

Инструменты продвижения паралимпийского движения в России

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Корехова Ксения Алексеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: 99ksenia@bk.ru

Паралимпийский спорт зародился в мире в 1880-ых годах. После Второй мировой войны немецкий врач, Людвиг Гуттман, бежавший в Англию от нацизма, разработал новый режим лечения людей с травмами спинного мозга, в котором он утверждал, что спорт является неотъемлемой частью реабилитации, что послужило началу развития такого понятия как "паралимпийское движение". С течением времени стали проводиться соревнования среди лиц с ограниченными возможностями здоровья, а благодаря Людвигу Гуттману, паралимпийское движение вышло на мировой уровень - в 1960 году прошли первые Паралимпийские Игры, главный старт для спортсменов с инвалидностью.

Каждый год паралимпийское движение в мире набирает обороты: так, Паралимпийские Игры, которые проходили в Рио-де-Жанейро в 2016 году посетило больше болельщиков, чем прошедшие перед ними Олимпийские Игры. Помимо развития спортивной составляющей для людей с ограниченными возможностями здоровья, совершенствуются технологии: создаются высокотехнологичные протезы, инвалидные коляски, спортивные стадионы адаптируют к тренировочным и соревновательным программам паратлетов.

Последние несколько лет во всем мире существуют тренды на снижение дискриминации в обществе, толерантность, здоровый образ жизни. Несмотря на то, что к людям с ограниченными возможностями здоровья усилилось внимание, в системе паралимпийского движения имеются организационные, управленческие, методические и другие трудности и проблемы, из-за которых, оно становится труднодоступным и неэффективным для очень многих людей.

Если рассматривать продвижение личности спортсмена-паратлета в мире, то на данный момент в западных странах данный процесс идентичен продвижению обычных спортсменов - со звездами спорта работают мировые бренды, создаются коллаборации, записываются и выпускаются подкасты ("Equal Too") и видеоролики на YouTube, о паратлетах снимают фильмы, например, в 2020 году вышел фильм "Rising Phoenix" от Netflix.

Также на Западе существует целая индустрия непосредственно по повышению узнаваемости личности спортсмена с инвалидностью в обществе: различные коммуникационные агентства, которые отвечают за социальные сети и пиар паратлетов.

Говоря о развитии данного движения в России, можно сказать, что прогресс не стоит на месте, но, к сожалению, мы очень сильно отстаем от других стран: начиная с не приспособленной инфраструктуры спортивных арен и стадионов и заканчивая полным отсутствием системы продвижения, повышения узнаваемости спортсменов с ограниченными возможностями здоровья.

На сегодняшний день, я считаю, что российскому паралимпийскому движению необходимо по примеру западных стран начать свое развитие. Наша паралимпийская сборная является одной из сильнейших в мире, а о достижениях этих ребят никто не знает. Национальные СМИ и журналисты могут взять на вооружение данную историю, ведь новое поколение растет в обществе, где люди против дискриминации, спортсмены с инвалидностью - отличный пример для реализации данного направления в России. В свою очередь, самим спортсменам очень не хватает поддержки национальных болельщиков.

Летом 2021 года в России впервые велись телетрансляции Паралимпийских Игр, благодаря чему многие россияне узнали о существовании таких соревнований. Я очень надеялась, что Зимние Игры 2022 в Пекине снова приведут к популяризации паралимпийского движения в нашей стране, но, к сожалению, сегодня (03.03.2022) нашу паралимпийскую сборную отстранили от участия в Играх.

Данное решение Международного Паралимпийского Комитета противоречит «Хартии паралимпийского движения», а также абсолютно не влияет на популяризацию данного движения в России. Наоборот, с отстранением наших сборных от участия в международных соревнованиях серьезно снижается заинтересованность населения в спорте в целом.

Я считаю, что необходимо мобилизовать силы коммуникационного сообщества России, чтобы, в первую очередь, поддержать спортсменов. Далее, используя различные инструменты продвижения, основываясь на укреплении имиджа именитых российских атлетов, изучив опыт западных агентств по продвижению паратлетов, начать его реализацию в России.

Во-первых, на оффлайн-соревнованиях приглашенными гостями могут быть не только спортсмены-олимпийцы, но и паралимпийцы, таким образом, по их примеру дети-инвалиды возможно захотят посвятить свою жизнь спорту, что положительно сказывается на развитии паралимпийского движения в стране.

Во-вторых, в социальных сетях и изданиях СМИ необходимо увеличить количество контента, посвященного нашим паратлетам. На данный момент про паратлетов говорят только во время Паралимпийских Игр - крайне низкий показатель для развития движения.

В-третьих, помимо существующих каналов коммуникации с аудиторией, необходимо открывать новые. Так, например, можно сделать серию подкастов с паралимпийцами, взять видео-интервью у спортсменов, их тренеров, родителей. Рассказать населению, как люди с ограниченными возможностями здоровья строят свою карьеру в спорте.

Таким образом, активировав существующие каналы коммуникации с аудиторией и создавая новые, паралимпийское движение в России сможет выйти на новый уровень.

Источники и литература

- 1) Виноградов П.А., Столов И.И., Душанин А.П. Физическая культура и спорт в России в преддверии XXI века (проблемы и опыт). / П.А.Виноградов, И.И.Столов, А.П.Душанин. – Красноярск, 1999. – 292 с.
- 2) Маркетинг в спорте. / Дж.Бич, С.Чедвик. – Москва: Альпина Паблишерз, 2010. – 706 с.
- 3) Позднышев, Е. В. Имидж спортсмена: Паблик рилейнз в спорте. Научно-методическое издание. Часть 1. / Е.В. Позднышев. – Киев: Изд-во «ЧПП», 2003. – 102 с.
- 4) Schultcz, B. Sports Media Planning, Production and Reporting. / B. Schultcz. – Oxford, 2005.