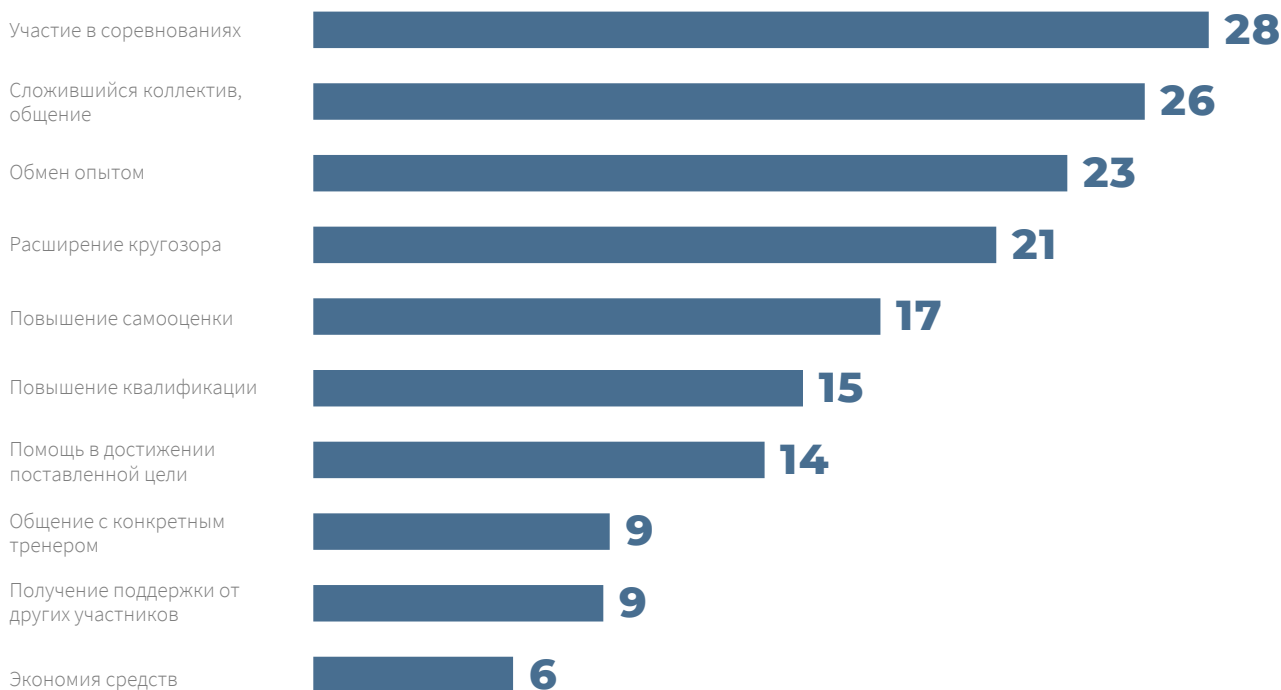
ОПРОШЕННЫХ УЧАСТНИКОВ СПОРТИВНЫХ СООБЩЕСТВ УСПЕШНО ВОВЛЕКАЛИ В НИХ СВОИХ ЗНАКОМЫХ

РОЛЬ СООБЩЕСТВ:

- ⊕ популяризация занятия / вида спорта – сообщества проводят мероприятия, создают контент;
- ⊕ привлечение новичков – члены клубов активно вовлекают свое окружение;
- ⊕ создание инфраструктуры для спортсменов – сообщества часто организуют то, чего не хватает любителям спорта. Например, совместные тренировки или соревнования;
- ⊕ поддержка мотивации – сообщества мотивируют через соревновательность, общие цели;
- ⊕ социализация, расширение круга общения.

ЧТО ДАЕТ ВАМ ВАШЕ СООБЩЕСТВО?

(% ОПРОШЕННЫХ УЧАСТНИКОВ СПОРТИВНЫХ СООБЩЕСТВ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТА)



**ПОДДЕРЖКА ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО СПОРТА
ИХ КЛЮЧЕВЫЕ ДЕФИЦИТЫ – ПРИЗНАНИЕ, ДОСТУП К ОБЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ И, В СЛУЧАЕ СУЩЕСТВЕННОГО РОСТА, ФИНАНСИРОВАНИЕ**

РОЛЬ МЕДИА

Интернет-ресурсы, в том числе сетевые, - ключевой источник информации о спорте для самостоятельных спортсменов. В ответ на растущий запрос появляется все больше контента (от советов начинающим до продвинутых тренировок). Это **повышает доступность спорта и мотивирует любителей. Однако качество контента неоднородно.**

Роль посредников часто выполняют знакомые, погруженные в тематику. Они также в основном получают и проверяют информацию на сетевых площадках. И активно ею делятся.

67%

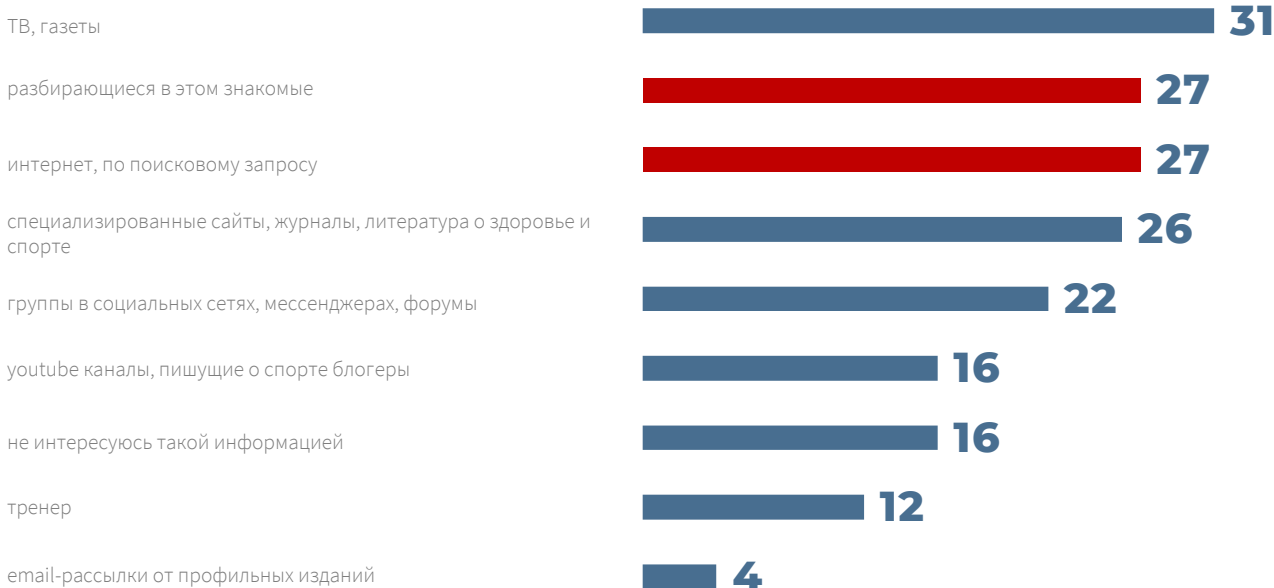
ОПРОШЕННЫХ, ИНТЕРЕСУЮЩИХСЯ ТЕМой СПОРТА, АКТИВНО ВОВЛЕЧЕННЫХ В ПРОФИЛЬНУЮ ПОВЕСТКУ, ДЕЛЯТСЯ СОВЕТАМИ СО СВОИМИ ЗНАКОМЫМИ И ДРУЗЬЯМИ



ФОРМИРУЕТСЯ ЗАМКНУТЫЙ КРУГ – ИНФОРМАЦИЯ О ТРЕНИРОВКАХ ПРОИЗВОДИТСЯ, ПОТРЕБЛЯЕТСЯ И ПРОВЕРЯЕТСЯ НА ОДНИХ И ТЕХ ЖЕ ПЛОЩАДКАХ БЕЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

ДОСТУПНОСТЬ И РАЗНООБРАЗИЕ ИНФОРМАЦИИ В СЕТИ – И ВОЗМОЖНОСТЬ, И РИСК

ОТКУДА ВЫ ОБЫЧНО ПОЛУЧАЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ О ЗДОРОВЬЕ, ПРАВИЛЬНОМ ПИТАНИИ, РЕЖИМЕ ТРЕНИРОВОК? (% ОПРОШЕННЫХ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ, ТОП-10)



ПАРАДОКС ДЕФИЦИТА СРЕДИ ИЗОБИЛИЯ ИНФОРМАЦИИ



Проблема – не в отсутствии информации, а в ее избытке. Тема спорта и физкультуры формирует насыщенное информационное поле, полное противоречивых бытовых теорий и советов. **Примеры:**

- ⊕ как быстрее всего сбросить вес,
- ⊕ безопасно ли принимать жиросжигатели,
- ⊕ есть ли безвредные средства для набора мышечной массы,
- ⊕ какие тренировки допустимы и желательны для людей со сколиозом,
- ⊕ можно ли тренироваться при повышенном давлении и т.д.

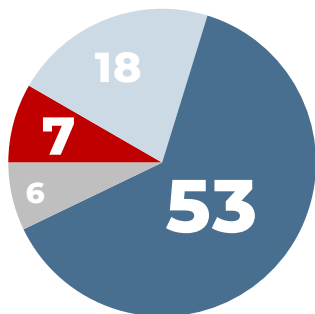
Чтобы разобраться в потоке информации нужны специальные знания. Избыток информации создает стресс, недоверие и растерянность.

Существует запрос на:

- ⊕ ориентир в информационном поле – проверенные рекомендации по тренировочному процессу, ограничениям, эффективным способам достижения целей (похудание, набор массы, лечение позвоночника и т.д.) и в целом заботе о здоровье;
- ⊕ доступные консультации с опытными тренерами и профильными специалистами по спортивной медицине.

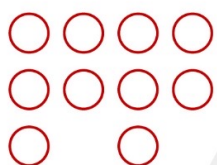
КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ГАЙДОВ, НЕ ВЫЗЫВАЮЩИХ СОМНЕНИЙ У СПЕЦИАЛИСТОВ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ), ОЧЕНЬ МАЛО

С КАКИМ МНЕНИЕМ ИЗ ПРИВЕДЕННЫХ ВЫ СОГЛАСНЫ? (% ОПРОШЕННЫХ)



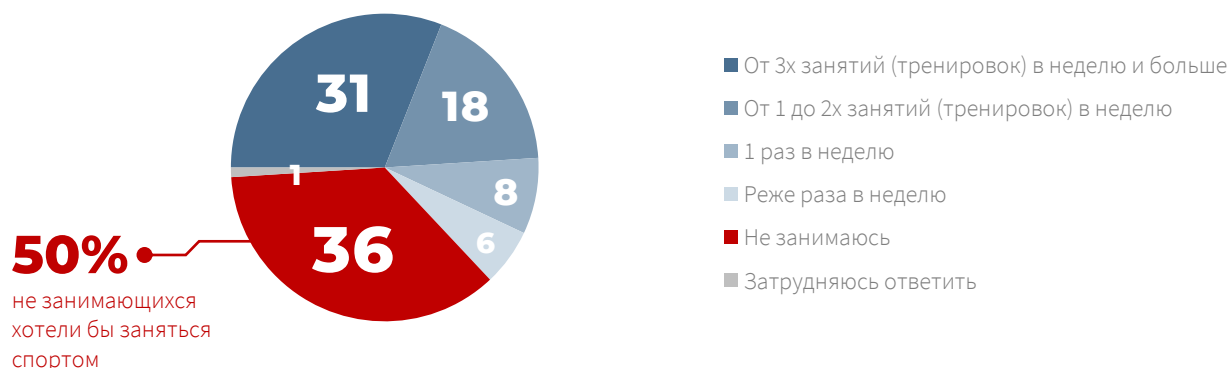
- Сегодня мало информации о том, как поддерживать здоровье, тренироваться и питаться
- Информации о спорте и здоровье очень много, но в ней сложно разобраться, она бывает непроверенной
- Нет никаких проблем найти любую нужную и надежную информацию на тему здоровья и спорта
- Затрудняюсь ответить

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ «СПОРТСМЕНЫ» И БАРЬЕРЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ СПОРТОМ



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ «СПОРТСМЕНЫ»

ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ И ЕСЛИ ДА, ТО КАК ЧАСТО? (2022, % ОПРОШЕННЫХ)



Вовлеченность в регулярную тренировочную практику среди взрослого населения достаточно высока и поступательно растет в последние декады, но все же остается значительный нереализованный потенциал. Половина тех, кто не занимается, хотела бы добавить активности в свою жизнь.

Также наблюдается:

- ⊕ неравномерный охват тренировочной активности в зависимости от возраста, состояния здоровья, типа населенного пункта, занятости; вовлеченность отдельных групп крайне низка;
- ⊕ низкая «выживаемость» новичков в спорте – значительная часть взрослых начинает и бросает тренировки по нескольку раз за жизнь.

ПОТЕНЦИАЛ – ВОВЛЕЧЕНИЕ НАИМЕНЕЕ АКТИВНЫХ ГРУПП И ПОДДЕРЖКА МОТИВАЦИИ НАЧИНАЮЩИХ, ПРОФИЛАКТИКА РЕГУЛЯРНЫХ ОБРЫВОВ

ПОЧЕМУ НЕТ?

- ⊕ **«Некогда»** часто означает дефицит мотивации или сложности в организации тренировок, например, из-за плохой транспортной доступности залов, дефицита секций с удобным графиком.
- ⊕ **«Сложно себя заставить»** и «не хватает сил» когда спорт воспринимается как «еще одна работа», принуждение. Работающие могут «слишком сильно уставать, чтобы еще и идти на спорт». У части взрослого населения существует травматичный опыт, сформирована уверенность, что спорт не для них. Среди источников такого опыта: уроки физкультуры (отношение к спорту как к нормативу, «ярлык» неуспевающего), детские спортсекции (культура отбора лучших), неудачные опыты во взрослой жизни. Спорт может пугать, если результат труден и отсрочен. Любителям часто не хватает идеи первого простого шага (как, например, программа «10 000 шагов в день»).
- ⊕ **«Слабое здоровье»** и **«возраст»** часто означают не непреодолимое препятствие к тренировкам, а дефицит знаний о том, какая нагрузка доступна и показана человеку, специализированных программ и стереотипы («в клубах одна молодежь»).
- ⊕ **Преодолеваются барьеры***, если человек находит удобные и доступные форматы занятий, втягивающую в спорт компанию, получает совет врача, видит, что спорт не отнимает, а дает положительные эмоции, тонус, энергию. Для людей зрелого возраста важно, когда они видят, что посетители фитнес-клуба – такие же люди, как они сами, а не «молодые атлеты».

ПОЧЕМУ ВЫ НЕ ЗАНИМАЕТЕСЬ СПОРТОМ, ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ? (% ОПРОШЕННЫХ, НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТОМ; МАКСИМУМ 3 ВАРИАНТА ОТВЕТА)

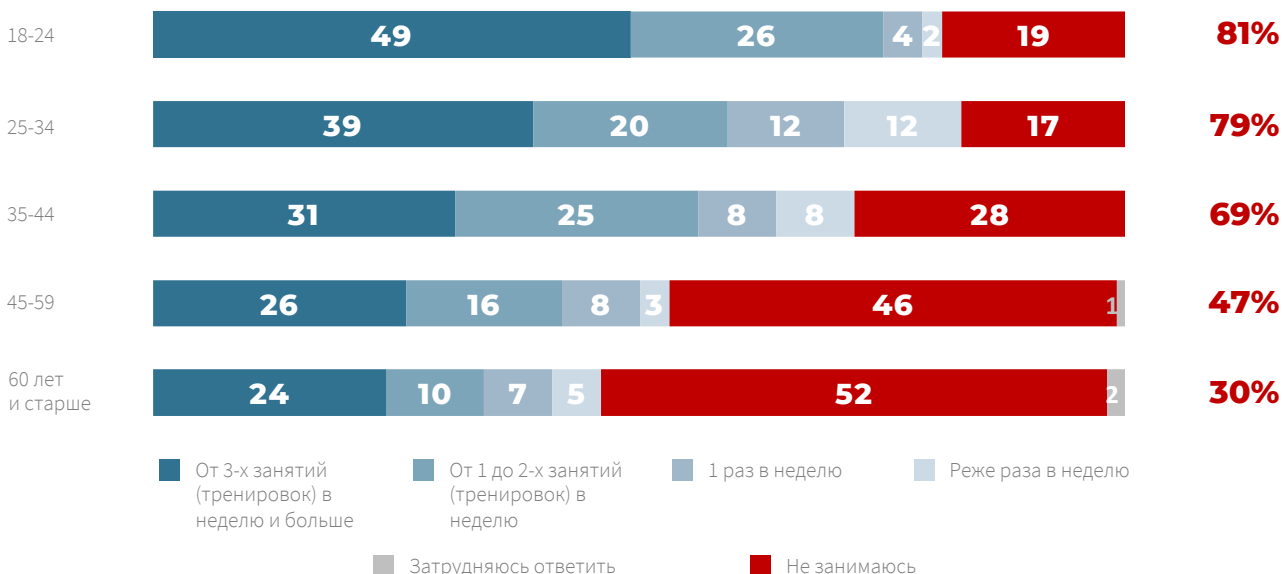


ЧАСТЬ БАРЬЕРОВ СВЯЗАНЫ С УСТАНОВКАМИ, НЕГАТИВНЫМ ОПЫТОМ, НЕОСВЕДОМЛЕННОСТЬЮ
ЧАСТЬ – С РАЗВИТИЕМ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ТРЕНИРОВОК И ПОВЫШЕНИЕМ ИХ ФИНАНСОВОЙ ДОСТУПНОСТИ

*Анализ на основе биографических интервью

«СПОРТ – ДЛЯ МОЛОДЫХ»?

ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ И ЕСЛИ ДА, ТО КАК ЧАСТО? (% ОПРОШЕННЫХ) // ХОТЯТ ЗАНЯТЬСЯ СПОРТОМ (% ОПРОШЕННЫХ, НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ РЕГУЛЯРНО)



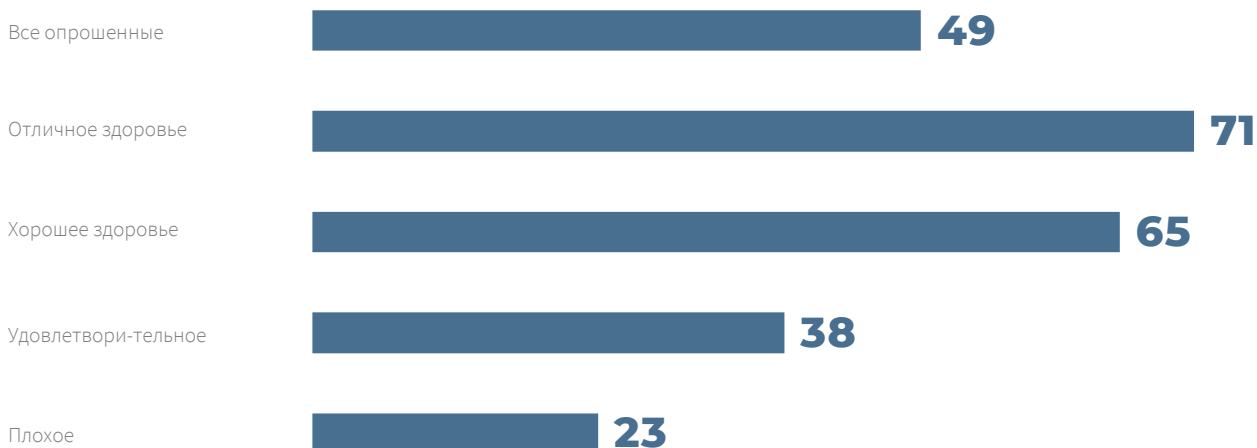
- ⊕ Вовлеченность в занятия спортом **снижается с возрастом** (и с уровнем самооценки здоровья – см. далее). Наиболее низка вовлеченность в старших возрастах, особенно, среди живущих в малых городах и сельской местности.
- ⊕ Переломный момент – 30-40 лет, – **период активного развития карьеры, погруженности в семейную жизнь**. Для работающих людей среднего возраста наиболее характерен «сидячий» образ жизни. Им бывает сложно совместить повседневные обязанности со спортом. Часто «некогда» становится заниматься спортом после изменения в образе жизни и такие перерывы могут затягиваться.

- ⊕ Люди в **предпенсионном возрасте** уже задумываются о необходимости тренировок ради здоровья, но не всегда могут вернуться к своему прежнему спортивному увлечению («уже не хватает сил»), пойти в «обычную секцию» («там одна молодежь»), и не готовы еще присоединиться к группе «для пенсионеров».
- ⊕ У людей **зрелого возраста** чаще проявляются проблемы со здоровьем, когда важны адаптированные и безопасные тренировки, есть финансовые ограничения, существует инерция сложившихся привычек и взглядов, нередко сокращается круг общения и нет компании для занятий.

КЛЮЧЕВЫЕ ГРУППЫ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ В СПЕЦИАЛЬНО ОРГАНИЗОВАННУЮ ФИЗИЧЕСКУЮ АКТИВНОСТЬ – 35-59 ЛЕТНИЕ С СИДЯЧЕЙ РАБОТОЙ (СМ. ДАЛЕЕ) И ЛЮДИ СТАРШИХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП

«СПОРТ – ДЛЯ ЗДОРОВЫХ»?

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СПОРТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ САМООЦЕНКИ ЗДОРОВЬЯ (% ОПРОШЕННЫХ, 1 ОТВЕТ)

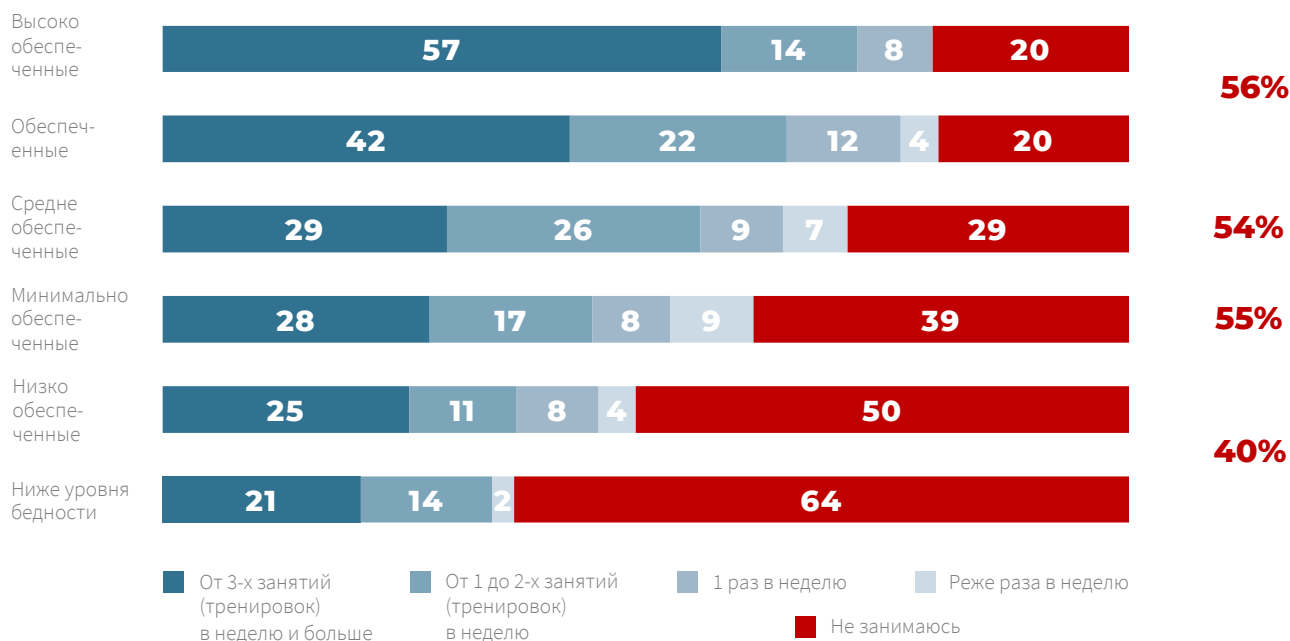


- ⊕ Не занимающиеся часто указывают на плохое здоровье как барьер, а бросившие говорят о возрасте и проблемах со здоровьем как о причине для прекращения тренировок.
- ⊕ Большинство секций и клубов рассчитаны на людей без ограничений здоровья, не имеют адаптированных программ и квалифицированных тренеров, медицинских консультантов и тестирований.
- ⊕ Культура привлечения в спорт людей с хроническими заболеваниями и людей зрелого возраста, только развивается. Хотя существуют примеры успешных программ, например, «Московское долголетие» и запущенные по его образцу программы в других регионах.
- ⊕ Для людей с ограничениями здоровья и зрелых пациентов важную роль играют врачи. Многое зависит от их квалификации, знаний в области современных лечебно-профилактических программ. По отзывам пациентов, они нередко склонны скорее ограничить активность чтобы снизить риски.

ПЕРСПЕКТИВНО РАЗВИТИЕ ФОРМАТОВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ И ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ СУЩЕСТВУЕТ ЗАПРОС НА МЕДИЦИНСКИЙ ПЕРСОНАЛ В СПОРТКОМПЛЕКСАХ, ФИТНЕС-ЦЕНТРАХ ВАЖНА РОЛЬ ВРАЧЕЙ КАК ПОСРЕДНИКОВ, КОТОРЫЕ МОГУТ НАПРАВИТЬ В ПОДХОДЯЩИЕ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА СЕКЦИИ

СПОРТ И НЕРАВЕНСТВО

ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ И ЕСЛИ ДА, ТО КАК ЧАСТО? (% ОПРОШЕННЫХ) // ХОТЯТ ЗАНЯТЬСЯ СПОРТОМ (% ОПРОШЕННЫХ, НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ РЕГУЛЯРНО)



- ⊕ Барьер низкого достатка наиболее выражен среди жителей **Москвы** (24% отметили нехватку денег как причину, по которой они не занимаются). В городах с высокой стоимостью жизни, развитием рынка фитнес-услуг вслед за платежеспособным спросом может расти и неравенство в доступе к услугам.
- ⊕ Чаще других барьер отмечают неработающие учащиеся, **студенты и молодые взрослые** – люди в возрасте 25-35 лет (40% отметили дефицит средств).
- ⊕ Финансовый барьер более остро проявляется в **семьях, где один родитель**

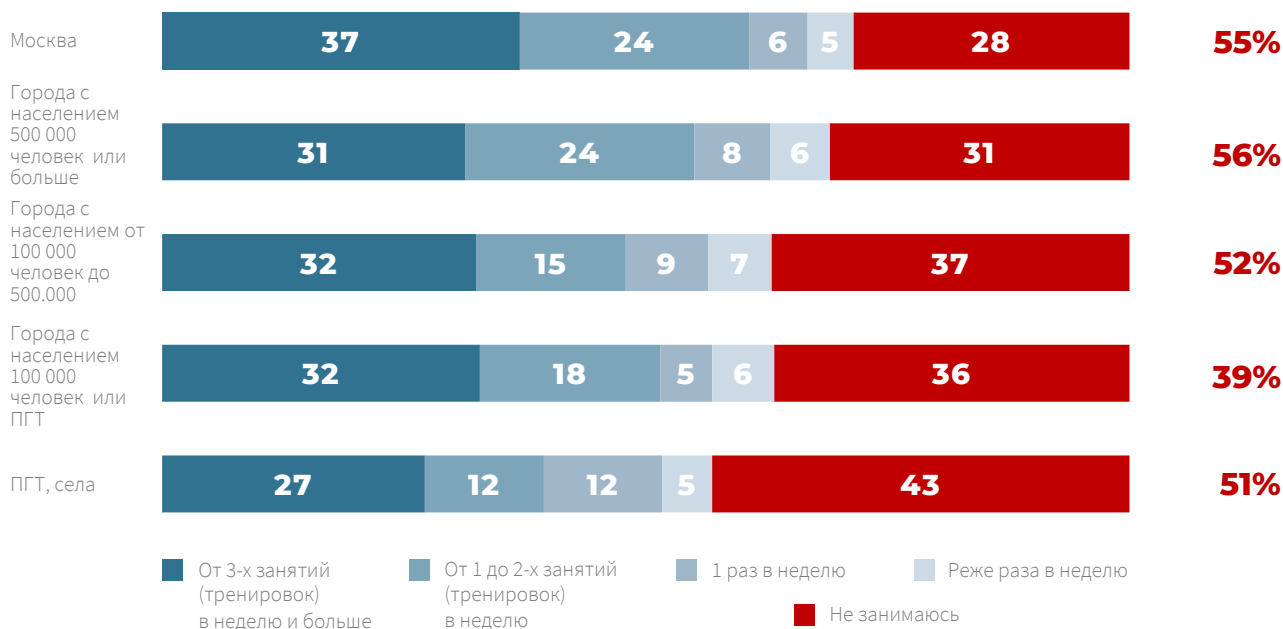
- воспитывает ребенка** (26%). В низкообеспеченных семьях приоритет часто отдается оплате занятий для детей.
- ⊕ Барьер низкой обеспеченности носит также **психологический характер**. Если человек погружен в непрерывный цикл борьбы за удовлетворение базовых потребностей, иные могут отходить на второй план. В зрелом возрасте нисходящая социальная мобильность, отсутствие накоплений, плохая приспособляемость к новому создают «синдром заложника»: человек проявляет низкий интерес к чему-либо за контурами повседневных потребностей.

ПОМИМО РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ И СФЕРЫ СПОРТИВНЫХ УСЛУГ ВАЖНО ВНИМАНИЕ К ЕЕ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ НАИБОЛЕЕ УЯЗВИМЫХ КАТЕГОРИЙ НАСЕЛЕНИЯ. ВЫЗОВ – НАЙТИ ВАРИАНТЫ ПРОГРАММ, ДЕЛАЮЩИХ СПОРТ ДОСТУПНЕЕ

Примечание. Категории дохода объединены на основе вопроса о самооценке потребительских возможностей. См. приложение

ТИП МЕСТНОСТИ И ОБРАЗ ЖИЗНИ

ЗАНИМАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ФИЗКУЛЬТУРОЙ, СПОРТОМ И ЕСЛИ ДА, ТО КАК ЧАСТО? (% ОПРОШЕННЫХ) // ХОТЯТ ЗАНЯТЬСЯ СПОРТОМ (% ОПРОШЕННЫХ, НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ РЕГУЛЯРНО)



На вовлеченность в спорт значительно влияет местность. Она определяет образ жизни и доступную инфраструктуру.

- ⊕ **Крупные города:** более развитая инфраструктура, более высокие потребительские возможности; при этом – большие временные траты на передвижения и напряженный ритм жизни. Важны клубы шаговой доступности и городская среда для занятий.
- ⊕ **Средние и малые города:** менее развита и разнообразна инфраструктура, особенно, для взрослых, ниже достаток; при этом выше транспортная доступность до объектов.

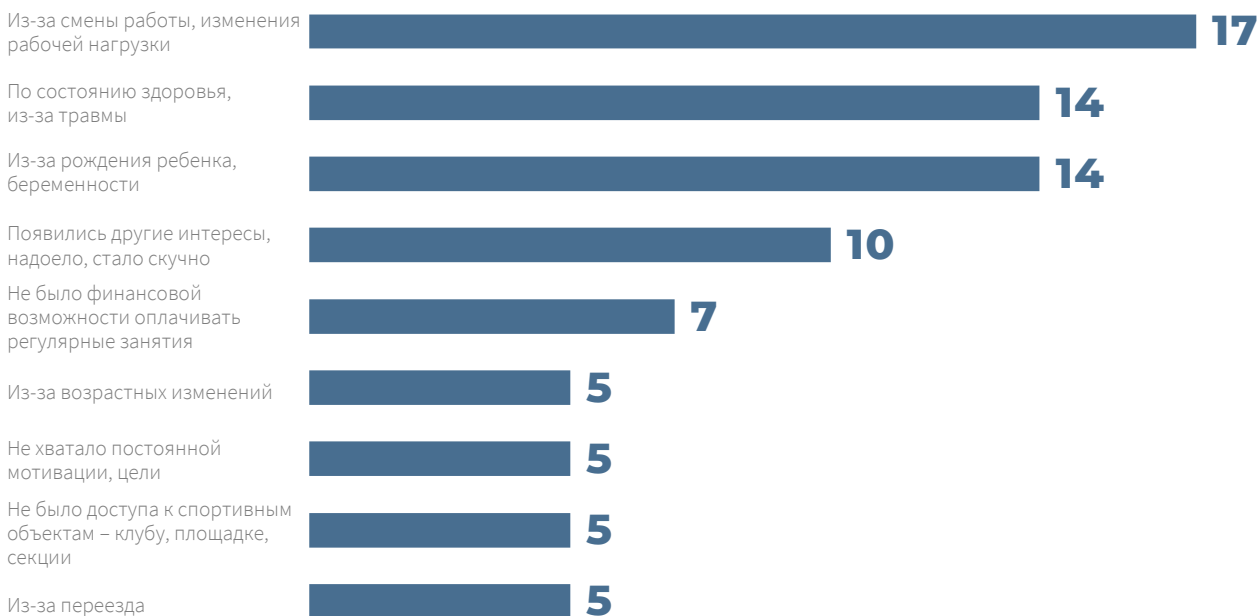
Важно разнообразие и доступность программ и мероприятий для взрослых и для всей семьи.

- ⊕ **Сельская местность:** серьезный дефицит или отсутствие инфраструктуры и тренерского состава, более низкий достаток, при этом – больше повседневной физической активности. Однако происходят постепенные изменения образа жизни. Механизация труда снижает нагрузку на человека и высвобождает время. Но сфера досуга остается неразвитой. Существует проблема алкоголизации населения. Важно создание базовой инфраструктуры и развитие тренерского состава.

НАИБОЛЬШИЕ ТРУДНОСТИ С ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ В АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ – В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ, МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ

НЕ ТОЛЬКО ВОВЛЕЧЕНИЕ

ПОЧЕМУ ВЫ ПЕРЕСТАЛИ ИЛИ ОТКАЗАЛИСЬ ОТ ЗАНЯТИЙ СПОРТОМ (% ОПРОШЕННЫХ, ЗАНИМАВШИХСЯ СПОРТОМ РАНЕЕ)



84% НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ ПРЕЖДЕ ИМЕЛИ СПОРТИВНЫЕ НАГРУЗКИ.

53% - только в детстве и юности, 32% - во взрослом возрасте. Бросили в связи с:

- ⊗ занятостью,
- ⊗ ухудшением здоровья,
- ⊗ финансовыми трудностями,
- ⊗ возрастом.

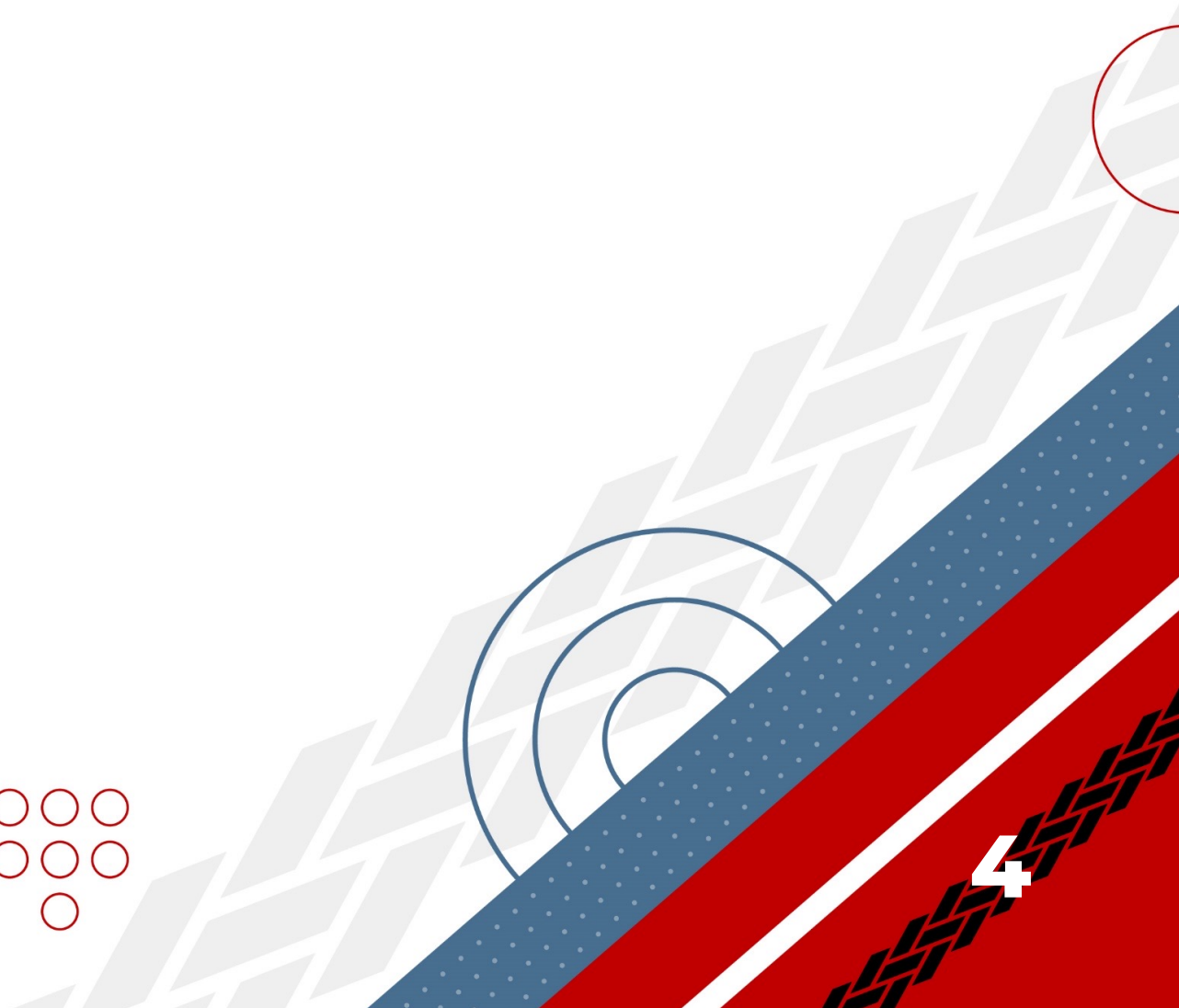
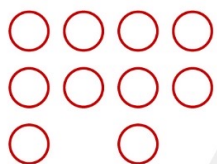
Большинство взрослых начинает и бросает тренировки по несколько раз за жизнь. Мотивацию легко пробудить, но сложно поддерживать. Отложенная мотивация слабее, чем удовольствие от самого процесса тренировок.

Риск «пробовал – не вышло». У тех, кто много раз начинал и бросал развивается страх неудачи.

ПРОФИЛАКТИКА РАЗРЫВОВ И ПОДДЕРЖКА МОТИВАЦИИ ЗАНИМАЮЩИХСЯ – ВАЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ НАРЯДУ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ К СПОРТУ

**ВАЖНО ФОРМИРОВАТЬ ОБРАЗ СПОРТА НЕ ТОЛЬКО В СВЯЗКЕ С
УТИЛИТАРНЫМИ МОТИВАМИ, НО И КАК ИГРЫ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ – ЭТА
МОТИВАЦИЯ БОЛЕЕ УСТОЙЧИВА, ЧЕМ ДОЛГОСРОЧНЫЕ
УТИЛИТАРНЫЕ ЦЕЛИ**

ВЫВОДЫ



ВЫВОДЫ

РОСТ ЧИСЛА ЛЮБИТЕЛЕЙ

Причины – культурные изменения, активность брендов производителей экипировки, развитие инфраструктуры – городских объектов и пространств, клубов, секций, онлайн форматов.

За общим понятием «любителя» – **палитра стилей и стратегий**: спорт как средство для совершенствования тела, «лекарство», способ справиться со стрессом, сфера личных достижений. Чем более сегментированным становится общество, чем больше разнообразия в моделях потребления – тем тем шире спектр спортивных любительских практик.

При этом **вовлеченность в спорт неравномерна – снижается с возрастом, уровнем достатка, сохраняется проблема доступности спорта для взрослых в малых городах и селах.**

САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ СПОРТСМЕНЫ

Большинство любителей занимается самостоятельно. Растущий тренд – домашние и уличные тренировки. Это создает **запрос на фитнес-приложения, индивидуальные и групповые онлайн форматы тренировок, доступ к качественным информационным ресурсам о тренировках и адаптированную городскую среду .**

ПРОБЛЕМЫ ОТЛОЖЕННОЙ МОТИВАЦИИ

Большинством любителей в начале движет недовольство собой, несоответствие нормативным образцам и проявление проблем со здоровьем.

Общая проблема отложенных утилитарных целей – **потеря мотивации на пути. 8 из 10 не занимающихся спортом прежде пробовали, но бросили.**

Наиболее сильна и устойчива мотивация, связанная с удовольствием от тренировок и расширением круга общения (если человеку удастся найти благодаря занятиям сообщество).

БАРЬЕРЫ

Среди тех, кто не занимается спортом, почти половина хотела бы добавить активности в свою жизнь.

Ключевые барьеры для занятий связаны, по самооценке респондентов, с занятостью, слабой силой воли, плохим самочувствием и возрастом, дефицитом средств.

За этими мотивами стоят в том числе **стереотипы (образ спорта как «насилия над собой» ради отсроченного результата) и дефициты**: инфраструктуры шаговой доступности и удобных для взрослых секций, адаптированных программ для людей зрелого возраста, доступных абонементов.

ВЫВОДЫ

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ*, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В ЛЮБИТЕЛЬСКИЙ СПОРТ И ТРЕНИРОВОЧНУЮ АКТИВНОСТЬ

СОСТОЯНИЕ ЗДОРОВЬЯ

Чем ниже самооценка здоровья, тем реже человек тренируется. Низкая самооценка здоровья в том числе связана со страхом навредить себе или не справиться с тренировками.

Иногда это связано с объективными ограничениями. Но часто – **с дефицитом знаний, адаптированных программ и квалифицированных консультаций и тренеров.**

ДЕТСКИЙ ОПЫТ

Если в семье было принято проводить досуг активно, совместно заниматься спортом, выше шансы, что человек будет вовлечен в тренировки всю жизнь. Развитие семейных форматов спорта и активного досуга помогает не только вовлекать детей в спорт, но и формировать привычку.

Образ спорта как принуждения часто родом из детства – с урока физкультуры, где ученик получил опыт спорта как сдачи нормативов или из спортивной секции с культурой достижений. Важна смена акцента в детском спорте – от норматива и отбора лучших к формированию любви к активному досугу и привычки к повседневной активности.

ВОЗРАСТ

Чем старше человек, тем меньше шансов, что он занимается регулярными тренировками.

Это происходит из-за:

- ⊕ **дефицита доступных форматов для людей зрелого возраста,** адаптированных фитнес-программ;
- ⊕ **отсутствия культурной нормы и психологических барьеров у людей зрелого возраста** (ассоциация спорта с занятием для молодых, ощущение, что в секциях может заниматься только молодежь и т.д.).

СРЕДА

Чем более развита инфраструктура и городская среда для занятий спортом (клубы, секции, городские площадки, дорожки) тем больше возможностей и «подталкиваний», стимулов к тренировкам. **Если работодатель практикует специальные программы для вовлечения сотрудников в спорт,** доля занимающихся выше, а мотивация более устойчива. Среда, где есть **горизонтальные связи и самоорганизация,** сама втягивает людей в спортивные занятия. Одно из решений – в поддержке культуры самоорганизующихся спортивных сообществ.

ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

1. Рассчитано на основе вопроса о том, что спорт дает занимающемуся: «Выберите то высказывание, которое наиболее близко вам. Если вам в одинаковой степени подходит несколько высказываний – отметьте все. Сегодня для меня спорт – это ... ». Варианты ответа:
... здоровье, сохранение активности, подвижности, лечение болезней
... хорошее времяпрепровождение, досуг, время для себя, удовольствие от процесса
... тонус, физическая привлекательность. Мне важен результат – рос
... улучшение моих показателей, борьба с самим собой, возможность д
... спорт – это просто мой стиль жизни, неотъемлемая часть моего об
... общение, досуг с друзьями, семьей, коллегами, возможность прове
... соревнование. Мне нравится сравнивать свои результаты с другим
Другое
Затрудняюсь ответить/отказ от ответа
2. Fitness Trends 2021: New Trends in Fitness [Global Report] // <https://runrepeat.com/fitness-trends>
3. Бурдые П. Программа для социологии спорта // Начала. Сборник текстов. М., Socio-Logos, 1994. // URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/3045>
4. В оригинале джентрификация – преобразование непрестижных городских территорий в районы для среднего и высшего класса с постепенным вытеснением местных жителей. Относительно спорта – развитие коммерческой составляющей (плата за участие в тренировках или соревнованиях, пользование инфраструктурой, возрастание требований к экипировке), что делает спорт менее доступным
5. Адельфинский А. Назло рекордам. Опыт исследования массового спорта // М., Дело, 2018.
6. State of Running-2019 [Global Report] // URL: <https://runrepeat.com/state-of-running>
7. State of Ultra Running-2019 // URL: <https://runrepeat.com/state-of-ultra-running>
8. По данным оператора фискальных данных OFD.ru // URL: <https://ofd.ru/smi-onas/prodazhi-shakhmat-v-rossii-vyrosli-pochti-na-50-posle-vykhoda-seriala-khod-korolevy>
9. Хоркина Н.А. Калинин А.М. Национальные программы по стимулированию здорового образа жизни // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. - №8. – с.53-59

КОМАНДА ПРОЕКТА

МАКУШЕВА МАРИЯ – РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Партнер, директор по развитию исследовательского направления ЦСП «Платформа»
makusheva@pltf.ru
makushevam@gmail.com

ЛИСИЦИН ДМИТРИЙ

Независимый исследователь

ЯЦКОВА ДАРИНА

Ведущий аналитик ЦСП «Платформа»

ЗОТОВА ВАРВАРА

Независимый исследователь

ДУБИНИНА ДАРЬЯ

Ассистент-аналитик ЦСП «Платформа»

МИКАЧЕВА АННА

Ассистент-аналитик ЦСП «Платформа»

