

## **Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»**

### **Коммуникационные стратегии в спорте**

***Пыжъянов Артемий Вадимович***

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский  
факультет, Москва, Россия  
E-mail: artemiy.ru@gmail.com*

Предметом исследования в данной работе являются коммуникационные стратегии в спортивных организациях двух типов – общественных, под которыми в данном случае подразумеваются спортивные федерации, ассоциации, союзы и коммерческие, занятые производством спортивных товаров. Целью анализа станет выделение специфических и основных общих черт коммуникационных стратегии для данных типов организаций.

Общим для коммуникационных стратегий организаций, занятых в сфере спорта независимо коммерческие они или общественные, является использование популярных спортсменов в коммуникационных кампаниях. К стандартным элементам коммуникационных посланий ориентированных на массового потребителя можно отнести внимание к выдающимся качествам личности спортсмена, выделение его ярких специфических черт, особенностей биографии, не только спортивной, на основе которых спортсмен отделяется от соперников. Это позволяет повысить узнаваемость спортсмена, способствует распространению информации среди болельщиков, а также более глубокой личностной вовлеченности в процесс спортивного боленья. Примерами таких характеристик могут служить «сестрички» Дюфур-Лапоинт, «летающий» Джордан и так далее.

Личность и харизма спортсмена – одна из отправных точек для продвижения коммуникационных посланий. В зависимости от специфики аудитории и статуса спортсмена его имидж может включать не только типичные черты личности, проявляющиеся через реализацию его спортивных целей, но и особенности стиля жизни, мировоззренческие установки, что пользуется особой популярностью у аудитории подрастающих спортсменов, так как для данной категории людей звезда спорта является в том числе лидером мнений. Доказательством тому служат многочисленные публикации цитат выдающихся спортсменов и популярность страниц в социальных сетях, посвященных данной тематике.

**Специфика коммуникационных стратегий общественных организаций**

В массовом сознании общественные организации, занимающиеся развитием спорта, с одной стороны представляют интерес для болельщиков как ответственные за спортивные успехи национальных команд, а с другой, как частично зависимые от государственного финансирования, являются объектом пристального внимания к вопросам типичным для любых государственных организаций. Это обуславливает необходимость разъяснения оснований принятых решений в ходе пресс-конференций, с помощью официального сайта и других средств. Важным действием для установления доверительных отношений с аудиторией является своевременное информирование и предоставление доступа к нормативно-правовым документам, планам контролирующих органов, разъяснение специфики действий и зарубежного опыта.

**Специфика коммуникационных стратегий коммерческих организаций**

Одной из важнейших задач производителей спортивных товаров является формирование мнения о высоком качестве продукции. Спонсорство популярных спортсменов, национальных сборных, предоставление экипировки является эффективным способом донесения до аудиторий тезиса о высоком качестве товара. Логика «если используют профессионалы, значит качественно» имеет реальные основания, а дополнение в виде положительных эмоций, вызываемых образом любимой команды или спортсмена, а также чувство сопричастности вносит дополнительный вклад в эффективность коммуникационной стратегии (2). Примерами могут служить такие бренды как Nike, поддерживающая знаменитых спортсменов среди которых Кобе Брайант, Криштиану Роналду и другие (1). Отечественным примером эффективного спонсорства можно назвать предоставление компанией Columbia боевой, а также олимпийской экипировки Федерации фристайла России (3).

### **Литература**

1. Тангейт Марк : Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara., Альпина Паблишер
2. Robert Goldman, Stephen Papson, Nike Culture: The Sign of the Swoosh, SAGE, 28.12.1998
3. Официальный сайт Федерации фристайла России <http://www.ffr-ski.ru>