А. В. Иванова

Санкт-Петербургский Государственный Университет

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор, Д. П. Гавра

ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА КРУПНЫХ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ

В любой стране, в любое время строительство любого объекта (будь то детская площадка, жилой комплекс или частный дом) не остается без внимания. Оно может лишь отличаться масштабностью, но не отсутствовать. А если новая крыша соседа занимает 80% обсуждений улицы, то, что говорить про крупный спортивный объект, строительство которого требует гораздо больших вложений, имеет множество подводных камней, охватывает несравнимо большую аудиторию и значимо, перспективно не только для компании застройщика, но и для общественности, государства в целом. Ведь развитая спортивная инфраструктура — это не только показатель благополучия и заботы о здоровье населения, но и ряд преимуществ для района, города, государства. Объекты подобного рода как никогда актуальны в нынешнее время, когда спортивный рынок оценивается в $ 700 млрд. и растет быстрее, чем мировой ВВП. Спорт становится мощным экономическим и политическим рычагом. Страны борются за возможность провести на своей территории спортивное мероприятие, ведь это возможность показать свою технологическую, финансовую состоятельность, привлечь туристов, завладеть вниманием значимых мировых СМИ для повышения своей узнаваемости, формирования или изменения имиджа государства.

Для таких значимых целей, с учётом масштабности затрат и степени интереса общественности, с самого начала грамотно и четко выстроенный план коммуникационного сопровождения является залогом получения желаемого результата, а также снижения степени негативного воздействия от возможных кризисных ситуаций. Однако на данный момент эта область не имеет достаточной изученности и требует исследования мирового опыта PR-сопровождения и коммуникационной поддержки строительства и дальнейшего функционирования спортивных объектов. Бенчмаркинг здесь может стать одной из базовых аналитических технологий.