

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Использование платформы видеохостинга для формирования имиджа региональной спортивной федерации

Научный руководитель – Агеева Гульназ Фаритовна

Шестопалова Инга Андреевна

Студент (магистр)

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма,
Республика Татарстан, Россия
E-mail: shestopalova97@mail.ru

В настоящее время, чтобы быть конкурентоспособной организацией, каждая спортивная федерация имеет официальные источники информации, такие как аккаунты в социальных сетях, сайты, ютуб-каналы [1]. Одним из таких пространств являются ютуб-каналы, которые стали не только ведущей площадкой, но и мощной поисковой социальной сетью. Среди спортивных федераций РТ, большинство не имеет такую платформу и лишь единицы используют данную интернет среду для достижения своих целей. Создание качественного контента, продвижение собственной организации, привлечение целевой аудитории, формирования имиджа и популяризации вида спорта, на платформе самой известной площадки становится весьма актуальным [2].

Целью нашего исследования явилось создать и внедрить видеопрограмму для формирования имиджа Федерацию тенниса РТ.

В ходе исследования было выявлено, что одной из основной целью деятельности Федерации тенниса РТ является развитие спортивного движения, широкое привлечение граждан к активным занятиям спортом, а также развитие, пропаганда и популяризация тенниса в РТ. В нашем исследовании мы определили организационную структуру, она является линейно - функциональной.

В ходе исследования было выявлено, что в Республики Татарстан насчитывается 107 региональных федераций. Проанализировав республиканские спортивные федерации, мы выявили, что топ- 3 федераций, применяющих платформу ютуб-канала:

1) Федерация хоккея Республики Татарстан - 540 подписчиков и 81 703 просмотра.

2) Федерация борьбы РТ на поясах 382 подписчика и 43 801 просмотр.

3) Федерация бадминтона Республики Татарстан 132 подписчика 9206 просмотров
Федерация тенниса РТ, по итогу нашего исследования занимает 6 место.

Далее мы провели опрос среди родителей и спортсменов Федерации тенниса РТ, общее количество респондентов составило 50 человек, в возрасте от 10 лет. Опрос показал, что большинство опрошенных, а именно 76% не знают, о наличии собственного ютуб - канала. Далее мы выяснили, что 92,2% опрошенных заинтересовала бы видеопрограмма, которая бы выходила на канале.

Из дальнейшего опроса мы видим, что большинству респондентов было бы интересно видеть в видеопрограмме интервью со спортсменами о их достижениях - 43 %, 35,5 % респондентов заинтересовала бы общая информация проводимых турнирах, и 21,5 % выбрали вариант «анонсы спортивных событий, партнеры турнира».

Таким образом, в ходе нашего исследования мы разработали и внедрили видеопрограмму на ютуб-канале ФТРТ.

Разработанная нами видеопрограмма, включала в себя следующую структуру:

1. Адресный план в Казанской Академии тенниса;
2. Шапка графическая заставка с названием программы;
3. Лайв - ту - тейп, журналист постоянно находился в кадре и участвовал в событиях, о которых он рассказывал; Видеоряд
4. Закадровый голос (основная информация в выпуске);
5. БЛИЦЫ - фрагменты, короткие отрезки прямой речи нескольких людей;
6. Анонсы предстоящих турниров, реклама партнеров и реклама наших социальных сетей.

Нами было решено сделать два выпуска программы, которой мы дали название Kazan Tennis News.

Для оценки качества видеопрограммы была проведена экспертная оценка, позволяющая апостериорно оценивать качество экранного материала.

Таблица 1 - Критерии оценки видеопрограммы Kazan Tennis News

Так показатели качества были оценены на 92 балла из 100, что говорит о высоком профессиональном уровне, предполагающем тематическую завершенность содержания программы, единство стилевого решения и вместе с тем органичность музыкального оформления. На данный момент федерация тенниса РТ является топ- 3, самой популярной федерацией в Татарстане на ютуб-канале, что способствует привлечению заинтересованных партнеров на турниры.

Выводы:

1. Провели анализ деятельности Федерации тенниса Республики Татарстан, выявили кадровый состав и организационную структуру, так же было выявлены следующие виды деятельности, для нашей работы:

- развитие и укрепление связей с национальными организациями тенниса зарубежных стран, международными спортивными организациями.
- пропаганда и популяризация тенниса среди населения.

2. Проанализировали региональные спортивные федерации, которые применяют платформу видеохостинга, особенности их продвижения.

3. Разработали два выпуска видеопрограммы РТ. Всего программу посмотрели 4050 человек. Провели экспертную оценку, данная видеопрограмма, по мнению жюри набрала 92 балла из 100 возможных. Повторное анкетирование показало, что ютуб - канал Федерации тенниса РТ стал более узнаваемой площадкой.

Источники и литература

- 1) 1. Овчинникова, Е.С. Особенности использования видеохостинга YouTube для продвижения бренда / Е.С. Овчинникова. - Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». - 2017. - Т. 5, № 4 2. Катаев, А.В. Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса / А.В. Катаев, Н.А. Кринчян. - М.: Альманах современной науки и образования. - 2015. - № 6 (96). - С. 83-85

Иллюстрации

№	Критерии	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Итого
Критерии ведущего						
1	Внешность - экстерьер ведущего (зубы, волосы, ногти, кожа)	5	5			10
2	Речевые ошибки	5	4			9
3	Работа ведущего в кадре	5	4			9
4	Жестикуляция	5	5			10
5	Правильно выстроенный сценарий	5	4			9
Критерии видео - оператора						
6	Звук			5	5	10
7	свет			4	5	9
8	Динамичность кадров			4	4	8
9	Цветокоррекция			4	5	9
10	Музыкальное сопровождение			4	5	9

Рис. 1. Критерии оценивания программы.

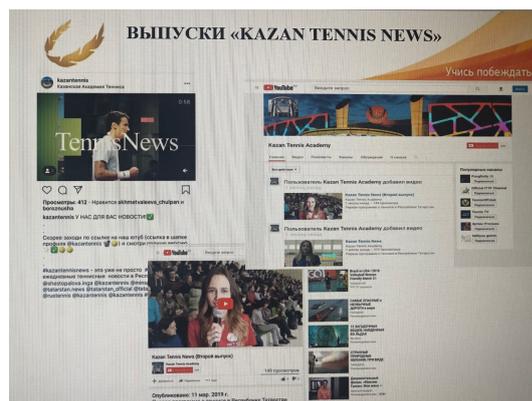


Рис. 2. Выпуски программы.