Взаимодействие с болельщиками клуба по хоккею с шайбой как разновидность прямых коммуникаций

***Алина Андреевна Петрова***

***Ульяна Александровна Шишмарёва***

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева

Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

[аlinka.petr2004@mail.ru](mailto:аlinka.petr2004@mail.ru), ulyana\_bogina1308@mail.ru

Хоккей с шайбой остается одним из самых популярных видов спорта в мире. Популярность хоккея с шайбой проявляется не только на профессиональном уровне, но и в любительских лигах, детских спортивных школах и уличных играх. Кроме того, хоккейные соревнования транслируются по телевидению.

Прямая коммуникация – коммуникация, в процессе которой адресант непосредственно передает информацию адресату, контролируя адекватность ее восприятия [6]. Под прямыми коммуникациями понимают непосредственное взаимодействие инициатора с представителями целевой аудитории. В процессе непосредственного общения люди взаимодействуют друг с другом, используя как устные, так и невербальные средства [1].

Прямые коммуникации между болельщиками и сотрудниками хоккейных клубов может иметь различные формы и вестись через разные каналы. Вот несколько способов для взаимодействия клубов с болельщиками.

1. Продажи билетов и абонементов. Болельщики могут приобретать билеты на матчи или сезонные абонементы напрямую у клуба. Клубами предоставляется информация о билетах, о различных способы покупки.

2. Работа магазинов с сувенирами. Клубы имеют официальные магазины, где болельщикам предлагается клубная атрибутика и сувениры. Болельщики могут посещать магазины лично или делать покупки онлайн.

3. Организация интерактивных мероприятий для болельщиков. Хоккейные клубы могут проводить конкурсы для своих болельщиков, встречи с игроками, автограф-сессии, фото- и видеоопросы и т.д.

4. Организация обратной связи. Клубы организуют формы обратной связи для болельщиков: через электронную почту, контактные формы на сайте, через комментарии в социальных сетях или специальные платформы для обратной связи.

Болельщики составляют категорию лиц, заинтересованных в поддержке хоккеистов, играющих в течение сезона. Они содействуют формированию дружеской атмосферы на спортивных аренах. Можно различать два типа хоккейных болельщиков. Первый тип – обычные зрители, посещающие матчи для наблюдения за спортивными состязаниями и поддержания своей команды. Второй тип –сторонники, организованные в фан-группы, которые активно аплодируют, кричат слоганы, бьют в ударные инструменты и всячески поддерживают активность в течение всего матча [5].

«Сокол» – хоккейный клуб города Красноярска, который основан в 1973 году. С 2011 года Высшая хоккейная лига решила допустить «Сокол» к играм [3].

С этого момента по настоящее время команда приобрела масштабный фан-сектор, без которого не обходятся домашние игры клуба. Болельщики доказывают свою преданность через активность в социальных сетях: в сообществе в «ВКонтакте» хоккейного клуба «Сокол» насчитывается 25 тысяч подписчиков. В нём публикуются трансляции матчей, информация во время игр (заброшенные шайбы, удаления и другое), фотографии с матчей, новости команды, обзоры прошедших игр [4].

Клуб имеет Телеграм-канал с 4 тысячами подписчиков, в котором также публикуется вся актуальная информация. Таким образом, клуб пытается постоянно взаимодействовать с фанатами, получая обратную связь [2].

Клуб «Сокол» предоставляет доступ к фан-шопу, где фанаты приобретают сувениры с символикой команды. Клуб заботится о болельщиках между периодами матчей, разыгрывая различные купоны и сертификаты. Проводятся лотереи со значительными призами.

При этом фанаты сталкиваются с ограничениями в финансировании поездок на выездные матчи. Отсутствие поддержки болельщиков во время игры негативно сказывается на ее результативности.

Таким образом, болельщики являются неотъемлемой частью хоккея. Болельщики не только приносят финансовую поддержку, но и создают атмосферу вовлеченности, способствуя повышению морального духа команды.

Прямые коммуникации позволяют клубу установить более тесные связи с болельщиками, узнать их мнения и пожелания. Взаимодействие с болельщиками играет важную роль в формировании клубной культуры и повышении мотивации игроков.

**Литература:**

1. Петрова Е. Виды коммуникации и их особенности // Интернет-портал ООО «Хаг» Human Upgrade: <https://hug.ru/blog/vidy-kommunikatsii/>

2. Официальный Телеграм-канал хоккейного клуба «Сокол»: <https://t.me/krsksokol>

3. Официальный сайт хоккейного клуба «Сокол»: <https://krsksokol.ru/>

4. Официальное сообщество хоккейного клуба «Сокол»: <https://vk.com/hcsokol_krsk>

5. Сайт хоккейной школы «ICE-Profy»: <https://ice-profy.ru/hokkejnye-bolelshhiki/>

6. Словарь финансовых терминов: <https://www.finam.ru/publications/item/pryamaya-kommunikatsiya-20230629-1020/#:~:text=Прямая%20коммуникация%20-%20коммуникация%2C%20в,адресату%2C%20контролируя%20адекватность%20ее%20восприятия>