

СПОРТИВНЫЙ БЛОГ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА

Сопина Ю.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

vendetta1106@mail.ru

Блог как средство трансляции информации наиболее соответствует освещению спортивной тематики. Спорт – это динамика, движение, скорость. Именно блогосфера способна быстро, в считанные секунды, реагировать на изменения, происходящие не только в «повседневной» спортивной жизни, но и во время соревнований. Следить за ходом матча можно в прямом эфире телевидения, а следить за реакцией единомышленников можно в блоге.

В настоящее время в нашей стране активно формируется интерес к здоровому образу жизни. Можно говорить о том, что в России возникает социальная реакция, выраженная в острой заинтересованности граждан в сохранении здоровья как основы материального благополучия. Регулярная активная физическая деятельность способствует восстановлению психической дееспособности человека. После занятий спортом человек снова готов влиться в бесконечные потоки информации, мозг готов обрабатывать новые данные, работоспособность увеличивается.

Спортивный блог – и вся блогосфера вообще – выполняет функцию сплочения некоторой части общества в единую аудиторию и образования социальных связей между отдельными представителями аудитории или группами. Тысячи, а то и десятки тысяч пользователей сети, объединяются в своем интересе к спорту, будучи читателями одного блога.

Аудитория спортивного блога – это не только те, кому интересны новости спорта, но и те, кто им занимается на практике. «Тематически выдержанный интернет-дневник всегда интересен читателю. Его могут использовать как справочное пособие или источник экспертных мнений, а это всегда способствует росту численности читательской аудитории» [1]. Рост аудитории блога может говорить не только о популярности его автора, но и популярности того вида спорта, которому этот блог посвящен.

Как средство популяризации общественных ценностей блогосфера не уступает традиционным средствам массовой информации, а в чем-то даже опережает их. Сейчас существует тенденция увеличения роли спорта как сферы деятельности. Спорт оказывает существенное влияние на имидж современного человека, на стиль его жизни. Увлечение спортом становится не только полезным для физического здоровья человека, но и модным хобби.

Спортивный блог, несомненно, повышает интерес к занятиям физической культурой и спортом.

Во-первых, он формирует у людей понимание необходимости занятий физической культурой и спортом. Достигается это благодаря повышению степени информированности и уровня знаний по вопросам физической культуры и спорта и здорового образа жизни. Примером тому служит блог Константина Конева, лозунгом которого является: «Займись собой, пора менять жизнь в лучшую сторону!» Акцент в блоге делается не на новостях из мира спорта, а на полезной, как сам автор называет одну из рубрик, информации: «В чем состоит смысл спорта для каждого человека», «Виды восточных единоборств для детей», «Катание на горных лыжах, или Зима близко!»

Во-вторых, контент спортивного блога способствует созданию соответствующих мотиваций и установок на регулярные занятия спортом, сохранение и укрепление своего здоровья, выработку умений и навыков здорового образа жизни. Видеть и слышать еще недостаточно для человека – ему необходимо самому проверить, насколько сложно заниматься тем или иным видом спорта. Фото, видео, текст и комментарии, объединенные общей темой «Спорт», выступают в качестве силы, побуждающей к конкретным действиям – занятию спортом.

Так, «Спортивный блог любительского спорта», публикует истории участников блога о том, как они начали заниматься спортом, каких достигли результатов; в комментариях посетители и участники блога обмениваются полезной информацией, советами.

Можно утверждать, что спортивные блоги способствуют популяризации спорта. Автор блога, стремясь увеличить аудиторию, использует средства пропаганды. Стремясь сделать контент интересным, насыщенным, запоминающимся и отличным от других подобных блогов, автор опирается на собственные интересы, предпочтения. Зачастую проявляя фантазию, стремясь к созданию оригинального наполнения и оформления, блогер во многом проявляет собственную индивидуальность.

Однако для многих посетителей не имеет принципиального значения личность автора – они ищут наиболее адекватный их запросам контент. Информацию можно воспринимать по-разному: одни увидят интересный по содержанию блог, по аналогии с интересным телеканалом, телепередачей и т.п. Другие увидят, что в блоге много информации об интересном виде спорта. Раз о нем много пишут, следовательно, напрашивается простой вывод: это популярно, это модно, это нравится людям, это можно попробовать самому.

Исследовав наполнение спортивных блогов, собранных на новостном портале «Sports.ru», можно выделить следующие средства воздействия на аудиторию, которые приводят к повышению внимания реальной и потенциальной аудитории к спортивной тематике, к необходимости поддерживать здоровый образ жизни посредством занятий спортом.

1. Собственно контент спортивного блога. Новости российского и мирового спорта, аналитика, интервью, статистика, фото и видео. Блоги звездных спортсменов и тренеров, сообщества любителей и профессионалов – все это формирует имидж идеи полезности спорта.

2. Участие спортсменов как героев блога. Для популяризации спорта «нужно использовать все возможные средства для продвижения их достижений и на их примерах воспитывать тех людей, и морально поддерживать тех, кто начинает заниматься спортом и физической культурой» [2].

Так, собственный блог спортивного новостного портала «Sports.ru» публикует не только репортажи и фотоотчеты со спортивных мероприятий, но и знакомит посетителей с теми, кто в спорте добивается хороших результатов для страны. Это истории преодоления трудностей, достижения успеха путем долгих тренировок.

3. Участие спортсменов, как авторов блога. Собственный пример, рассказанный из первых уст, всегда оказывает более действенное влияние. Как утверждают психологи, «наши желания и являются предметом влияния со стороны. Не воздействуя на желания человека, невозможно оказать на него влияние. Таким образом, простые люди подвержены влиянию знаменитостей в силу своей человеческой природы, которая заключается в специфических желаниях. Появление и существование (вкуче с их влиянием на других людей) знаменитостей - лишь звенья в цепи реализации наших желаний» [3].

Примером тому служит блог баскетболистки сборной России Илоны Корстин, которая рассказывает о взгляде на баскетбол с площадки и с трибуны. После завершения карьеры в большом спорте, трудно, практически невозможно навсегда покинуть спорт, баскетболистка продолжает делиться своими взглядами, оценками и новостями баскетбола как зритель, как аналитик, как посол европейской федерации баскетбола.

4. Заявления, одобрительные отзывы и характеристики популярных спортсменов и тренеров о необходимости развития спорта. Это относится к интервью со спортсменами и тренерами в блогах, подобные интервью проводят авторы блога «Sports.ru» и записи в собственных блогах спортсменов. Блог «Великие Спортсмены Мира» рассказывает и показывает через фото, видео, гиф-биографии и истории из жизни легендарных

спортсменов. Блог «Легендами не рождаются» публикует подборку интервью с хоккеистами. «Что касается Егора Геннадьевича (Подوماцкий, голкипер «Локомотива», ныне тренер), то его приход на позицию тренера вратарей перед началом прошлого сезона серьёзно повлиял на мою игру. Он был в детстве примером для подражания. Собственно, глядя на его игру, я и захотел стать вратарём. За время его работы в клубе он научил меня многому» [4].

5. Реклама, например, спортивных товаров. Понятно, что реклама размещается в блогах ради получения прибыли, однако косвенно она касается и популяризации спорта. Читая новости, комментарии, авторские материалы о спорте, человек погружается в эту атмосферу и в какой-то момент задумывается о том, почему он не может заняться спортом. И тут рядом, на той же страничке реклама спортивных товаров. Пока человек не «остыл», не погрузился в будние проблемы, сама реклама может подвигнуть на приобретение спортивного оборудования – тем более, что не нужно даже выходить из дома и прикладывать особые усилия. Купив тренажер, гантели или лыжи вольно или невольно приходится заняться выбранным видом спорта.

Таким образом, эти средства увеличивают интерес к спорту у целевой аудитории. Агентство мобильного маркетинга считает аудиторию блогов особой группой людей, нацеленных на получение информации из конкретного источника. «Читатели блогов гораздо активнее, чем другие пользователи Интернета. <...> Читатели блогов имеют общие характерные черты в социуме. Они редко утруждают себя повседневными заботами, инициативны и сильно увлеченные чем-то» [5]. Сильное увлечение темой спорта сложно представить как исключительно теорию, просмотр новостей, фото- и видеоматериалов. Просмотр и прочтение новостей о спорте в большинстве случаев ведут к повышению личного интереса. Спортивный блог для активного человека становится не только источником информации, но и способствует самоопределению, вхождению в спортивную среду, как участника, а не только как наблюдателя.

Список литературы

1. Секретные материалы выбора темы для блога! URL: http://money-every-day.ru/creating_a_blog/tematika-bloga.html.
2. Владимир Путин: «Один из способов популяризации спорта – это героизация наших героев»
3. «О влиянии звезд. Психология сравнений». URL: <http://go-psy.ru/article22.htm>.
4. Максим Сидоров. Аромат первых щитков помню до сих пор. URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/justenvoy/734677>.

5. Чем привлекательна аудитория блогов? URL:
<http://www.reaction.ru/articles/2007-08-02/>.