Благодаря развитию технологий, интернета и социальных сетей, продвижение спортивной сферы стало максимально упрощенным, удобным и эффективным. Сейчас спортивная медиакоммуникация играет важную роль в поддержании связи с болельщиками, партнерами и спонсорами, повышении уровня заинтересованности общественности к спортивным событиям и привлечении потенциальной аудитории. В последнее время спрос на любительские соревнования неуклонно растет и количество подобных стартов соответственно тоже увеличивается. Многие из них стали не только самоокупаемыми, но и приносят существенную прибыль организаторам, что в свою очередь мотивирует их делать соревнования максимально привлекательными для участников и спонсоров, выигрывая тем самым конкуренцию у других субъектов этого рынка [1].

Одно из таких мероприятий – массовые забеги на различные дистанции, которые ежегодно проходят во многих странах мира. Число приверженцев здорового образа жизни и регулярно занимающихся спортом постепенно растёт, что напрямую оказывает воздействие на расширение спортивной индустрии [2]. Это одна из причин популярности беговых мероприятий среди граждан. [По данным ВЦИОМ на 2023 год](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sport-dlja-vsekh), на протяжении последних пяти лет бег, спортивная ходьба и легкая атлетика в целом остаются в топе активностей у граждан.

Как известно, спрос рождает предложение, именно поэтому на [2024 год в России запланировано 148 массовых забегов](https://marathonec.ru/calendar-beg/), которые хорошо продаются на медиаплатформах. Также это один из самых энергозатратных и психологически сложных видов физической нагрузки и при этом он требует долговременной кропотливой и довольно монотонной работы над собой. Тем удивительнее, что именно он находит всё больше поклонников в настоящее время, и мы наблюдаем рост участников по всему миру [3]. Люди принимают участие в забегах по разным причинам: преодоление собственных границ, поддержание физической формы, расширение круга общения и проведение досуга. Для многих участие в беговых мероприятиях – способ привлечь внимание к благотворительности. Например, забег «Спорт во благо» поддерживает людей с синдромом Дауна, а «Бегущие сердца» проводится для сбора средств по оказанию реабилитационной помощи людям с опухолями головного и спинного мозга.

Нам особенно интересен Московский марафон – самый массовый забег в России. Марафон входит в Международную ассоциацию марафонов и забегов AIMS и занимает 27 место в престижном рейтинге марафонских соревнований Competition Performance Rankings, составленным Всемирной легкоатлетической ассоциацией (World Athletics).

Для привлечения аудитории организаторы публикуют информацию (помимо сайта) на двух площадках – Telegram (8 тысяч подписчиков), «ВКонтакте» (53 тысячи подписчиков). Контент идентичный в обеих социальных сетях: во время самого забега публикуются видео с лидерами на дистанции, опросы (по типу: «Кто победит?», «Удастся ли кому-то побить рекорд России?»), выкладываются короткие интервью с топовыми марафонцами России и опросы участников, которые делятся впечатлениями от забега. К тому же во время дистанции проводится трансляция в «ВКонтакте», Telegram и на сайте. Комментируют люди, близкие к легкой атлетике. В 2023 году одним из ведущих трансляции был Александр Валегжанин, основатель ютуб-канала «Нелегкая атлетика». Трансляция забега интересна как и тем, чьи родственники/друзья преодолевают марафон, так и любителям легкой атлетики – на дистанции традиционно соревнуются лидеры российского спорта. В периоды «межсезонья» – времени между одним марафоном и другим – в социальные сети публикуют мемы, фотографии с прошедшего старта с подписями-призывом принять участие в следующем забеге и информацию к предстоящему мероприятию. Например, из последнего – в 2024 году организаторы устраивают открытую эстафету для команд вузов. Еще один способ привлечь потенциальную аудиторию как участников, так и зрителей.

Такая коммуникационная стратегия привела к тому, что в 2023 году число зарегистрировавшихся на Московский марафон превысило 38 тысяч человек – абсолютный рекорд по стране. [17 января 2024 года организаторы зафиксировали, что на дистанцию 10 километров раскупили более 25% мест](https://t.me/moscow_marathon/660). Предыдущие два года регистрация на дистанцию закрывалась досрочно летом, и, как прогнозируют организаторы, в 2024 это может случиться раньше.

Литература и источники:

[1] Рыков С. С. ЛЮБИТЕЛЬСКИЕ БЕГОВЫЕ МАРАФОНЫ КАК СОБЫТИЕ: ОРГАНИЗАЦИЯ, КЛАССИФИКАЦИЯ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЭФФЕКТЫ // Вестник ЧГАКИ. 2022. №1 (69).

[2] Рыков Сергей Сергеевич МАРАФОНСКИЙ БЕГ В СИСТЕМЕ ЛЮБИТЕЛЬСКИХ УВЛЕЧЕНИЙ РОССИЯН: СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РЕФЛЕКСИЯ // Челябинский гуманитарий. 2021. №1 (54).

[3] Рыков Сергей Сергеевич МАРАФОНСКИЙ БЕГ В СИСТЕМЕ ЛЮБИТЕЛЬСКИХ УВЛЕЧЕНИЙ РОССИЯН: СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РЕФЛЕКСИЯ // Челябинский гуманитарий. 2021. №1 (54).