

## РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТРАНСЛЯЦИЙ В РАЗВИТИИ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

*Е.Н. Колосовский<sup>1</sup>, Д.Г. Решетников<sup>2</sup>*

*<sup>1)</sup> Национальный олимпийский комитет Республики Беларусь,  
ул. Радужная, 27/2, 220020, г. Минск, Беларусь, maltakt@gmail.com*

*<sup>2)</sup> Белорусский Государственный Университет  
ул. Ленинградская 20, 220030, Минск, Республика Беларусь, rashetnikau@bsu.by*

В статье ставится цель проанализировать роль прямых интернет-трансляций в развитии ивент-индустрии, в частности при проведении спортивных соревнований и культурных мероприятий, а также выявить актуальные тенденции организации интернет-трансляций мероприятий. В качестве предмета исследования выступили трансляции событий на интернет-сервисе YouTube.com, объект исследования – воздействие интернет-трансляции на увеличение аудитории события. При написании статьи использовались методы теоретического анализа, статистического сравнения. Данная статья может служить источником систематизированных данных для развития сферы менеджмента событий, повышения качества производимых ивент-услуг, улучшения персонифицированного подхода к предоставляемым услугам ивент-индустрии.

**Ключевые слова:** ивент-индустрия; портал; трансляция; интернет-трансляция; прямой эфир, контент.

## THE ROLE OF LIVE INTERNET BROADCASTS IN THE EVENT INDUSTRY

*Y.N. Kalasouski<sup>a</sup>, D.G. Rashetnikau<sup>b</sup>*

*<sup>a)</sup> National Olympic Committee of the Republic of Belarus,  
27/2Raduzhnaya Street, Minsk 220020, Republic of Belarus*

*<sup>b)</sup> Belarusians State University, 20Leningradskaya Street, Minsk 220030, Republic of Belarus  
Corresponding author: D. G. Rashetnikau (rashetnikau@bsu.by)*

The aim of this research is to assess the role of live webcasts in the development of the event industry and to identify the current trends in organizing webcasts of events, specifically with reference to sports competitions and cultural events. The material for the research was drawn from broadcasts of events on YouTube.com, and the subject matter was the relationship between the presence of an Internet broadcast and the increase in the size of the audience of the event. Methods of theoretical analysis and statistical comparison were utilised. This research may serve as a source of systematized data on the dynamic of the event management field, quality of services, and personalization of the services in the event industry.

**Key words:** event industry; internet resource; broadcasting; webcasting; live-streaming, content.

Развитие информационных технологий позволяет людям получать актуальную информацию практически в режиме реального времени, что с одной стороны способствует оперативному участию в социальной коммуникации с минимальными энергетическими и временными затратами, с другой – приводит к повышению зависимости от интернета, когда люди боятся оказаться отчужденными от происходящего, не имея в нужный момент доступа в интернет и, как следствие, связи с внешним миром.

По данным аналитического портала Similar Web на 1 сентября 2020 г. интернет-сервис YouTube.com является вторым в мире после Google.com по посещаемости (24,3 млрд. посещений ежемесячно) и первым в мире для просмотра прямых трансляций и стримов [1]. Схожую статистику приводит AlexaInternet на 14 октября 2020 г., располагая YouTube.com на второй строке после поискового сервиса Google.com [2]. При этом по продолжительности проведенного времени на сайте YouTube.com занимает лидирующую позицию.

Потребление интернет-трафика в условиях пандемии коронавируса возросло, так как большое количество людей вынужденно стали проводить больше времени дома в изоляции. 7 апреля 2020 г. газета New York Times, ссылаясь на данные портала Similar Web, отмечает рост потребления интернет-трафика на портале YouTube.com на 15,3% [3]. В связи со все более значительным переходом различных аспектов жизни людей в онлайн, невозможностью доступа к участию в мероприятиях физически, стремлением организаторов увеличивать географическую экспансию все большую популярность набирают прямые трансляции мероприятий и событий в сети интернет.

Анализируя развитие рынка интернет-трансляций, можно выделить следующие причины роста популярности прямых эфиров:

- фактор срочности: потребитель предпочитает первым увидеть событие в режиме реального времени. Данный пункт также связан с теорией FoMO(англ.: «fearofmissingout») – современной фобией выпсть из информационного поля, развивающейся пропорционально скорости развития информационных технологий, социальных сетей, быстрого доступа к актуальной информации;
- высокая заинтересованность в теме, событии, личности, освещаемым в прямом эфире;
- быстрое соединение, возможность получить обратную связь в режиме реального времени;
- доступность – возможность быть участником того или иного события при отсутствии возможности физического пребывания на нем. Примером могут служить международные мероприятия,

которые интересны зрителям из разных стран (спортивный турнир, музыкальный конкурс), когда болельщики или поклонники наблюдают за ходом мероприятия без необходимости физически перемещаться к месту проведения.

Рассматривая статистику онлайн-запросов в сети интернет, можно определить, что на первом месте по популярности у пользователей запросы на просмотр видео (92%); на втором – просмотр телевизионных передач в сети интернет в режиме реального времени (56%); третье место по частоте запросов – онлайн-игры (30%); четвертая позиция принадлежит запросам на просмотр того, как другие играют в видеоигры (23%); замыкает пятерку популярных запросов просмотр спортивных трансляций (16%) [4].

Наибольшую популярность среди запросов в видео-сервисе YouTube.com пользуется музыка. Помимо традиционных видеоклипов, концертных записей, в условиях пандемии коронавируса резко возросла популярность онлайн-концертов известных исполнителей, интернет-трансляций культурных событий, спортивных соревнований, что решает проблему возможности организаторов организовать мероприятие с реальными зрителями, участниками, а для потребителей – принять участие в желаемом мероприятии.

С ростом популярности интернет-трансляций растет и конкуренция среди производителей в борьбе за зрителей, ведь в условиях рыночной экономики охват аудитории можно монетизировать. Чем выше популярность того или иного видео на портале YouTube.com, тем больше охват встраиваемой порталом рекламы, а соответственно, выше доход производителя контента, размещающего его на данном сервисе. Есть два способа монетизации видео-контента посредством рекламы:

– встраиваемая порталом реклама. Сервис размещения видео самостоятельно заключает контракты с рекламодателями и встраивает рекламные видеоролики в контент публикующихся авторов, за что авторы получают вознаграждение от портала в виде некоторого процента. Работает по принципу: чем больше просмотров у видео (трансляции), тем выше оно оплачивается порталом;

– реклама, содержащаяся непосредственно в контенте, производимая автором видео, подразумевает непосредственные маркетинговые отношения, заключаемые между автором и рекламодателем. Может быть представлена в качестве размещения рекламного баннера в месте проведения транслируемого события, упоминания, размещения ссылки или всплывающего электронного баннера.

Среди способов монетизации видео-контента и, в частности, трансляций также в отдельное направление выделяется сбор пожертвований (донатов), при котором зрители могут внести любую сумму, которую посчитают нужной, на счет, указанный автором контента.

По официальной статистике сервиса YouTube.com за 2019 г. 79% всех пользователей интернета зарегистрированы YouTube.com, при этом 2 млрд. пользователей заходит на видео-хостинг ежемесячно. География охвата показывает, что запросы в ютуб обрабатываются на 80 языках. Около 90% людей в возрасте от 18 до 44 лет заходят в YouTube.com ежедневно. [5]. Эти данные свидетельствуют о том, что использование данной площадки для проведения событий позволит организаторам значительно расширить аудиторию, привлечь новых клиентов.

В борьбе за потребителей растет не только количество, но и качество производимых трансляций. Ежечасно на YouTube.com загружают более 30 тыс. единиц видео-контента, что на 40% выше, чем в 2015 г. Чтобы информация не потерялась в этом потоке, помимо настройки целевой аудитории, которой адресован контент, необходимо все больше внимания уделять качеству. Если в самом начале развития видео-сервисов для завоевания аудитории было достаточно просто картинки с места событий, самой возможности просмотра в режиме реального времени, то сейчас более искушенному зрителю требуется дополнительная графика, информация. Современные технологии и специальное программное обеспечение позволяет обрабатывать видео в режиме реального времени, накладывать титры, дополнять его статистической информацией. Такие технологии реализуются, например, при организации онлайн-трансляций научных конференций, когда видео выступления спикера сопровождается его встроенной презентацией, а также возможностью зрителей задавать вопросы и получать на них ответы (как голосом, так и текстом). При стриме спортивных соревнований зачастую производители видео-трансляции дополняют их счетчиками времени, счета, результатов.

При организации интернет-трансляций активно развиваются технологии дополненной реальности. Спорт как одно из важнейших направлений в области организации трансляций в наше время активно использует современные возможности. Например, при показе прыжков в длину видео в реальном времени дополняется графикой проекции прыжка, траектории, места приземления. С развитием технического прогресса в скором времени можно будет ожидать расширения возможностей для зрителя, который сможет не только наблюдать событие, но и получать информацию по индивидуальным запросам.

Например, во время просмотра футбольного матча в любой момент зритель сможет нажать на изображение игрока и получить по нему актуальную информацию, статистику: имя, возраст, технические показатели, антропометрические данные, статистику сыгранных матчей.

Существуют предпосылки для развития интерактивной составляющей при организации трансляций, что будет способствовать более активной вовлеченности потребителей контента, давая возможность не только реальным, но и виртуальным участникам влиять на ход события. Этим целям могут служить опросы, интерактивные викторины, тотализаторы, встроенные непосредственно в окно трансляции.

Большое влияние на развитие рынка интернет-трансляций оказывает развитие мобильных сетей и качества аппаратов мобильной связи, что позволяет с помощью мобильных устройств производить сигнал и изображение высокого качества. За счет этого сокращаются затраты организаторов, поскольку непосредственно на мероприятии может быть задействован небольшой штат, который должен лишь выставить необходимое оборудование и организовать передачу сигнала посредством интернета или спутниковой связи на режиссерский пульт или облачную платформу, а непосредственно сбор эфирной программы и обработку видео может осуществлять удаленная команда.

Таким образом, организаторы мероприятий, используя возможности интернет-трансляций, могут:

- делать свои мероприятия более доступными для аудитории;
- повышать лояльность своих целевых групп;
- уменьшать бюджет на проведение мероприятий;
- увеличивать как количественный, так и географический охват аудитории;
- развивать технологическую составляющую проводимых мероприятий;
- повышать доходы от проведения и трансляции мероприятий за счет встраиваемой рекламы.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Top Websites Ranking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/top-websites/category/arts-and-entertainment/tv-movies-and-streaming/>. Дата доступа: 04.10.2020.
2. The top 500 sites on the web [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alexa.com/topsites/>. Дата доступа: 16.10.2020.
3. Koeze, E. The Virus Changed the Way We Internet// The New York Times. – April 7, 2020.

4. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>. Дата доступа: 16.10.2020.

5. Статистика YouTube 2019. Инфографика России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/statistika-youtube-2019-infografika/>. Дата доступа: 16.10.2020.

## **МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ РОЛИ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УВО «БГУИР»**

*Т.М. Печень*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,  
ул. П.Бровки, 6, 220013, г. Минск, Беларусь, tat@bsuir.by*

На основании системы взглядов научных подходов изучения волонтерской деятельности определена методика исследования роли волонтерского движения в воспитательной работе и образовательном процессе учреждения высшего образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники». Методика основана на комплексе эмпирических методов, включающая анкетирование студентов, глубинное интервью преподавателей, работу в фокус-группах с лидерами волонтерских групп и полуструктурированное интервью с сотрудниками научно-исследовательских лабораторий и международного образовательного центра. Волонтерская деятельность позволяет решать следующие задачи студентов: адаптироваться в новых коллективах, поддерживать психологического здоровья, развивать способности, формировать ценности. Полученные результаты работы использованы в деятельности волонтерского центра учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники».

**Ключевые слова:** волонтерское движение; воспитательная работа; интервью; опрос; социально-личностные компетенции; студенты; учреждение высшего образования.

## **A METHOD FOR THE STUDY OF THE ROLE OF VOLUNTEER ACTIVITY IN IMPROVING THE STUDENT EXPERIENCE AND TEACHING AND LEARNING PROCESSES AT THE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION «BELARUSIAN STATE UNIVERSITY OF INFORMATION SCIENCE AND RADIOELECTRONICS»**

*T.M. Pechen*

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,  
st. P. Brovki, 6, 220013, Minsk, Belarus, tat@bsuir.by*

A method is proposed for assessing the role of volunteer activity in improving the student experience and teaching and learning processes in higher education, with reference