

УДК 796/799

*Жушман Д.В., заведующий методической комиссией
(кафедрой)
физической культуры, преподаватель физической культуры
высшей квалификационной категории БУ «Нижевартовский
социально-гуманитарный колледж»
Россия, г.Нижевартовск
Клим Д.В.
Студент
4 курс, специальность «Физическая культура», БУ СПО
«Нижевартовский социально-гуманитарный колледж»
Россия, г.Нижевартовск*

**PR (ПАБЛИК РЕЛЕЙШЕНЗ) ПРОПАГАНДА И РЕКЛАМА В
РАБОТЕ МАУ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА «ДИРЕКЦИЯ
СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ»**

***Аннотация:** Статья посвящена исследованию деятельности информационной политики МАУ «Дирекция спортивных сооружений» г.Нижевартовска, на основе изучения PR-деятельности. В статье рассматриваются основные направления, сферы деятельности и инструменты PR- деятельности.*

***Abstract:** The article is devoted to the study of the information policy of the UIA "Directorate of Sports Facilities" in Nizhnevartovsk, based on the study of PR activities. The article discusses the main directions, areas of activity and tools of PR activities.*

Ключевые слова: PR (Паблик Рилейшенз), реклама, мероприятия, деятельность, физическая культура, спорт.

Keywords: PR (Public Relations), advertising, events, activities, physical education, sports.

В России, а также в ХМАО-Югре и в городе Нижневартовске существует проблема недостаточной информированности населения о значимости физической культуры и спорта, получения информации о намеченных спортивных мероприятиях, услугах, которые предоставляют те или иные спортивные учреждения, о самостоятельных занятиях физическими упражнениями, которые являются одной из форм повышения двигательной активности человека. Малоподвижный образ жизни отрицательно сказывается на здоровье человека.

Одним из наиболее эффективных способов решения этой проблемы является установление связи с общественностью (PR), пропаганда и реклама в необходимости занятий физической культурой и спортом. Таким образом, тема

«PR (Паблик Рилейшенз) пропаганда и реклама в работе МАУ города Нижневартовска «Дирекция спортивных сооружений» (далее ДСС) является актуальной и ее исследование необходимо. В наши дни термин PR включает в себя следующие основные направления:

- общественное мнение;
- связи с общественностью;
- отношения с правительственными органами;
- муниципальная жизнь;
- промышленные отношения;
- международные отношения;
- финансовые отношения;

- потребительские отношения;
- исследования и статистика;
- средства массовой информации.

Цель исследования – совершенствование использования методик PR, рекламы и пропаганды в работе МАУ города Нижневартовска «Дирекция спортивных сооружений» и совершенствование способов их реализации.

Объект исследования – функция управления PR, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью.

Пропаганда физической культуры и спорта предполагает формирование у населения позитивного отношения к физкультуре, потребности в ежедневных физических упражнениях, популяризации массовых, олимпийских, технических, военно-прикладных видов спорта и так далее, а также физкультурных комплексов для различных возрастных и профессиональных групп [2].

Реклама в физкультурно-оздоровительной сфере – это совокупность сообщений о наборе услуг оздоровительного характера, способных заинтересовать и удовлетворить запросы в их различных социально-демографических групп населения [1].

Предмет исследования – методика применения PR (Паблик Рилейшенз), рекламы и пропаганды в работе ДСС Нижневартовска.

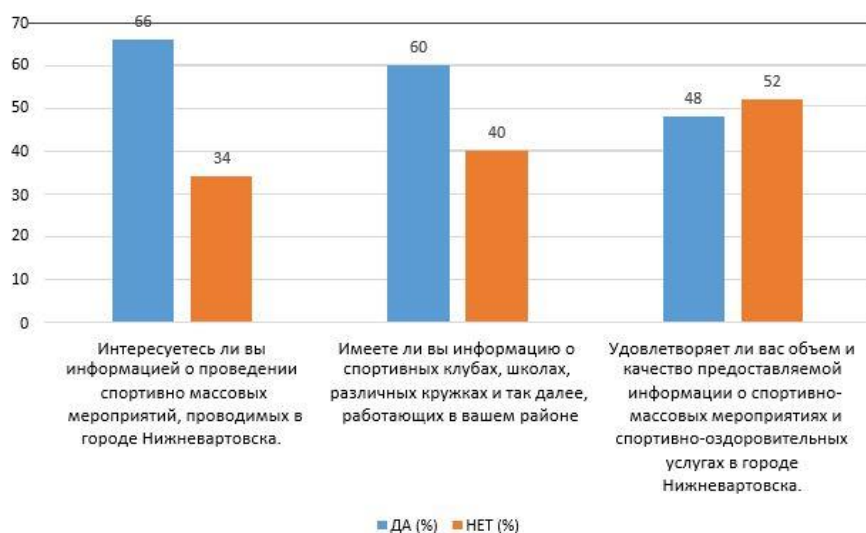


Рисунок 1. Уровень информированности населения о проводимых спортивно-массовых мероприятиях и услугах, предоставляемых МАУ ДСС в области ФК и С города Нижневартовска.

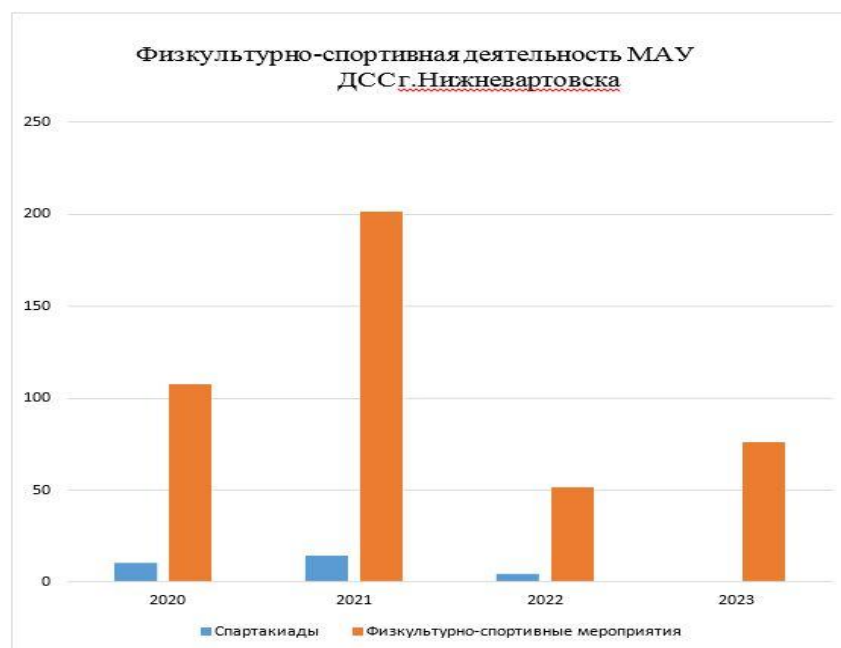


Рисунок 2. Физкультурно-спортивная деятельность МАУ «Дирекция спортивных сооружений» г. Нижневартовска.

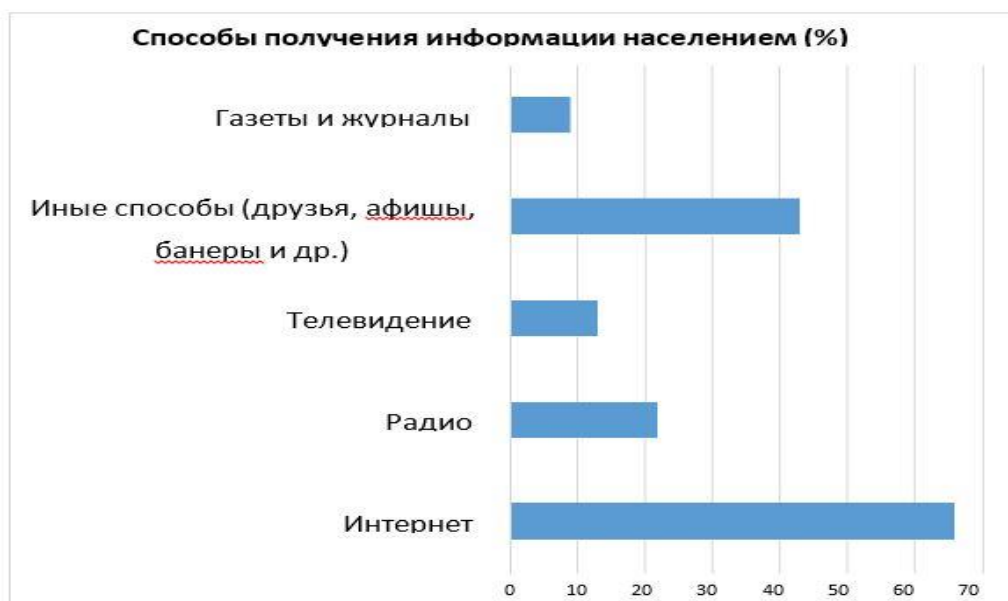


Рисунок 3. Получение информации населением о спортивных мероприятиях г.Нижневартовска.

Результаты проведенных исследований позволяют предложить ряд практических рекомендаций по совершенствованию PR-работы в ДСС г.Нижневартовска, а также применения рекламы и пропаганды ФК и С.

- Для достижения оптимально возможного результата от рекламного сообщения, поступающего от МАУ ДСС к населению важно учитывать цветовую гамму, в соответствии с целями и задачами, % которые оно преследует.
- Необходимо использовать иллюстрированный материал (фотографии) по правилам, которые представлены в работе, чтобы повысить уровень заинтересованности людей в получении информации, а, следовательно, усилить связь с общественностью.
- Рекомендуем использовать материал о преимуществах и недостатках отдельных видов средств передачи информации (интернет, журналы, газеты, радио, телевидение и тому подобное), что может способствовать выбору наиболее приемлемого канала в

зависимости от характера передаваемой информации.

- Эффективность деятельности каждого работника зависит от полноты и точности регулирования его деятельности, чего нельзя достичь при отсутствии должностной инструкции, в связи с этим, необходимо разработать такую должностную инструкцию работника отдела по связям с общественностью МАУ ДСС, которая будет четко определять права, обязанности и ответственность работника, который занимает эту должность.

- Необходимо выделять больше средств для улучшения материально-технической базы деятельности отдела.

Предполагается, что реализация приведенных выше рекомендаций по совершенствованию РК-деятельности МАУ ДСС позволит в ближайшие годы повысить результативность информационной деятельности МАУ ДСС г. Нижневартовска.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ:

1. Блэк Сэм. Public Relations. Что это такое? - М.: Издательство «Новости», совместно с СП «АСЭС-Москва». - 1990. - 239с.
2. Кокарева, Ю.Е., Роль пропаганды в развитии физической культуры и здорового образа жизни в современной России / Ю.Е. Кокарева, А.А. Ильяминова, Ф.С. Багдасарян // Инновационная наука. - 2016. - №11-3. - С.174-177
3. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 30.04.2021) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации.»