

**Истягина-Елисеева Елена Александровна**

канд. ист. наук, директор

ФГБУ «Государственный музей спорта»

Министерства спорта России

г. Москва

## **ПРОПАГАНДА ВСЕРОССИЙСКОГО ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА «ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ» В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

***Аннотация:** в данной статье затрагивается тема продвижения здорового образа жизни среди молодежи. Рассмотрены основные особенности Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО). Перечислены этапы внедрения комплекса ГТО. Отмечены стандартные каналы пропаганды ГТО. Автором раскрыто понятие «спортивное наследие». В работе особое внимание уделено формату спортивных музеев. Исследователем дано описание квесту как одному из перспективных форматов пропаганды ГТО.*

***Ключевые слова:** комплекс ГТО, пропаганда, спорт.*

Средства физической культуры и спорта, а также спортивное наследие, влияют на процесс самопознания и самосовершенствования, на формирование воли, нравственно-этическое, и в социальном аспекте – гражданское и патриотическое воспитание молодого человека. Важным фактором продвижения ЗОЖ среди населения, особенно молодежи, является разработка и внедрение Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО).

В настоящее время осуществляется организационно-экспериментальная апробация внедрения Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО), которая проводится в 12 субъектах Российской Федерации с 1 сентября 2014 г.

Внедрение комплекса ГТО осуществляется в три этапа. На первом, организационно-экспериментальном этапе формируется необходимая нормативно-правовая база комплекса ГТО на федеральном и региональном уровне. В 2016 году,

на втором этапе – комплекс ГТО внедряется среди обучающихся всех образовательных организаций, а также других категорий населения в отдельных субъектах РФ, а на третьем этапе, с 2017 года, начнется внедрение комплекса ГТО среди всех категорий населения во всех регионах страны.

Несомненный пропагандистский посыл в настоящее время имеет тот факт, что за последние несколько лет выстроена система проведения физкультурных мероприятий, в которую вовлечены разные категории населения: школьники, студенты, дети и подростки, занимающиеся физической культурой и спортом в спортивных клубах по месту жительства, трудящиеся и пенсионеры. Еще в 2014 году было снято 3 пропагандистских ролика «ГТО», которые ФАС признал социальной рекламой.

В настоящее время всероссийские пропагандистские конкурсы и акции Минспорта России достаточно востребованы сегодня у целевых аудиторий, поэтому Минспорт России в 2015 году расширил круг участников данных мероприятий. Среди «новичков» – фитнес-клубы (Всероссийский конкурс, направленный на продвижение Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) «Фитнес-калейдоскоп») и спортивные семьи (Всероссийский конкурс с трансляцией на телеканале финальных стартов «Спортивная семья»).

В 2015–2016 гг. Минспорт России усилил работу по вовлечению граждан Российской Федерации в систематические занятия физической культурой и массовым спортом путем организации непрерывного проведения массовых информационно-просветительских и пропагандистских кампаний, рассчитанных на различные целевые аудитории: День физкультурника, «Спортивная семья», «Займись спортом! Навстречу комплексу ГТО», «Я выбираю спорт!», «Зарядка с чемпионом», «Фитнес-калейдоскоп», «Лучший урок письма», а также активизировать работу со средствами массовой информации регионального и федерального уровней в вопросах пропаганды физической культуры и спорта.

Среди стандартных каналов пропаганды следует перечислить: телевидение и радио (социальная реклама, художественные фильмы, просветительские передачи на тему ГТО и спортивного наследия в целом); печать (газеты и журналы, плакаты и открытки, пропагандирующие спорт или посвященные знаковым событиям и фигурам прошлого); наружная реклама (рекламные щиты и растяжки, уличные экраны и т. п.); интернет (сайты спортивных мероприятий и акций, сайты музеев спорта, сайт ВФСК «ГТО» *gto.ru*).

Под спортивным наследием, являющимся частью культурного наследия России, понимается совокупность материальных и духовных ценностей, созданных в ходе спортивных состязаний, мероприятий спортивной работы, самой биографией спортсменов и организаторов спорта, и имеющих значение для сохранения и развития отечественного спорта. У спортивного наследия есть материальная основа, формирующая национальную историко-культурную среду в области спорта и представленная недвижимыми (действующими и мемориальными) спортивными объектами, так и нематериальная, включающая в себя непосредственно спортивные достижения, память о них и связанный с этими достижениями патриотический/эмоциональный подъем.

Особое место в этом контексте занимают профильные музеи, поскольку спортивный музей не только является местом хранения спортивного наследия, пропаганды физической культуры и спорта вообще (и ГТО в частности), но играет важную роль в формировании национальной историко-культурной среды.

Современный музей – это культурное пространство, которое открыто для самых разных возрастных аудиторий. К каждой из них требуется определенный подход, необходимый для понятного, яркого, всестороннего представления музейного продукта. Если двадцать лет назад экскурсий и лекций вполне хватало для работы и с детской, и со взрослой аудиторией, то в 1990-е гг. в музейном сообществе появляется понимание того, что традиционных форм работы недостаточно для привлечения посетителя. Особое внимание работников музеев было направлено на детей, т.к. организованные школьные группы – основные посетители музея, и именно для них было разработано и внедрено множество

образовательных и игровых программ. Но предложения для возрастных категорий оставались скудными и недостаточными. Конечно, причины, по которым люди 20–40 лет посещают музей реже, чем дети и подростки, могут сильно различаться – от интенсивного ритма жизни и до непривлекательности самого музея. Тем не менее, стоило разобраться с тем, на что музей в силах повлиять – с качеством и оригинальностью собственных программ.

Одним из наиболее перспективных форматов пропаганды ГТО для детско-юношеской аудитории является формат квеста. В Музее спорта была разработана уникальная квест-игра «Золотой знак ГТО» для детей 6–12 лет с целью популяризации современного комплекса ГТО. Цель игры – воспитание у младших школьников интереса и потребности к сдаче норм ГТО.

Игра представляет собой 10 игровых маршрутов по залам музея. Каждый маршрут посвящен одному из нормативов комплекса ГТО II ступени для соответствующего возраста и состоит из 4 вопросов. Ответив правильно на все вопросы, участники узнают нормативы ГТО на Золотой знак по одному из видов испытаний.

В начале игры ведущие с помощью презентации знакомят участников с историей и структурой комплекса ГТО, с экспозицией музея и правилами игры, затем раздают командам маршрутные листы. Один маршрут предназначен для команды из 3–4 человек, таким образом, одновременно в игре могут принимать участие до 40 человек.

После прохождения маршрутов все команды собираются вместе и представляют свои ответы. Для этого ведущие с помощью презентации задают командам вопросы по содержанию маршрутов. Когда все ответы найдены, команды под руководством ведущих награждаются грамотами.

В Музее спорта также регулярно проводятся творческие вечера и встречи со знаменитыми спортсменами – например, акция «Экскурсия со спортсменом», в которой среди прочих приняли участие многократная чемпионка мира, России и Олимпийских игр по конькобежному спорту Светлана Журова и шорт-трекист Семен Елистратов, Олимпийский чемпион и Заслуженный мастер спорта России.

Такой формат примечателен тем, что посетители таких экскурсий в буквальном смысле слова прикасаются к истории спорта, становятся ее частью, могут даже взаимодействовать с ней (задать вопрос спортсмену, сфотографироваться, взять автограф и т. д.).

### ***Список литературы***

1. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kdm44.ru/pages/patriotpr-2016–2020.html> (дата обращения: 01.12.2015).
2. Истягина-Елисеева Е.А. Анализ отношения россиян к здоровому образу жизни, физической культуре и спорту / Е.А. Истягина-Елисеева // Вестник спортивной истории. – 2015. – №1. – С. 34–41.
3. Истягина-Елисеева Е.А. Комплекс ГТО в период 1930–1940 гг. как средство патриотического воспитания молодежи в Советской России / Е.А. Истягина-Елисеева // Вестник спортивной истории. – 2015. – №2. – С. 23–28.
4. Истягина-Елисеева Е.А. Социальные аспекты управления спортивно-историческим наследием Российской Федерации / Е.А. Истягина-Елисеева // Вестник спортивной науки. – 2013. – №6. – С. 52–57.
5. Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации «Госпатриотпрограмма.рф». Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gospatriotprogramma.ru/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program-/the-concept-of-patriotic-education-of-citizens-of-the-russian-federation.php/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program-/> (дата обращения: 01.12.2015).
6. Сайт Правительства России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/16621/> (дата обращения: 01.12.2015).