

Коммуникационное сопровождение деятельности Международной Федерации конного спорта

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Васильева Ксения Андреевна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: Ksusharik-v@yandex.ru

Спортивная организация - это повсеместное, влиятельное, сложное и ограниченное общество, которое существует не в вакууме, а оказывает влияние как на внутреннюю, так и на внешнюю аудиторию. Членство и участие в спортивной организации осуществляется и поддерживается коммуникативно. Коммуникативные функции заключаются в том, чтобы формировать и наполнять смыслом общественный спортивный опыт. По этой причине можно утверждать, что спортивная организация представляет собой коммуникативно богатое место, которое заслуживает внимания исследователей в области коммуникации.

Международная Федерация конного спорта - важнейшая ассоциация для мирового конного спорта. В базе Федерации зарегистрировано 272 000 лошадей, 102 000 спортсменов, 9 300 профессионалов (судьи, дизайнеры, стюарды, ветеринары, делегаты) из разных стран [3]. На данный момент FEI активно развивается, запускает новые проекты и использует множество современных технологий для поддержания контакта с аудиторией и формирования своей репутации как главной ассоциации для представителей конного спорта во всех странах.

Проведение мероприятий - неотъемлемая часть функционирования спортивной индустрии. Организация спортивных мероприятий имеет свою специфику с точки зрения продвижения и привлечения посетителей. Грамотный пиар проводимых событий позволяет превратить их в один из самых прибыльных и востребованных «товаров» на современном рынке. Популярность шоу, матчей и Олимпийских игр обусловлена следующими факторами [1]: большая аудитория; внимание болельщиков к конкретным командам и участникам; высокий уровень эмоциональности, получаемый за счёт соревновательного характера; патриотизм, обусловленный поддержкой «своих» спортсменов; разнообразие видов спорта, позволяющее выбрать наиболее интересный вариант практически для всех категорий населения. PR-технологии активно используются для привлечения внимания аудитории, СМИ, спонсоров, самих участников к спортивным мероприятиям.

В 2019 году FEI было проведено 4708 международных мероприятий. Более того, в годовом отчёте подсчитано 530 миллионов показов по всем каналам, 222 миллионов просмотров видеоконтента, более 9,5 миллионов вовлечённых в деятельность федерации пользователей [2]. В качестве основных инструментов, которыми пользуется Международная Федерация конного спорта при подготовке и проведении мероприятий, можно выделить следующие: подготовка анонса и его размещение на Интернет-платформах, освещение подготовки и проведения в Интернет-ресурсах (специализированные СМИ, информационные порталы, социальные сети, вебсайт), выпуск фотоотчётов в вышеизложенных каналах коммуникации. Для публикации качественных фотографий от организатора и иных фотографий от участников, организуются брендированные фотозоны, используемые как для фотосессий, так и для интервью и иных видеосъёмок. Полное видео с соревнований или иных мероприятий публикуется на сайте и YouTube канале FEI.TV. После окончания

крупных соревнований в ходе награждения победителей и призёров распространён конный парад - круг почёта по турнирному полю. Все технические результаты публикуются на вышеприведённых платформах.

Благодаря проведённому исследованию, были выявлены общие рекомендации, применимые также к Национальным федерациям конного спорта, в том числе Федерации конного спорта России.

Источники и литература

- 1) Зайцева Н.В. Подготовка и проведение спортивно-массовых мероприятий: учебно-методическое пособие / Н.В. Зайцева, Е.Е. Кошеливская. – Магадан, 2017. – 104 с.
- 2) FEI Annual Report: <https://inside.fei.org/fei/about-fei/publications/fei-annual-report/2019/feiworl dof sport/>
- 3) FEI database: <https://data.fei.org/Default.aspx>