

Секция «30.3 Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Специфика продвижения мас-рестлинга

Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович

Хижинский Дмитрий Леонидович

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: dmitrihizinskiy@gmail.com

В докладе предлагается рассмотреть специфику продвижения мас-рестлинга как спортивного шоу в контексте информационной поддержки и публичной репрезентации соревнований. Мас-рестлинг в современных условиях функционирует не только как вид борьбы, но и как медиасобытие, включённое в систему массовой коммуникации.

Современное спортивное шоу характеризуется сочетанием реального соревнования и медиарепрезентации. Д. Роу отмечает, что медиа играют ключевую роль в формировании социального значения спорта, трансформируя соревнование в культурно значимое событие [2]. В этом смысле мас-рестлинг обладает выраженным зрелищным потенциалом: краткий формат поединка, динамичность и визуальная наглядность создают предпосылки для его медиапродвижения.

Анализ практик продвижения в различных странах демонстрирует различие моделей информационной поддержки. В России развитие мас-рестлинга сопровождается деятельностью профильных федераций, регулярным проведением международных турниров и цифровыми трансляциями соревнований. Системность медиаприсутствия способствует формированию устойчивого публичного образа дисциплины. Как подчёркивается в исследованиях спортивного маркетинга, регулярность событий и их медиасопровождение являются ключевыми факторами формирования интереса аудитории [3].

В Монголии продвижение мас-рестлинга интегрировано в национальные культурные мероприятия, что усиливает символический статус спорта. Информационная поддержка строится вокруг культурного контекста и национальной идентичности.

В Кыргызстане значительную роль в популяризации этноспорта сыграли Всемирные игры кочевников. Масштабное медиасопровождение данного события подтверждает эффективность событийного маркетинга как инструмента продвижения спортивных дисциплин [3].

Сравнительный анализ позволяет выделить ключевые элементы специфики продвижения мас-рестлинга: институциональная поддержка, событийный формат, регулярное медиасопровождение и интеграция культурного нарратива в коммуникационную стратегию. В условиях отсутствия системной информационной поддержки публичное присутствие дисциплины остаётся ограниченным.

Таким образом, специфика продвижения мас-рестлинга определяется сочетанием этнокультурной идентичности и современных инструментов медиакоммуникации. Устойчивое развитие дисциплины напрямую связано с качеством её информационной поддержки и стратегическим управлением публичной репрезентацией [1].

Источники и литература

- 1) Мяконьков В. Б., Копылова Т. В., Егорова Н. М. Спортивный маркетинг : учебник для вузов / под общ. ред. В. Б. Мяконькова. М. : Издательство Юрайт, 2023.
- 2) Rowe D. Sport, Culture and the Media : The Unruly Trinity. Maidenhead : Open University Press, 2004.

- 3) Shank M. D., Lyberger M. R. Sports Marketing: A Strategic Perspective. — 5th ed. — New York : Routledge, 2015.