

Продвижение социальных инициатив в сфере спорта в российском медиапространстве

Научный руководитель – Мудрик Светлана Владимировна

Соколова Полина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: p89609926568@yandex.ru

В России благотворительная деятельность становится все более популярной — об этом свидетельствуют исследования благотворительной организации Charities Aid Foundation. По данным Всемирного индекса благотворительности на 2023 год, Россия занимала лишь 102 место, а в 2024 году поднялась на 35 строчку. С ростом интереса к благотворительной деятельности растет и число благотворительных фондов, многие из которых связаны со спортивной тематикой [2]. Например, фонд #БольшеЧемМожешь, «Жизнь в движении», фонд Тимченко, фонд Кириленко, Благотворительный фонд развития массового спорта.

Также в ноябре 2024 года Forbes представил результаты исследования консалтинговой компании OKS Labs, проведенного совместно с крупнейшими билетными операторами — «Яндекс Афишей», Kassir.ru и МТС Live. По данным этого исследования, к концу 2024 года объем продаж билетов на спортивные мероприятия увеличится на 26% по сравнению с 2023 годом. По мнению аналитиков, в 2025 году спортивная индустрия может рассчитывать на прирост в 17% [1]. Это свидетельствует о безусловном росте интереса аудитории к спортивным мероприятиям. И такой рост — хорошая возможность для продвижения социальных инициатив через спортивные проекты.

Однако на пути продвижения социальных инициатив в сфере спорта в российском медиапространстве есть ряд барьеров, которые составляют проблематику исследования, — недостаточное освещение в медиапространстве, низкая вовлеченность целевой аудитории и ограниченное финансирование [3]. Цель исследования заключается в следующем: выявить наиболее эффективные способы и инструменты продвижения социальных инициатив в сфере спорта. Для исследования используется метод анализа контента в социальных медиа. Исследование основано на концепциях социальной инклюзии и применения PR-технологий для продвижения благотворительных проектов. Основными теоретиками являются М. Кастельс (теория сетевого общества), Э. Роджерс (теория диффузии инноваций) и П. Бурдье (теория символического капитала).

На основе анализа публикаций в социальных сетях «ВКонтакте», Youtube и Telegram социальных инициатив «Будущее зависит от тебя», #БольшеЧемМожешь, «Доброфон» за 2023-2024 гг. удалось выявить следующие способы продвижения социальных инициатив в сфере спорта: 1) освещение очных мероприятий в социальных сетях; 2) привлечение амбассадоров; 3) продвижение через дополнительные площадки партнеров и спонсоров; 4) продвижение через спецпроекты с медийными личностями; 5) создание фирменного мерча.

Наиболее эффективные способы продвижения — освещение очных мероприятий в социальных сетях и взаимодействие через дополнительные площадки партнеров. Например, в рамках совместной инициативы благотворительной программы «ДоброFON» и Континентальной хоккейной лиги (КХЛ) «Доброфура два брендированных грузовика отправились с Запада и Востока России. Они останавливались в городах, где проводились хоккейные матчи, и организовывали различные благотворительные акции. Мероприятие освещалось

в социальных сетях КХЛ и хоккейных клубов-партнеров. Например, за счет репоста поста в Telegram-канале КХЛ с промежуточными итогами акции удалось увеличить количество просмотров на 26 500. Также благотворительный фонд #БольшеЧемМожешь организует благотворительные забеги, а информация о них размещается на площадках партнеров и в социальных сетях амбассадоров. В забеге, который проводился в октябре 2023 года приняли участие 600 человек. Из всех участников только 20% — люди с инвалидностью. Остальные — благотворители.

Социальные инициативы в спорте становятся важным инструментом повышения осведомленности о благотворительности. Их успех напрямую зависит от эффективного освещения в медиа, вовлечения партнеров и создания эмоционально сильного контента.

Источники и литература

- 1) В 2024 году рынок развлекательных и спортивных мероприятий достигнет 227 млрд рублей // Forbes URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/525910-v-2024-godu-rynok-razvlekatel-nyh-i-sportivnyh-meropriyatij-dostignet-227-mlrd-rublej> (дата обращения: 15.02.2025).
- 2) Галимов, А.М. Особенности благотворительной деятельности в области спорта в России / А.М. Галимов, Г.Ф. Агеева // Наука и спорт: современные тенденции. – 2021. – Т. 9, № 1. – С. 82-88. DOI: 10.36028/2308- 8826-2021-9-1-82-88
- 3) Темичева, Е. В. Практика благотворительных фондов в зеркале российских СМИ / Е. В. Темичева // ВЕСТН. МОСК. УН-ТА. СЕР. 10. ЖУРНАЛИСТИКА. 2. — 2012. — № 5. — С. 134-145.