

■ ■ ■ Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации с аудиториями аэропортов

Кушваху Х.Н., Тараненко А.В.

Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет),
Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена изучению событийной коммуникации, дается определение специальных мероприятий, рассматриваются их цели, задачи, функции, виды, этапы жизненного цикла. Организацией и проведением специальных мероприятий в современных организациях занимаются, как правило, PR-отделы. В работе особое внимание уделено взаимодействию Дирекции по связям с общественностью Международного аэропорта Шереметьево с широкой общественностью и средствами массовой коммуникации. В ходе анализа, который был проведен авторами за период с января по май 2018 года, было выявлено, что специалисты по связям с общественностью аэропорта отдают предпочтение следующим специальным мероприятиям: презентации, выставки, конкурсы, праздники, конференции, интервью, вручение премий. Особое внимание СМИ привлекается за счет участия аэропорта в мероприятиях федерального масштаба, таких как «Тотальный диктант», «Бессмертный полк» и др.

Ключевые слова: специальные мероприятия, событийная коммуникация, связи с общественностью, аэропорт «Шереметьево», целевые группы

Для цитирования: Кушваху Х.Н., Тараненко А.В. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации с аудиториями аэропортов // Коммуникология. 2018. Том 6. №3. С. 42-50. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-3-42-50.

Сведения об авторах: Хуршуд Неждат кызы Кушваху, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» Института иностранных языков Московского авиационного института (национального исследовательского университета); Анна Владимировна Тараненко, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» Института иностранных языков Московского авиационного института (национального исследовательского университета). Адрес: 125993, г. Москва, Волоколамское шоссе, д.4. E-mail: anatar@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 03.06.2018. *Принята к печати:* 13.06.2018.

Специальные мероприятия как основа эффективной коммуникации

Еще великий древнекитайский мыслитель и философ Конфуций писал об интересной особенности человека в процессе восприятия и осмысления поступающей информации. Он отмечал: «Я слышу – и забываю. Я вижу – и помню. Я испытываю – и понимаю». Эта формула актуальна и сегодня. Ее с успехом можно использовать в отношении мероприятий зрелищного характера, направленных на налаживание взаимоотношений с потребителем, для разработки интересных, запоминающихся и эффективных методов воздействия.

Обладая богатейшим арсеналом коммуникативных технологий, приемов и методов, PR-служба организации имеет возможность выстраивать и поддерживать взаимоотношения с целевой аудиторией и широкой общественностью. Особо обратим внимание на то, что в современной практике связей с общественностью смысляется грань между использованием современных и традиционных средств коммуникации [Myers: 18]. Для того, чтобы встроить эффективную PR-коммуникацию с целевой аудиторией в период, когда нет достаточных новостных событий, службы по связям с общественностью организации обращаются к такому приему как специальные мероприятия. Рассмотрим некоторые определения понятия «специальные мероприятия».

Один из классиков Public Relations Эдвард Л. Бернейз отдавал приоритет особым технологиям событийного конструирования. Э. Бернейз полагал, что «консультанты по связям с общественностью должны владеть искусством и мастерством создания таких событий» [Филатова: 25].

И.В. Алешина дает следующее определение: «Специальные события (special events) – это мероприятия, проводимые компанией в целях привлечения внимания общественности к самой компании, её деятельности и продуктам. Спец-события призваны нарушить рутинный и привычный ход жизни в самой компании и окружающей её среде, стать событием для целевых групп общественности» [Алешина: 84].

Филатова О.Г. подчеркивает: «Специальное мероприятие – это спланированное мероприятие (событие, происшествие, акция), инициированное базисным субъектом PR и направленное на достижение прагматических коммуникативных целей данного субъекта, способствующее приращению его публичного капитала» [Филатова: 26]. Именно это определение мы берем за основу в нашем исследовании.

Значение специальных мероприятий для связей с общественностью трудно переоценить. Они благоприятно влияют на многие сферы жизни организации, компании, фирмы: развитие партнерских отношений, в том числе – во внешнеэкономической деятельности.

- привлечение инвестиций (investor relations).
- отношения с органами государственной власти.
- благотворительность и спонсорство.
- формирование доброжелательных отношений с населением, другими организациями и предприятиями, органами власти.
- создание и развитие корпоративной культуры, ее традиций, ритуалов и т.д.

Особое значение специальные мероприятия приобретают в работе со средствами массовой информации, так как создают хорошие возможности прямых и неопосредствованных контактов и знакомств, межличностного общения; способствуют формированию и продвижению привлекательного имиджа организации; обеспечивают хорошие возможности публицити фирмы, ее бренда [Джефкинс, Ядин: 121].

Специальные мероприятия всегда планируются заранее и служат различным целям. Коммуникативные цели могут быть разными: создание новостного повода

для СМИ, формирование благоприятного имиджа, привлечение внимания групп общественности, информирования об изменениях в деятельности компании; привлечение внимания к компании, к марке, создание осведомленности; привлечение инвесторов, меценатов, спонсоров, их мотивирование [Филатова: 26].

Специальные мероприятия также содействует установлению международных связей, привлечению инвестиций, демонстрации социальной ориентации компании, формированию корпоративной культуры [Клименко, Захарова].

Они выполняют две очень важные задачи в PR-деятельности – это постоянное присутствие организации в информационном пространстве и дополнительное привлечение внимания целевых групп и широкой общественности к компании, фирме или ее продукту/услуге. «Для того чтобы специальное мероприятие воздействовало с ожидаемой эффективностью на все релевантные целевые аудитории необходимо разработать концепцию его продвижения...» [Огуда: 85].

К основным функциям специальных мероприятий можно отнести продвижение бренда, торговой марки за счет запоминающегося события; повышение объема продаж на долгосрочный период; яркое открытие продукта (презентация проекта, запуск нового продукта); создание информационного повода для дальнейшей PR-кампании; формирование корпоративной культуры в компании, создание сплоченной команды сотрудников; формирование лояльных групп потребителей [Шумович: 57]. Исследователь Каверина Е.А. считает, что «универсальными чертами специального события являются следующие: предназначенность для трансляции корпоративных посланий; альтернативность повседневной рутине, исключительность, эксклюзивность; постановочный характер, художественная организация происходящего (художественная имитация другой реальности); зрелищность; эмоциональная вовлеченность, интерактивное участие целевых и общественных аудиторий» [Каверина: 82].

Виды специальных мероприятий (опыт «Шереметьево»)

Рассмотрим специальные мероприятия, позволяющие базинму субъекту PR вытраивать коммуникацию целевой аудиторией и щирокой обемтвенностью, проведя полный анализ тех инструментов, которые ипользуются Международным аэропортом Шереметьево.

В последнее время специальные мероприятия стали неотъемлемым инструментом коммуникации многих организаций. В первую очередь – компаний, работающих в сфере услуг. Предприятия аэрокосмической отрасли, в частности аэропорты, не являются исключением. Так, например, в ноябре 2017 года в аэропорту Мадрида появился симпатичный робот, который здоровается с посетителями за руку¹. Это событие сразу нашло отклик на страницах испанских газет. Отметим, что многие современные исследователи придерживаются точки зрения, что «на восприятие современного человека значительное влияние оказы-

¹ Falconi M. Pepper, el robot que hace relaciones públicas en el aeropuerto de España [эл. ресурс]: <https://somosjuventud.byclaro.com.ec>.

вает переизбыток информации и получение этой информации преимущественно из СМИ, а не из практического опыта» [Познин: 139].

PR-подразделения современных российских аэропортов часто используют для привлечения внимания общественности следующие приемы: рассылка пресс-релизов, как внутренней, так и внешней общественности; обновление страниц веб-сайта; распространение информации через социальные сети; проведение конкурсов и викторин среди пассажиров [Lopez, Meza, Rupert: 598]. Дирекция по связям с общественностью Международного аэропорта Шереметьево использует различные виды специальных мероприятий, о чем свидетельствует проведенный анализ мероприятий и их информационного сопровождения за период с января по май включительно 2018 года. Все мероприятия, проводимые на территории аэропорта, оперативно выкладываются на официальном сайте и в социальных сетях.

Первичный качественный анализ позволяет сделать вывод, что все мероприятия аэропорта «Шереметьево» носят федеральный характер. Основные мероприятия за анализируемый период (январь – май 2018 года) – это различного рода презентационные мероприятия, выставки, конкурсы, праздники, конференции, интервью, вручение премий и т.д.

За январь месяц текущего года было 7 сообщений о различных видах и направлениях деятельности аэропорта и его структурных подразделений. Цель сообщений – информировать аудиторию обо всех событиях, создавая у нее ощущение сопричастности к деятельности аэропорта.

Например, 19 января 2018 года на сайте аэропорта был размещен ньюс-релиз о первом в новом году пресс-завтраке руководителя аэропорта с представителями средств массовой информации, посвященный планам и перспективам развития аэропорта. Это мероприятие является традиционным, и журналистское сообщество ожидает его и принимает в нем активное участие, так как у представителей средств массовой коммуникации есть возможность задать интересующие их вопросы и получить ответ «из первых рук» – от руководителя компании.

9 февраля 2018 в аэропорту прошла торжественная церемония награждения в честь 95-й годовщины образования гражданской авиации России. Министр Транспорта РФ, Руководитель Федерального агентства воздушного транспорта и администрация Шереметьево наградили лучших руководителей подразделений и сотрудников аэропорта, о чем оперативно сообщила пресс-служба аэропорта, разместив ньюс-релиз на своем официальном сайте¹.

Февральские информационные сообщения начались с презентации 13 февраля 2018 мероприятия под названием «Шереметьево приглашает в полет SVOей любви». Мероприятие было организовано пресс-службой аэропорта и общественным проектом Стенапризнаний.рф в честь Дня Святого Валентина, предлагая всем влюбленным выразить свои чувства на большом экране с 12 по 15 февраля этого года.

¹ Официальный сайт Международного аэропорта Шереметьево [эл. ресурс]: <http://www.svo.aero/>.

В марте Дирекцией по связям с общественностью было организовано четыре специальных мероприятия. Первое состоялось 5 марта. Это была фотовыставка «Русское ювелирное искусство», организованная совместно с Государственным историческим музеем, на которой были представлены фото изделий музейной коллекции из серебра выдающегося мастера Павла Овчинникова из фонда драгоценных металлов Государственного исторического музея. 7 марта в преддверии международного женского дня 8 марта Шереметьево присоединился к всероссийской акции «Вам, любимые!», во время проведения которой в аэропорту дарили цветы всем представительницам прекрасного пола. В рамках этого же мероприятия предлагалось всем мужчинам присоединиться к онлайн акции, разместить в сети Instagram поздравление с хэштегом #ВамЛюбимые, которое затем было размещено на главном сайте акции www.makehersmile.world¹. 19 марта в зоне прилета аэропорта состоялась торжественная встреча паралимпийцев, на которую были приглашены не только болельщики и любители зимних видов спорта, но также и представители различных СМИ и блогеры. Мероприятие прошло в торжественной обстановке, репортаж о нем был показан в новостных выпусках телеканала «Россия 1».

Еще одна фотовыставка «Москва глазами репортеров» прошла в аэропорту 30 марта. Мероприятие было организовано совместно с Агентством городских новостей «Москва».

Не меньше акций и мероприятий было и в апреле. Так, 11 апреля был распространен пресс-релиз с сообщением о том, что Международный аэропорт Шереметьево признан победителем 21-ой национальной авиационной премии «Крылья России» в номинации «Аэропорт года». Лауреаты премии «Крылья России» определялись путем закрытого голосования членов Экспертного совета премии на основе результатов деятельности номинантов по итогам 2017 г.

Международный аэропорт Шереметьево в этом году впервые стал официальной площадкой проведения «Тотального диктанта». 11 апреля в конференц-зале корпоративного университета состоялся «Тотальный диктант», в котором приняли участие сотрудники аэропорта, коммерческие партнеры и желающие из числа пассажиров, находящихся в это время в аэропорту.

19 апреля прошла традиционная ежегодная VII церемония вручения премии в области журналистики и новых медиа ШереМедиа. Мероприятие собрало руководителей аэропорта и дочерних компаний Шереметьево, представителей деловой, общественно-политической, авиационной и трэвел-журналистики, топ-блогеров и партнеров аэропорта, о чем на своем сайте пресс-служба сообщила 20 апреля, разместив пост-релиз².

28 апреля пресс-служба аэропорта объявила об открытии тематической выставки «Бессмертный полк мира», также при въезде на всех парковках Шереметьево раздавались символы праздника – георгиевские ленты.

¹ Официальный сайт Международного аэропорта Шереметьево [эл. ресурс]: <http://www.svo.aero/>.

² Там же.

4 мая состоялась церемония вручения награды Международному аэропорту Шереметьево, ставшему победителем V национальной премии «Спорт и Россия-2018» в номинации «Лучший аэропорт для транспортного обслуживания спортивных соревнований». В 2018 году премия была приурочена к Чемпионату мира по футболу.

7 мая в преддверии празднования 73-й годовщины Великой Победы Шереметьево и профсоюзная организация аэропорта собрали ветеранов и участников ВОВ, работавших в аэропорту, воспитанников школы № 3 и детских садов г. Лобни для ежегодного возложения цветов у мемориала павшим воинам в деревне Носово, а затем состоялись торжества по случаю проводов делегации Московского областного регионального отделения Общероссийской общественной организации ветеранов Вооруженных сил РФ в Берлин. В этот же день в Международном аэропорту Шереметьево открылась тематическая фотовыставка «Армия России». На экспозиции была представлена ратная история Красной армии и современная армия России.

16 мая 2018 на официальном сайте аэропорта был размещен пресс-релиз под заголовком «Тревел-блогеры оценили Шереметьево как лучший аэропорт России по уровню сервиса и комфорта»¹. Дело в том, что аэропорт стал победителем основной номинации премии Sky Travel Awards 2018 «Лучший аэропорт России по уровню сервиса и комфорта».

19 мая 2018 Международный аэропорт Шереметьево в пятый раз стал участником всероссийской акции «Ночь музеев». В этом году Музей истории аэропорта совместно с музеем «Аэрофлота» подготовили увлекательное мероприятие, рассчитанное на взрослых и юных любителей авиации, которое проходило в Музее истории Шереметьево².

Выводы

Перечисленные специальные мероприятия, организованные Дирекцией по связям с общественностью аэропорта Шереметьево, привлекли внимание посетителей, пассажиров и сотрудников аэропорта, а также средств массовой коммуникации, благодаря чему повышается лояльность целевой аудитории и широкой общественности к организации, формируется положительный запоминающийся образ аэропорта как компании, заботящейся о комфорте и удобствах для своих клиентов, а также о досуге посетителей и пассажиров.

Подобные мероприятия являются максимально выгодными для организаций, так как это один из наиболее эффективных инструментов PR-продвижения, результаты которого являются реально измеримыми и способны ощутимо изменить коммуникативное пространство вокруг организации, ее деятельности.

¹ Официальный сайт Международного аэропорта Шереметьево [эл. ресурс]: <http://www.svo.aero/>.

² Там же.

Пресс-служба Международного аэропорта Шереметьево использует не весь арсенал специальных мероприятий, делая акцент на тех, которые наиболее удобны и реализуемы в терминалах аэропорта. Проводимые мероприятия направлены на привлечение внимания средств массовой информации, широкой общественности, активное присутствие названия организации в медийном пространстве. Особое внимание СМИ привлекается за счет участия аэропорта в мероприятиях федерального масштаба, таких как «Тотальный диктант», «Бессмертный полк». Эти мероприятия призваны продемонстрировать масштаб деятельности, уровень развития компании, а также ее благополучие.

Источники

- Алёшина И.В. (2004). Паблик Рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ «ЭКМОС».
- Быков И.А. (2003). Организация и проведение кампаний по связям с общественностью. СПб: СПбГУТ.
- Герасимов С.В. (2018). Теория и практика международных специальных событий. СПб: Лань.
- Джефкинс Ф., Ядин Д. (2003). Паблик рилейшенз. М.: Юнити Дана.
- Каверина Е.А. (2017). Событийный маркетинг в структуре корпоративных коммуникаций: теоретические аспекты // *Российская школа связей с общественностью*. Казань. №10. С. 73-82.
- Клименко Е., Захарова С.Е. (2015). Специальные мероприятия в PR-кампаниях при продвижении имиджа авиационных компаний // *Сборник докладов Секции «Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания» в рамках Московской молодежной научно-практической конференции «Инновации в авиации и космонавтике» (день науки ФИЯ. Посвященный 85-летию МАИ и дню космонавтики – 2015)*. С. 212-217.
- Малькевич А.А. (2018). Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью. М.: Юрайт.
- Огула А.А. (2018). Участие в конкурсе как способ продвижения событийного проекта (на примере подготовки к столетию ВГУ) // *Материалы международной практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 10-12 мая 2018 г. Воронеж: ВГУ*. С. 85-86.
- Познин В.Ф. (2016). Коммуникационные технологии в восприятии СМИ // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. № 3. С. 135-150.
- Филатова О.Г. (2012). Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов. Вводный курс. СПб: НИУ ИТМО.
- Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. (2004). PR-кампании: методология и технология. СПб: Роза мира.
- Шумович А.В. (2008). Великолепные мероприятия. Технология и практика event management. М.: Манн, Иванов и Фербер.
- Lopez M., Meza G., Ruperti M. (2017). La importancia de los departamentos de comunicacion y relaciones publicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta // *Razon y Palabra*. Vol. 21, № 97. P. 585-600 [el. source]: <https://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp>.
- Myers C. (2018). Public Relations or “Grassroots Lobbying” & How lobbying laws are re-defining practice // *Public Relations Review*. No. 44. P. 11-21.

■ ■ ■ Special Events as a Tool of Communication with Airport Audiences

Khurshud N. Kushvaha, Anna V. Taranenko

Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow, Russia.

Abstract. The paper is dedicated to the study of events as form of communication and comprises the definition of special events, their objectives, tasks, functions, types, and milestones. As a rule, PR departments are responsible for and engaged in all forms of special events in modern organizations. The authors lay emphasis on interaction of the Public Relations Directorate of Sheremetyevo International Airport with the public and mass media. During the analysis carried out within the time period from January to May 2018, the authors have revealed that the public relations specialists of the airport prefer the following special events: presentations, exhibitions, competitions, holidays, conferences, interviews, awarding prizes. Particular attention of the media is attracted by the participation of the airport in events of federal scale, such as "Total Dictation", "Immortal Regiment march", etc.

Keywords: special events, event communication, public relations, Sheremetyevo International Airport, target groups

For citation: Kushvaha K.N., Taranenko A.V. Special Events as a Tool of Communication with Airport Audiences. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.3. P. 42-50. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-3-42-50.

Inf. about the authors: Khurshud Nezhdat Kushvaha, Cand. Sc. (Philol.), associate professor at the department "Advertising and Public Relations in High-Tech Industries" of the Institute of Foreign Languages, Moscow Aviation Institute (National Research University); Anna Vladimirovna Taranenko, Cand. Sc. (Philol.), associate professor at the department "Advertising and Public Relations in High-Tech Industries" of the Institute of Foreign Languages, Moscow Aviation Institute (National Research University). Address: 125993, Moscow, Volokolamskoe highway, 4. E-mail: anatar@yandex.ru.

Received: 03.06.2018. *Accepted:* 13.06.2018.

References

- Alyoshina I.V. (2004). Public Relations for managers. Moscow: EKMOS (In Rus.).
- Bykov I.A. (2003). Organization and conduct of public relations campaigns. St. Petersburg: SPbGUT (In Rus.).
- Filatova O.G. (2012). Technologies and methods of PR-promotion of information resources. Introductory course. St. Petersburg: NIU ITMO (In Rus.).
- Gerasimov S.V. (2018). Theory and practice of international special events. St. Petersburg: Lan (In Rus.).
- Jeffkins F., Yadin D. (2003). Public relations. M.: Unity Dana (In Rus.).
- Kaverina E.A. (2017). Event marketing in the structure of corporate communications: theoretical aspects. *Russian School of Public Relations*. Kazan. No.10. P.73-82 (In Rus.).
- Klimenko E., Zakharova S.E. (2015). Special events in PR campaigns in promoting the image of aviation companies. In: Collection of reports of the Section "Actual problems of social and

humanitarian knowledge” in the framework of the Moscow Youth Scientific and Practical Conference “Innovations in Aviation and Cosmonautics” (FIAN Day dedicated to the 85th anniversary of the MAI and day of astronautics – 2015). P. 212-217 (In Rus.).

Malkevich A.A. (2018). Organization and implementation of campaigns in the field of public relations. Moscow: Yurayt (In Rus.).

Ogula A.A. (2018). Participation in contests as a means of event promotion (on the example of celebration of 100th anniversary of Voronezh State Univ.) // Materials of int. scientific conference “The issues of media”, May 10-12 2018, Voronezh. P. 85-86 (In Rus.).

Poznin V.F. (2016). Communication techniques through mass media // Sc. Bulletin of Voronezh State Univ. Series: Philology, Journalism. No.3. P. 133-150 (In Rus.).

Shishkin D.P., Gavra D.P., Brovko S.L. (2004). PR-campaigns: methodology and technology. St. Petersburg: Roza Mira (In Rus.).

Shumovich A.V. (2008). Great events. Technology and practice event management. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber (In Rus.).

Lopez M., Meza G., Ruperti M. (2017). La importancia de los departamentos de comunicacion y relaciones publicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta // *Razon y Palabra*. Vol. 21, No.97. P. 585-600 [el. source]: <https://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp> (In Sp.).

Myers C. (2018). Public Relations or “Grassroots Lobbying”. How lobbying laws are re-defining PR-practice. *Public Relations Review*. No. 44. P. 11-21.