

*Спорт в России есть, а значит, должен быть и спортивный PR, и он действительно обнаруживается в нашей стране. Да только вот уровень его развития чрезвычайно низок, считает Ксения ПОТАПОВА, консультант в области связей с общественностью (Санкт-Петербург).*

Российский спортивный PR развивается спонтанно и "в силу необходимости". Тому есть несколько причин. Первая и основная - отсутствие профессиональных кадров. Ближайшее к Москве место, где можно получить диплом по этой специальности, - Лондон, а "серьезных" русскоязычных материалов по данной тематике нет вообще. По мнению сотрудников комитета по физической культуре и спорту (КФИС) Санкт-Петербурга, PR в спорте зачастую управляют люди, которые еще вчера продвигали нефтяную компанию или сеть гипермаркетов. Проблема тут в том, что теоретических знаний, даже помноженных на серьезный профессиональный опыт, но в другой сфере, может оказаться явно недостаточно. Для того, чтобы работать в спортивном PR, нужно не только любить спорт, но и хорошо, досконально его знать.

В компании "Открытый Санкт-Петербург. Спортивный маркетинг и менеджмент" считают, что на ситуацию влияет и то, что практически весь "большой спорт" в России - государственный, его финансируют преимущественно госкомпании, но при этом о PR там забывают.

Наконец, третья причина - это недостаточный интерес к спортивному PR со стороны профессионального сообщества. Общение с коллегами показало, что под "PR в области спорта" они подразумевают нишу корпоративных спортивных мероприятий или такие крупнейшие проекты, как Олимпийские игры. Некоторые профильные агентства специально указывают, что занимаются спортивным маркетингом и работой со спонсорами, но не спортивным PR. Ряд коллег из агентств общей практики отмечают, что ни разу не вели клиентов, чей проект был бы связан со спортом.

Всю статью читайте на Профессиональном PR-портале "[Советник](#)"