

Событийный менеджмент Чемпионата России по бальным танцам

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Абрамян Анаит Артуровна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: Anaitik1999@yandex.ru

В настоящей работе будут проанализированы ключевые аспекты событийного маркетинга в спортивных бальных танцах.

Актуальность данного исследования заключается в том, что спортивная культура как событие и залог здорового образа жизни активно продвигаются в средствах массовой информации, в соответствующих передачах наподобие «Танцев со звездами», конкурсах, фильмах и т.д. Одновременно с этим бальные танцы на сегодняшний день все же нельзя считать достаточно востребованным спортом, что обусловлено в том числе низким качеством коммуникационного сопровождения ключевых мероприятий. В данном случае бальные танцы следует отличать от других востребованных направлений танцевального искусства, которые активно продвигаются в средствах массовой информации, прежде всего на телевидении. В качестве примера такого проекта можно привести шоу «Танцы» на ТНТ, но данные проекты поддерживают именно современные, а не классические направления танцев.

Спортивные бальные танцы включают в себя 10 парных танцев, которые разбиты на европейскую (медленный вальс, квикстеп, венский вальс, танго, медленный фокстрот) и латиноамериканскую (самба, ча-ча-ча, румба, джайв, пасодобль) программу. История бальных танцев как спортивной дисциплины началась в СССР. В 1980-е гг. были созданы первые профессиональные и любительские организации бальных танцев. В 1988 году учреждается Ассоциация профессиональных исполнителей и учителей бального танца (АПИУБТ) и Ассоциация бального танца (АБТ СССР). После распада Советского Союза АБТ СССР была преобразована в Русский танцевальный союз (РТС), а АПИУБТ - в Федерацию танцевального спорта России (ФТСР), впоследствии реорганизованную в Всероссийскую федерацию танцевального спорта и акробатического рок-н-ролла ФТСАРР.

В 2017 году ФТСАРР решением Олимпийского комитета России была принята в члены ОКР, что подчеркивает ее статус и положение в системе профессионального спорта. На данный момент в Федерацию входят 70 региональных общественных танцевальных федераций, более 75 000 спортсменов, 3500 судей и тренеров. Также в составе Федерации выделяется 7 комитетов: комитет танцевального спорта, региональный, тренерский, спортивный, судейский, образовательный комитет, а также комитет массового спорта.

В данной работе внимание сосредоточено на Чемпионате России по бальным танцам ФТСАРР, в котором принимают участие профессиональные спортсмены, прошедшие региональный отбор. В каждом городе, где проводятся региональные чемпионаты, выбираются 24 лучшие пары, которые получают возможность принять участие в соревнованиях в рамках российского первенства.

Представляется актуальным и необходимым разработать предложения по совершенствованию коммуникационного сопровождения крупнейших мероприятий, проводимых ФТСАРР. В качестве одного из важнейших недостатков информационной поддержки необходимо выделить также отсутствие внимания к достижениям победителей Чемпионата России. Победители этих соревнований получают возможность выступить на Чемпи-

онатах Европы и Мира, но победы на мировом уровне не получают достаточного внимания со стороны средств массовой информации.

Источники и литература

- 1) Ломовцева А. В., Новожилова А. А. Спортивно-событийный маркетинг как фактор развития территорий // Спортивный менеджмент: актуальные проблемы, практический опыт и перспективы. – 2020. – С. 76-79.
- 2) Гатиятуллина Д. А. Событийный маркетинг как инструмент территориального маркетинга: теоретическое понимание и особенности практики // Управление устойчивым развитием. – 2019. – №. 1. – С. 40-47.
- 3) Булдакова М. Р., Вахрушева Е. И., Никифорова В. Н. Креативные сценарии в сфере событийного менеджмента на примере деятельности event-агентства «Шахматы» // XLVI итоговая студенческая научная конференция Удмуртского государственного университета. – 2018. – С. 243-246.
- 4) Молчанов А. С., Бенидзе Н. Г. Ивент-менеджмент как основа успеха спортивного мероприятия // Наука-2020. – 2018. – №. 2-1 (18).
- 5) Скороходов С. Н. Методологический анализ спортивного события как объекта управления в экономике спорта (на примере индустрии бокса) // Ученые записки университета им. ПФ Лесгафта. – 2019. – №. 7 (173).
- 6) Бредихин А. Ю. Вехи истории спортивных бальных танцев и тенденции развития танцевальных программ // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – №. 3.
- 7) Дегтярева Е. Ю. Популяризация бальных танцев и перспективы их дальнейшего развития // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – №. 3 (47).