

Научно-методический журнал

РЕГИОНАЛЬНАЯ ШКОЛА УПРАВЛЕНИЯ

Сегодня в номере

Приоритеты государственной политики
в области воспитания и социализации детей
в практике образовательного кластера
Аксайского района (Стратегия развития
воспитания в Российской Федерации до 2025 г.)

2021

№ 4

Ростов-на-Дону



Я не сомневаюсь, что в Аксайском районе у женского футбола замечательные перспективы. Думаю, что через несколько лет во дворах будут гонять в футбол не только мальчишки, но и девчонки, которые не уступят им в сноровке и ловкости.

**ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ МАССОВОГО СПОРТА СРЕДИ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ
АКСАЙСКОГО РАЙОНА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
(На примере работы МБУ ДО «Юность»
по продвижению ВФСК ГТО через Instagram)**

Л.Н. Котина

Чтобы оставаться на одном месте, нужно бежать, а чтобы двигаться вперед, нужно бежать очень быстро.

Гармоничное и всестороннее развитие личности, воспитание патриотизма и гражданственности, улучшение качества жизни граждан – основные задачи проводимой государственной политики в области развития массового спорта. И комплекс ГТО здесь занимает особое место. Именно поэтому в современной России актуальным является популяризация ГТО среди населения в возрасте от 6 до 18 лет.

Бесспорным преимуществом в продвижении ГТО в детской и молодежной среде обладают социальные сети, поскольку они обеспечивают выход на целевую аудиторию и знакомят с особенностями и историей ГТО, информацией о нормативно-правовой базе, рекомендациями, сведениями о последовательности необходимых действиях для выполнения нормативов и получения знака отличия ГТО.

Популяризация ГТО через социальные сети имеет несколько направлений:

- Продвижение идей ГТО среди детей и молодежи.
- Привлечение к движению ГТО школьников.
- Создание общества единомышленников, формирование коммуникаций.
- Формирование у подрастающего поколения мотивации для занятий спортом и потребности в ведении здорового образа жизни.
- Информирование о спортивных событиях района.

Ожидаемые результаты:

- Увеличение количества детей в возрасте от 6 до 18 лет, участвующих в движении ГТО.
- Социализация через общение единомышленников между собой в группе и организация свободного времени учащихся.
- Повышение уровня мотивации детей и подростков к занятиям спортом.
- Развитие творческой и проектной деятельности школьников в рамках проведения конкурсов различной тематики и акций.

Преимущества выбранной стратегии популяризации ГТО:

- Малозатратность проекта при максимальном использовании информационно-коммуникационных технологий.
- Возможность привлечения неограниченного количества участников.
- Проект не имеет даты окончания.

Для достижения максимального вовлечения населения в «тему» важно не просто создать страницу, профиль или тематическую группу, но и грамотно продвигать, набирая активность аккаунта.

Основные этапы реализации проекта

Первый этап – непосредственно создание аккаунта.

Instagram – одна из популярных на сегодняшний день социальных сетей. Это не только площадка для бизнеса, но и для тестирования новых идей и направлений. Если правильно оформить аккаунт, публиковать качественный контент и с помощью всевозможных техник продвигать аккаунт, то можно добиться значимых результатов. Для старта необходимо сделать несколько шагов.

1 шаг. Переход на бизнес-аккаунт.

Цель: получение статистики о количестве посещений профиля, переходов по ссылкам или на сайт, звонков и писем. Благодаря статистике можно увидеть возрастной диапазон подписчиков, пол, активность по дням недели и часам, а также какие темы контента вызывают наибольший интерес у подписчиков аккаунта.

2 шаг. Анализ целевой аудитории.

Важно конкретизировать целевую аудиторию, определить возрастные показатели и интересы потенциальных подписчиков.

3 шаг. Создание контент-плана и его публикация.

Контент-план – это планирование выхода постов и «stories» в зависимости от целей и потребности информирования своей целевой аудитории. Мо-

жет составляться на неделю или месяц и определяет частотность и время выхода, содержит в себе рубрикатор.

Контентом можно привлечь внимание потенциального подписчика при соблюдении ряда правил:

- тексты поста должны быть адаптированы под аудиторию, а именно изложение должно быть понятным, неформальным, информационным и актуальным. Обязательные требования к текстам – уникальность не менее 90 % и грамотность;

- использование «#» – хэштегов (высокочастотных, среднечастотных и низкочастотных) официальных ВФСК ГТО и для навигации по темам, которые затрагиваются в аккаунте;

- установка геолокации;

- качественные фотографии, видео, баннеры.

Важно помнить, что есть всего 20 секунд для того, чтобы убедить человека подписаться на вас.

4 шаг. Привлечение целевой аудитории.

Есть два способа привлечения аудитории. *Бесплатное* (работа с базами контактов, лайки и подписки, проведение информационно-рекламной кампании для привлечения возможных партнеров, заинтересованных лиц и спонсоров для участия в проекте через взаимопиар, городские паблики, блогеров) и *платное* привлечение (таргетированная реклама).

Вторым этапом реализации проекта является создание сайта или Landing page.

Цель: информирование, ответы на часто задаваемые вопросы, возможность зарегистрироваться, ознакомиться с нормативными документами и также получить обратную связь.

Один из возможных путей посещения сайта – это переход из социальных сетей.

Третий этап – проведение запланированных мероприятий.

Анонсируемые в социальных сетях мероприятия должны проходить в указанные сроки.

Для решения задач стратегии популяризации ГТО обязательным будет ведение прямых эфиров в социальных сетях с мероприятий, наполнение аккаунта актуальным фото- и видеоконтентом, вовлечение целевой аудитории в обсуждение и ее мотивирование для участия в последующих мероприятиях.

Подведение промежуточных итогов реализации проекта.

Поскольку популяризация массового спорта через социальные сети не имеет временных пределов, то подводить можно лишь промежуточные итоги.

Цель: выявить недостатки работы, определить перспективные направления, провести анализ эффективности работы. На основании сделанных выводов внести коррективы в этапы реализации стратегии популяризации ГТО через социальные сети.

Сохранение и укрепление здоровья подрастающего поколения – основная задача российского общества на современном историческом этапе. Ориентация на формирование здорового образа жизни детей прослеживается как в законодательстве Российской Федерации, так и в национальных проектах и программах.

Современные технологии массовых коммуникаций в настоящее время становятся проводником социальных и культурных ценностей, формируют представления о мире и расставляют приоритеты. Еще несколько лет назад мы и представить не могли, что сможем продвигать идеи, выбирая целевую аудиторию по определенным параметрам. И было бы неверным не использовать возможности социальных сетей в целях популяризации спорта в двух взаимосвязанных направлениях: в сфере профессиональных достижений, и в области массового спорта.