



Svet  
Evropske unije

Bruselj, 3. maj 2019  
(OR. en)

8801/1/19  
REV 1

**SPORT 50**

**DOPIS**

---

Pošiljatelj:	generalni sekretariat Sveta
Prejemnik:	Odbor stalnih predstavnikov/Svet
Zadeva:	Večja udeležba otrok in mladih v športu v Evropi 21. stoletja – orientacijska razprava

---

Predsedstvo je po posvetovanju z Delovno skupino za šport pripravilo priloženi dokument za razpravo, ki bo podlaga za orientacijsko razpravo na zasedanju Sveta za izobraževanje, mladino, kulturo in šport 22. in 23. maja 2019.

**Večja udeležba otrok in mladih v športu v Evropi 21. stoletja**

Športno udejstvovanje omogoča številne nedvomne koristi, tako na individualni kot na družbeni ravni. Kljub temu statistični podatki kažejo, da se v povprečju *interes za takšno udejstvovanje v EU zmanjšuje*, čeprav se na tem področju razmere v državah članicah razlikujejo. Skoraj četrtina mladih Evropejcev (15 do 24 let) se ne ukvarja z nobenim športom in ne telovadi; delež neaktivnih mladih se je v obdobju 2009–2017<sup>1</sup> povečal za sedem odstotnih točk. Vzroki za dejstvo, da se otroci in mladi ne ukvarjajo aktivno s športom, so številni. V tem dokumentu je predstavljenih več dejavnikov, da bi lahko razumeli tudi morebiten vpliv sedanjih trendov na športno udejstvovanje v 21. stoletju.

Najprej je treba povedati, da je lahko *konkurenca na „trgu za prosti čas“*, ki vpliva na to, kako otroci in mladi preživljajo prosti čas, zelo močna, še posebej zaradi pritiska razvedrilnega in predvsem digitalnega sektorja. Tehnološki napredek omogoča boljše povezave s širokopasovno hitrostjo, zato otroke in mlade vse bolj privlači preživljanje prostega časa doma (npr. računalniške igrice, gledanje avdiovizualnih vsebin in/ali interakcija z njimi), zato je mogoče pričakovati, da bodo takšne aktivnosti v prihodnosti še bolj privlačne<sup>2</sup>. Tehnologija lahko otrokom in mladim zagotavlja tudi nove možnosti za preživljanje prostega časa (npr. gledanje športnih dogodkov) in boljše izkušnje z obstoječimi, kar se dogaja tudi v zvezi z različnimi oblikami kulturnega udejstvovanja (npr. kino, direktni prenosi predstav, kulturni spomeniki), ki so priljubljene med mladimi v EU<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Posebni raziskavi Eurobarometra o športu in telesni aktivnosti 334 (2010) in 472 (2018).

<sup>2</sup> López Sintas, J., Rojas de Francisco, L., & García Álvarez, E. (2017). *Home-based digital leisure: Doing the same leisure activities, but digital*. (Prostočasne digitalne aktivnosti doma: enake prostočasne aktivnosti, vendar v digitalni obliki) Cogent Social Sciences, <http://dx.doi.org/10.1080/23311886.2017.1309741>

<sup>3</sup> Eurostat (2017), *Culture statistics - cultural participation by socioeconomic background* (Statistični podatki na področju kulture – kulturno udejstvovanje in socialno-ekonomsko ozadje).

Nasprotno pa **šport še naprej omogoča „analogno“ izkušnjo**, katere privlačnost je odvisna od dostopnosti in kakovosti športnih objektov in zmogljivosti ter socialne interakcije s soigralci in zadevnim športnim osebjem. Vse naprednejše tehnologije virtualne resničnosti bi lahko v prihodnosti omogočile nastanek novih športov, ki bi vključevali tudi fizično aktivnost, vendar je trenutno njihov vpliv v najboljšem primeru zanemarljiv. Zato kljub temu, da imajo raznolike aktivnosti za preživljanje prostega časa pozitivno vlogo v osebnem razvoju otrok in mladih, obstaja nevarnost, da se bo vloga športa v 21. stoletju tozadevno zmanjšala.

Hkrati so **stroški, povezani s športnim udejstvovanjem**, odločilen dejavnik, ki vpliva na raven sodelovanja v športnih aktivnostih, ne glede na starost udeležencev. Stopnja prispevkov, ki jih morajo športni klubi zahtevati od svojih članov za izvajanje vsakodnevnih aktivnosti in celo naložb, namesto da bi imeli dostop do javnega financiranja ali zajamčenih zasebnih sponzorskih sredstev, lahko vpliva na to, da posameznik med različnimi športnimi aktivnostmi izbere določeni šport. To velja tudi v neorganiziranih športnih okoljih, kjer so stroški zelo pomembni, saj jih običajno v celoti krije posameznik.

V „ekonomiji športa“ je treba upoštevati tudi vpliv njegove vse večje **komercializacije**<sup>4</sup>. Po eni strani je elitni šport deležen velike medijske pozornosti. To ustvarja dohodek, hkrati pa lahko tudi spodbudi ljudi, zlasti otroke, k določeni športni aktivnosti. Po drugi strani pa se lahko v primeru, če je preveč pozornosti namenjene komercialnim vidikom, športne organizacije bolj usmerjajo v dobičkonosno iskanje mladih talentov za najvišje športne nivoje in se manj ukvarjajo z družbeno in vzgojno vlogo športa<sup>5</sup>.

K temu, da bi množični šport učinkoviteje spodbujal k športnemu udejstvovanju, bi lahko prispevali mehanizmi finančne solidarnosti med elitnim in množičnim športom. Glede na sedanje razvojne trende je treba v okviru preprečevanja upadanja športnega udejstvovanja v vsakem primeru analizirati potrebe po usklajevanju prihodnjih programov na področju elitnega in množičnega športa.

---

<sup>4</sup> Čeprav je svetovni trg športnih dogodkov v letu 2017 predstavljal 91 milijard dolarjev, naj bi se še povečal, v obdobju 2017–2021v naj bi skupna letna stopnja rasti znašala 3,6 % UNCTAD (2018), *Competition issues in the sale of audiovisual rights for major sporting events* (Konkurenčni vidiki prodaje avdiovizualnih pravic za najpomembnejše športne dogodke), na voljo na: <https://bit.ly/2PoJysq>

<sup>5</sup> Pogodba o delovanju Evropske unije, člen 165(1).

Drugo vprašanje, ki ga je treba obravnavati v tej razpravi, pa se nanaša na **navade in profil sedanjih generacij otrok in mladih**, še zlasti na njihove motivacijo za športno udejstvovanje. Iz rezultatov kvalitativnih raziskav je razvidno, da se otroci in mladi zanimajo za športne dejavnosti, ker spodbujajo družbene interakcije in podporo, pomagajo pri uravnavanju telesne teže in so predvsem vir zadovoljstva. Slednje še zlasti velja v primerih, kjer ni velikega pritiska, da je treba tekrovati in zmagati<sup>6</sup>.

Poleg tega je za prihajajoče generacije mladih značilno – čeprav je zagotovo potrebnih več socioloških raziskav na tem področju –, da ne spremljajo samo uveljavljenih športnih dejavnosti, ampak tudi tiste, ki se šele pojavljajo<sup>7</sup>. V tem kontekstu je treba razumeti, v kolikšni meri je evropski športni trg dejansko odprt za nove športne akterje, da bi povečali sedanje možnosti za spodbujanje prihodnjih generacij mladih k večji aktivnosti.

Pomemben del razprave je zagotovo treba nameniti demografskim skupinam, za katere je na splošno značilna nizka udeležba v športnih aktivnostih, zlasti **deklicam in mladim ženskam ter osebam z oviranostmi**. Ukrepi na ravni EU in držav članic, v katerih bi bila posebna pozornost namenjena tem skupinam, bi lahko prihodnje generacije mladih Evropejcev spodbudili k večji aktivnosti.

---

<sup>6</sup> Allender, S. et al. (2006), *Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: a review of qualitative studies* (Razumevanje sodelovanja otrok in odraslih v športnih in fizičnih aktivnostih: pregled kvalitativnih študij), Health Education Research, Vol. 21, no. 6, pp. 826-835

<sup>7</sup> *Changing the game: How gen Z is redefining sports, consumption & sponsorship*, 2018 (Igra se spreminja: kako generacija Z na novo opredeljuje šport, potrošnjo in sponzorstvo, 2018) Poročilo je na voljo [tukaj](#).

Ministri so pozvani, naj izrazijo svoja stališča glede elementov, predstavljenih v tem dokumentu, da bi podprli izmenjavo dobrih praks in morebitnih političnih rešitev, ki lahko prispevajo k boljši športni ozaveščenosti in športnemu udejstvovanju evropske mladine. Da bi zagotovili nekaj smernic za nadaljnje razprave, smo pripravili naslednja vprašanja:

1. Kako bi lahko javni organi in športna gibanja sodelovali na ravni EU in držav članic, da bi otroke in mlade močneje spodbudili k športnemu udejstvovanju?
2. Katere ukrepe bi lahko sprejeli na ravni EU, da bi izboljšali povezave med elitnim in množičnim športom ter na ta način bolje podprli družbeno in vzgojno vlogo športa?