

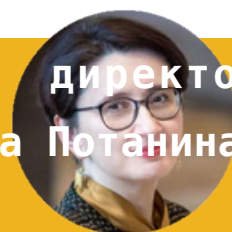
Спорт и общество. Социальные эффекты спортивных проектов

Скачать Резолюцию	Читать на iPad
---------------------------------------	------------------------------------

*По данным опроса ЦСП «Платформа», 58% россиян заявляют о том, что занимаются спортом. В большинстве своем, они делают это не ради спортивных достижений – соревновательный мотив вторичен. Все большее значение приобретает **спорт как инструмент позитивной трансформации общества.***

Вопрос о том, как увеличить социальный эффект спорта, обсуждался на круглом столе, проведенном Благотворительным фондом Владимира Потанина и Центром социального проектирования «Платформа» в рамках форума SportForumLive. В обсуждении приняли участие представители спортивного бизнеса, медиа, благотворительного сектора, спортсмены и спортивные менеджеры, а также исследователи-социологи. Мероприятие промодерировал спортивный комментатор Георгий Черданцев. Представляем основные итоги экспертной дискуссии.

**Оксана Орачева, генеральный директор
Благотворительного фонда Владимира Потанина**



«В широком смысле ценность спорта не вызывает ни у кого сомнений, но мы редко смотрим на его социокультурную составляющую. Спорт – это универсальный язык, снимающий социальные барьеры. Как и культура, он позволяет нам общаться, не имея единого языка. Сегодня нам важно продвигать социальный спорт и привлекать к нему внимание не только со стороны НКО, но также со стороны профессионалов

Основные выводы и рекомендации

Все больше людей в России **выбирают спорт** (по данным исследования ЦСП «Платформа», 58% совершеннолетних заявляют, что регулярно занимаются, еще 20% – хотели бы).

Существенную роль в вовлечении в спорт играют **социальные мотивы**. Людям более важно быть примером для своих друзей и родственников (16%), общение, знакомства (7%), чем желание побеждать слабости (6%), соревноваться с другими (3%), достигать спортивных результатов (2%).

Спорт – это не только красивое тело, хорошее самочувствие и победы, но и социальные эффекты: адаптация и инклюзия людей с ограниченными возможностями; снятие барьеров между различными группами, снижение межгрупповой напряженности; замещение вредных привычек, снижение преступности; развитие социальных навыков; создание позитивно ориентированных сообществ; развитие территорий, в том числе экономическое.

Растущая социальная роль спорта **требует дополнительного осмысления**, обсуждения и учета при реализации Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года.

Работа со спортом как с инструментом социальных изменений не может быть зоной ответственности одного субъекта. **Важно равноправное вовлечение всех стейкхолдеров:** бизнеса, государственной и муниципальной власти, образовательных учреждений, лидеров и участников спортивных сообществ, профессиональных спортсменов и представителей СМИ.

Особую роль в развитии спорта как социального института играют СМИ. Сейчас они больше внимания уделяют соревновательной составляющей. Важно способствовать

сокращению дистанции между СМИ и социальным спортом. Пospособствовать этому может вовлечение известных спортсменов, а также ведущих спортивных организаций, включая крупные профессиональные лиги.

Неоценимая роль спорта в адаптации и инклюзии людей с ограниченными возможностями требует **институциональной поддержки**. Важно способствовать развитию терапевтического спорта на государственном уровне.

На федеральном уровне спорт может стать частью **общей социальной политики страны**. Выбор между спортом высших достижений и спортом как ресурсом развития общества – это не альтернатива. Статус спортивной державы, популярность большого спорта в российском обществе – не препятствие, а благоприятный фактор для развития социального спорта.

Спорт как ресурс развития общества

Социальный престиж спорта растет – по данным исследования, проведенного Центром социального проектирования «Платформа» 58% опрошенных россиян заявили, что занимаются спортом и физической активностью не реже одного раза в неделю.

Мария Макушева, генеральный директор ЦСП
«Платформа»



«Сегодня происходит «спортизация» повседневности. В моде – элементы изначально спортивной одежды переходят в разряд будничных. Под влиянием запроса занимающихся спортом меняется городская среда, а под влиянием городской среды кто-то задумывается об изменении образа жизни. Спорт, фитнес, забота о теле – становятся частью образа современного горожанина. В том, что 58% опрошенных сказали,

что уделяют время каким-либо тренировкам раз в неделю или чаще, есть и доля лукавства. Но даже это лукавство говорит о том, что спорт становится все более социально желательным занятием»

При этом **ориентация на соревновательность является для взрослой аудитории нишевой** – о ее важности говорят только несколько процентов респондентов.

ДЛЯ ЧЕГО ЛЮДЯМ СПОРТ?



Спорт – это не только забота о теле, но и часть социального опыта, самореализации. Люди инициативно объединяются, чтобы вместе решать проблемы любительского спорта – организовывать секции, мероприятия.

Мария Макушева, генеральный директор ЦСП «Платформа»

«Такие сообщества изначально включают наиболее активных людей, готовых самостоятельно решать проблемы и создавать среду. Они часто выходят за рамки спорта и начинают социальные инициативы, например, запускают инклюзивные проекты». Структура, внутренняя динамика неформальных сообществ делает их агентами социальных изменений»

Запрос общества на спорт как источник позитивных изменений находит отклик со стороны спортивной сферы. **Возникают и развиваются социальные спортивные инициативы:** бег, совмещенный со сбором мусора (плоггинг), преобразование городских территорий за счет установки спортплощадок, терапевтические программы реабилитации детей-инвалидов и многие другие. Согласно [исследованию](#), проведенному Фондом Потанина и «Платформой», выделяется **7 основных социальных эффектов спорта:**

адаптация и инклюзия людей с ограниченными возможностями (спорт как терапия);

снятие социальных барьеров между различными группами, снижение социальной напряженности;

замещение вредных привычек, снижение преступности;

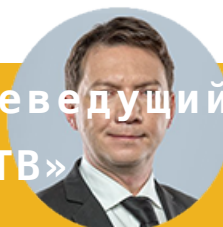
развитие социальных навыков через спорт (например, коммуникативных);

создание позитивно ориентированных сообществ;

развитие территорий, в т.ч. экономическое;

решение фундаментальных мировых проблем (например, спорт как миротворческий инструмент).

**Георгий Черданцев, телеведущий,
комментатор телеканала «Матч ТВ»**



«Мы, спортивные комментаторы, болельщики зачастую понимаем спорт как профессиональную, набитую деньгами индустрию, где люди бьются за титулы, кубки и медали. А страны борются за лидерство в медальном зачете на Олимпийских играх. Но при этом мы забываем, что спорт, помимо всего прочего, это еще и повседневная обычная жизнь. Спорт – это часть общества, и он может многое ему дать»

В ходе дискуссии эксперты пришли к выводу, что для увеличения социального эффекта спорта необходимо **солидарное участие всех**

ключевых стейкхолдеров: государства, бизнеса, медиа, благотворительного сектора. Решение этой задачи предполагает ряд практических шагов по нескольким направлениям.

Социальный спорт и государство

В числе отмеченных проблем – **межведомственное взаимодействие**. Различные структуры, связанные со сферами, в которых возникают социальные эффекты спорта (например, культура, образование, здравоохранение), слабо связаны между собой. Возникает вопрос о механизме межведомственного взаимодействия для управления социальными эффектами. Такой механизм налажен, например, в Великобритании.

С государством организаторы спортивных проектов и лидеры сообществ сталкиваются в основном в лице региональных и чаще – муниципальных властей. Проблема в том, что **муниципалитеты не имеют достаточных полномочий, ресурсов и компетенций**. Часто это приводит к торможению развития социального спорта на местах или даже к блокировке. Особенно острая проблема – доступ к инфраструктуре, который иногда приходится буквально завоевывать.

Дмитрий Булкин, бывший футболист сборной России

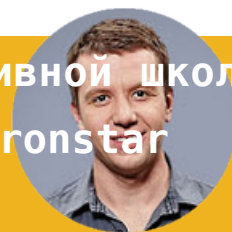


«Единственное футбольное поле в центре Москвы – дворовый стадион имени Качалина, было сохранено и реконструировано при содействии профессиональных футболистов. Возникла точка притяжения, играют и общаются разные группы: дети, подростки, взрослые, пожилые. Но поначалу никто не знал, что делать: куда писать, с кем общаться, у кого получать разрешение. Сейчас этот опыт хотят внедрить и другие районы Москвы»

Было высказано мнение о возможности расширения практики региональных грантов муниципалитетам для развития социального спорта.

Также важна **концептуальная проработка социальных эффектов спорта на уровне регионов**, конкуренция регионов и их самостоятельная ответственность за развитие социального спорта. Спорт может стать сильным ресурсом, в том числе экономического развития региона. Через развитие спортивных практик можно укрепить бренд, усилить турпоток. Примером является работа администрации Калининградской области, которая сделала ставку на развитие спортивной инфраструктуры общего доступа, что резко увеличило туристическую привлекательность региона.

**Максим Журило, создатель спортивной школы
I Love Supersport, сооснователь Ironstar**



«Если регион не проводит марафоны, его хуже знают на федеральном уровне. Важна и ответственность самих регионов, ведь благодаря спорту определенный регион может стать привлекательным для туристов и самостоятельно развивать себя»

Социальный спорт и бизнес

Одной из ключевых проблем развития социального спорта является **нахождение баланса между ролью государства и бизнеса**. Запрос на государственную поддержку высок, но есть и опасение того, что оно зарегулирует сферу. Чем больше институционально участвует государство, тем меньше пространства для частной инициативы. Если государство становится провайдером спортивных услуг, то у активных людей, которые хотели бы строить свой личный проект, будут проблемы – рынок окажется занят.

Максим Журило, создатель спортивной школы I Love Supersport, сооснователь Ironstar

«В некоторых странах государство почти не участвует в массовом спорте. Например, в Норвегии вся спортивная политика держится на общественных инициативах. На другом полюсе – Китай, где все государственное. Нам надо определиться, ближе к какому полюсу должны быть мы»

Также отмечена проблема **недостаточной емкости рынка в малых городах**, что затрудняет социальное предпринимательство в спортивной сфере. Там слишком мало людей, чтобы делать масштабные проекты.

Социальный спорт и медиа

Один из барьеров развития социальных спортивных проектов является **ориентация спортивных СМИ на освещение спорта высших достижений**. Например, крупному федеральному изданию малоинтересно писать про мероприятие, в котором участвует несколько сот человек – именно они, с высокой степенью вероятности, и окажутся ключевой аудиторией.

Павел Садков, заместитель главного редактора медиагруппы «Комсомольская правда»



«В спорте существует проблема дистанции. Между муниципалитетом и активистами – дистанция, между журналистами и спортивными организациями – тоже дистанция. Сократить ее можно, сделав открытыми спортсменов высших достижений. Олимпийцы существуют на государственный счет. Давайте пропишем в их контрактах, что они должны общаться с людьми»

Сокращение этой дистанции возможно через **повышение социальной ответственности самих СМИ**. Эффективным оказывается партнерство с крупными устоявшимися структурами в сфере благотворительности.

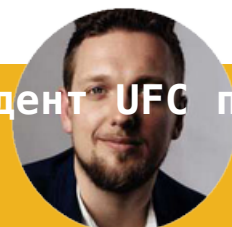
Ксения Соловьева, главный редактор Vogue Russia



«Я являюсь послом Специальной Олимпиады. Сегодня глянец стал уделять большое внимание социальной проблематике. Люди с особенностями развития и ментальными нарушениями долгое время были изолированы в информационной среде – это сформировало множество мифов, которые мы начинаем разрушать. Только так мы сможем построить открытое и инклюзивное общество»

Кроме того, **спорт сам часто выступает в роли медиа**. Крупные спортивные лиги сопоставимы по своим возможностям с ведущими СМИ, а часто и превосходят их. Партнерство между лигами, популярными спортсменами и социальными проектами может вывести продвижение социального спорта на новый уровень: как с точки зрения интереса публики, так и с точки зрения качества коммуникаций. **Социальные проекты можно продвигать через возможности лиг**. Кроме того, они могут перенимать передовые практики в области маркетинга и управления коммуникациями.

Андрей Громковский, вице-президент UFC по России и СНГ



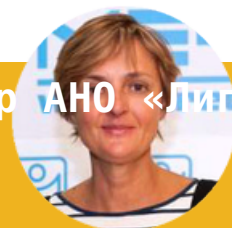
«Традиционно люди занимаются спортом меньше, чем смотрят спортивный контент. Спорт – это в том числе индустрия медиа и развлечений. 90% зрителей смотрят спортивные соревнования

в записи, выбирают короткие фрагменты, интересуются историями спортсменов. В популяризации социального спорта должны быть также задействованы герои спорта высших достижений – через их истории к теме можно привлечь больше внимания»

Социальный спорт и третий сектор

Людам с особенностями развития спорт жизненно необходим. Поэтому терапевтический спорт и адаптивная физкультура – неотъемлемая часть деятельности организаций, работающих с людьми с ограниченными возможностями.

Наталья Белоголовцева, директор АНО «Лига мечты»



«Сложнокоординированные виды спорта являются жизненно необходимыми для людей с тяжелыми заболеваниями. Сегодня в наших проектах задействованы жители 41 региона России, потому что мы сумели доказать: занимаясь спортом, люди с инвалидностью могут не только лечиться, но и социализироваться, жить нормальной жизнью. Только объединившись с НКО, государственными структурами и социальными проектами, все вместе мы можем вывести социальный спорт на новый уровень, а Россия может стать центром инклюзивного международного туризма»

Проблемой является упомянутая слабая обеспеченность муниципалитетов: как инфраструктурой, так и человеческими кадрами. Квалифицированных тренеров не хватает, у муниципалитетов нет возможностей их готовить.



Егор Лебедев, генеральный директор Специальной Олимпиады России

«Глобальная цель Специальной Олимпиады – организация регулярных тренировок для лиц с индивидуальными нарушениями. Мы получаем полную поддержку федеральных властей, но проблема в том, что на муниципальном уровне не все знают о нашем движении. Спортивные программы для расширения возможностей людей с особенностями должны стать важной частью регионального развития»

Эксперты заявили о важности поддержки терапевтического спорта на государственном уровне. Одна из задач – создание на спортивных объектах условий для занятия людей с особенностями развития. Для этого в штате должны быть обученные специалисты; специализированное оборудование; проводиться соревнования для людей с особенностями для распространения массового социального спорта.

Список участников:

Наталья Белоголовцева	Директор АНО «Лига мечты»
Дмитрий Булкин	общественный деятель, бывший футболист сборной России
Андрей Громковский	вице-президент UFC (Ultimate Fighting Challenge) по России и СНГ
Максим Журило	сооснователь спортивной школы I love Supersport
Егор Лебедев	генеральный директор Специальной Олимпиады России

Дмитрий Лисицин	руководитель Координационного центра Экспертного совета по малым территориям
Мария Макушева	генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа»
Оксана Орачева	генеральный директор Благотворительного фонда Владимира Потанина
Павел Садков	заместитель главного редактора медиагруппы «Комсомольская правда»
Ксения Соловьева	главный редактор Vogue Russia
Георгий Черданцев	спортивный комментатор телеканала Матч ТВ

Фотогалерея:

