乐见高校运动选修课走新又走心

本报记者 高玲玲

【背景】

近年来,减脂课、爬树课等新奇选修课叫好又叫座,成为了高校行走的招生简章,高校学生的“需求”越来越多元,而课程设置也在跟随着“变化”而变化。

最近,北大有一门“神奇的”课程走红,通过该课程,三分之一的学生减重5%以上,半数腰围降低5公分以上。同样在浙江,杭州电子科技大学开设了全新课程“爬树课”,浙江大学开设了水上瑜伽课,许多网友羡慕地“求网课”“求旁听”“求跨校选课”……这门课不光是本校学生的“心头好”,还吸引了大量校外粉丝。

核心观点

高校运动选修课站在大学生的立场,正视需求,把大学生“引过来”“留下来”,让知识“传下去”。真正打破教室“围墙”,打造适合他们的健康生活方式。

仔细观察不难发现,这些运动课都有一个共同的热点,就是有“实料”、有“干货”。任课教师既要把学生“引过来”,更要把学生“留下来”、让知识“传下去”。

边减肥边修学分,甩肉越多成绩越高,这不是健身房的私教课,而是北京大学开设的课程《体能提升:运动与膳食》。其实,北京大学开设的“减脂课”并非特例。在全国包括南京农业大学、天津大学、浙江工商大学等多所高校也曾开设。

科学健身课程不仅对学生有益,同时也在“倒逼”学校调整教学方式,进一步提升教学水平。

首先,课程打破教室“围墙”,让专业教师走下讲台、走进学生中间、走到体育场馆,以实践课的形式开展。其次,由于学生的身体素质和健康情况各有不同,教师既要发现共性问题,又要关注到每一名个体,及时进行个性化指导,这就需要教师足够细致耐心,具有充足的专业储备,在课程设计和内容打造上多下功夫。

选修课的“走红”其实是因为契合了当下不少年轻人都有的身材焦虑问题。除了少数确实肥胖、超重人群,有很多年轻人的身材焦虑并不是因为不健康,而是为了迎合“白幼瘦”的审美。个别走极端的年轻人甚至还因为减肥引发了厌食症等问题。

并非基于身体健康的身材焦虑是需要改变的,然而,如何改变却成了一个难题,毕竟导致这个心态的成因是复杂的。如果只是单方面的“说教”,让年轻人摆正心态,不要身材焦虑,身体健康就好,不仅会让年轻人觉得“爹味儿”十足,而且还有可能激起逆反心态。

高校开设的课程不仅有专业人士授课,而且是系统讲解,正好填补了上述“乱象”中的空白。如果上课的学生之间再组成“减肥搭子”,采用同伴激励的方式,更能起到事半功倍的效果。而且,在专业人士的指导下,表面上是在减肥,其实学校正是以此为契机,教会他们打造适合自己的健康生活方式。

需要提醒的是,爆红的运动课,还得长红。不能图一时热闹,跟风开设“网红课”,重形式轻内容,只冠个新奇的名称,缺乏扎实的教学水平支撑,难免被学生视作“能划水”“混学分”的“水课”,沦为昙花一现。

一项赛事与一座城市,何以共荣共成长?!

(上接1版)

“柴古唐斯是国内首个提供热食的越野赛主办方。”柴古唐斯括苍越野赛创始人之一、临海市登山协会会长陈东辉说。对于一项赛事来说,体验感是非常重要的,作为本就热爱山野的志愿者,他们最懂选手需要什么。

十年间,不仅参与柴古唐斯的选手逐年增长,服务这项赛事的志愿者也从刚开始的七十余人增长到一千五百多人。在茫茫暮色中,选手们跨越村庄,奔向群山。然而,这段路途却并不寂寞,欢快的歌声沿途响起、当地老奶奶将红薯干端上、志愿者将热茶递来、老百姓的加油声此起彼伏……音乐、美食、呐喊这些都成为了选手们奔向终点的动力。

大到比赛流程,小到厕所安置,在柴古唐斯的路上,任何一处细节都能服务到参赛选手的心坎。不少参加过多届柴古的选手,这两年来了之后就会感叹:“柴古唐斯进步好大。”这就得益于运营团队将赛事的“内控”不断细化,不仅做到井井有条,也让这项越野赛事精致得像被“天鹅绒”包裹。

“跑友出了报名费,柴古唐斯来提供最极致的服务,天经地义。”在薛迎春看来,她自己对运营这项赛事的定位就是地地道道的服务业。“精品化”的服务,也是柴古唐斯将广大越野爱好者“留下”的关键。

共荣发展,赛事与城市伴生

从2015年至今,柴古唐斯的发展意义不仅局限于规模与影响力,这项越野赛事也与临海这座城市的发展同频共振。十年间,作为柴古唐斯赛事起终点的临海古长城景区,一路从3A到5A,这里也从原先的游客不多,到现在的摩肩接踵,柴古唐斯正在让临海的城市面貌、基础设施、文化影响借助赛事不断嬗变。

柴古唐斯团队很早就对前来参赛的选手们做过“画像”。经过调研,参加柴古唐斯赛事的选手普遍年龄在30岁到40岁左右,60%—70%为男性,以北上广深一线城市从事金融业为主的白领阶层,且年收入均在三十万到五十万左右。这些参赛选手来到临海之后,每个人每天所消费的金额都在3000元左右,而这对于临海当地的旅游经济来说是一股不小的增量。

作为精英选手之一,参加过多届赛事的闫龙飞感叹于每年来到临海,看到这座城市的变化“从最开始鲜有人知道,到现在每个人都津津乐道。比赛期间坐出租车,司机都会问我是不是来参加越野赛的,要不要把我送到起点”。闫龙飞表示,就连当地酒店都会提早提供早餐,还会自发派车将我们送到起点,看得出这座城市的吃、住、行等各行业都在与这场赛事进行联动,这让他们这些跑友也更乐于在这里消费。

正是这样的全城联动,也造就了柴古唐斯非常高的用户“粘性”。陈东辉介绍,不少选手不仅是在赛事期间旅游,他们还会在不同的月份带着跑团前来临海训练,或者每逢节假日带着家人来旅游。对于他们来说,临海已经成为户外休闲的目的地。

此外,不仅是经济发展,柴古唐斯这项赛事也带动着临海城市精神面貌的提升。薛迎春还向记者举了一个生动的例子,这几年她办赛期间来到临海,会发现无数人在跑步,很多人哪怕不是参赛选手,也会自发在大街小巷跑步来响应赛事。

“一荣俱荣,临海是柴古唐斯的‘根’,并且山地资源丰富,天时地利人和。”薛迎春表示,希望通过三到五年的努力,将临海打造成真正意义上的越野之城,让这项赛事能够继续带动这座城市各方面取得正向赋能。

多面布局,“小众”赛事成为范本

从小众到爆款,柴古唐斯近十年来实现了跨越式的发展,而其商业价值也在一路水涨船高。据了解,柴古唐斯赛事的运营资金来自于报名费、政府引导资金以及赞助商投资三方面,目前赛事举办资金已经从2015年由报名费占大头,到现在大部分由近四十家赞助商资金负担,实现了自我造血。

与此同时,柴古唐斯这项赛事也在不断“进化”。据了解,今年的柴古唐斯将从“越野赛”一跃成为“越野季”。比赛将从10月开始预热,到11月正式的“赛事周”,将利用举办地括苍山当地独有的地理特点,以一场别开生面的“人车挑战赛”来拉开帷幕,此后在经历户外运动展、高峰论坛、图片展、音乐节等配套活动后,才会开始今年柴古唐斯的正赛,而在正赛结束之后,还将举办越野儿童赛,在比赛结束后还将会举办城市旅游推荐及赛事分享,让这项赛事高潮迭起。

除此,柴古唐斯也在今年开始走出临海、走出浙江,通过复制与创新不断拓展“越野版图”。前不久,2024熊猫蜀道山超级越野赛在四川彭州举行,而这项赛事,实际上正是柴古唐斯的“兄弟”。与“柴古唐斯”取自台州方言一样,“蜀道山”也是取自四川方言“数到三”,其中包含了深厚的文化内涵,这场比赛也不出所料与柴古唐斯一样,受到了各方热捧。

成功向外迈出第一步,薛迎春表示其中秘诀正是这项赛事与当地文化产生“灵魂共鸣”的结果。而这也正是一项赛事能否在当地扎根的关键。“办一场比赛,不仅是一项体育的活动,更是一场文化的交融”薛迎春认为,如果体育赛事只呈现体育,那么这项赛事注定是走不长的。通过赛事的举办,能够将当地的一些文化底蕴,人文风采深挖出来,这项赛事才能够真正的在当地扎根,才能实现持续运营。如果是单独将柴古唐斯生搬硬套到某一个地方,那么这项赛事对于当地终究只是“舶来品”,不会被广泛接受。

薛迎春希冀,通过三到五年的努力,柴古唐斯赛事真正实现国际化,重点是打通东南亚市场,境外的精英选手占比在20%—30%左右,在更国际化的同时也让这项赛事更欢乐、更多元、更专业。