

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ САЯСАТТАНУ ФАКУЛЬТЕТІ
ТЕЛЕРАДИО ЖӘНЕ ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС КАФЕДРАСЫ

ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ ЖӘНЕ
МЕДИА КОММУНИКАЦИЯ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Қазақ спорт журналистикасының негізін қалаған
көрнекті қаламгер Сейдахмет Бердіқұловтың
90 жылдығына арналған халықаралық
ғылыми-тәжірибелік конференцияның

МАТЕРИАЛДАРЫ



Астана, 2024 жыл

ӘОЖ 070(574)
КБЖ 76.0(5Каз)я431
Қ22

**Жалпы редакциясын басқарған «Л.Н. Гумилев атындағы
Еуразия ұлттық университеті» КеАҚ Басқарма төрағасы –
Ректор, ҚР ҰҒА академигі Е.Б. Сыдықов**

Редакция алқасы: Сақ Қ.Ө. (төраға), Дүйсенғазы С.М.,
Байгожина Д.О., Омаров М.М., Сабыр Ә.Б. (жауапты редактор),
Мәулен Е.М., Алғалиева Г.С., Мүтәрбек А.

«Қазіргі қазақ спорт журналистикасы және медиакоммуникация мәселелері» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары.

Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2024. – 203 бет. – қазақ, орыс, ағылшын.

ISBN 978-601-337-927-2

Жинақта қазіргі қазақ журналистикасы мен спорт журналистикасының өзекті мәселелері және заманауи медикоммуникацияның даму тенденциялары талданған ғылыми мақалалар топтастырылған.

Журналистика және әлеуметтік ғылымдар саласын зерттеп жүрген ғалымдарға, докторанттарға, магистранттарға, студенттер және практик мамандарға пайдалануға ұсынылады. Басылымның мәтін, суреттерін автордың рұқсатынсыз пайдалануға болмайды. Мақалалардың мазмұнына редакция алқасы жауап бермейді.

ӘОЖ 070(574)
КБЖ 76.0(5Каз)я431

©Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2024

Сания Закирова

Магистрант 1 курса по специальности
«7М03214 – Связь с общественностью»

ЕНУ имени Л.Н. Гумилева

Роль спортивной журналистики в социальных сетях

Спорт и журналистика давно стали неразрывно связанными понятиями в мире современных медиа. С появлением социальных сетей роль спортивной журналистики значительно усилилась, открыв новые возможности для взаимодействия с аудиторией и распространения информации. В наше время социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей, предоставляя исключительные возможности для обмена информацией и мнениями.

Актуальность исследования. Роль спортивной журналистики в социальных сетях становится все более важной и влиятельной. Спортивные издания и журналисты используют социальные платформы для распространения новостей, интервью, видео и другого контента, привлекая огромную аудиторию. Этот феномен заслуживает внимания исследователей, чтобы понять, как спортивные события формируют общественное мнение через социальные сети.

Спортивная журналистика в эпоху социальных сетей

Современные социальные сети всё больше влияют на работу профессиональных спортивных журналистов [1]. Спортивная журналистика всегда была в центре внимания общества, отражая наиболее яркие моменты в мире спорта. С течением времени она претерпевала значительные изменения, от пера и бумаги к радио, телевидению и, наконец, к интернету. Этот развитие подразумевал не только изменение технических аспектов журналистики, но и приспособление к изменяющемуся способу потребления информации со стороны аудитории.

С появлением социальных сетей спортивная журналистика столкнулась с новой реальностью. Сети, такие как Facebook, Twitter, Instagram и YouTube, предоставили журналистам и болельщикам уникальную платформу для общения и обмена информацией в реальном времени. Они изменили способ, которым спортивные новости создаются, распространяются и потребляются. В этом контексте важно понимать, как социальные сети влияют на формирование публичного мнения о спорте и спортсменах.

Спортивная журналистика в Казахстане.

Спортивная журналистика в Казахстане имеет богатую историю, тесно связанную с развитием спорта в стране. С момента получения независимости в 1991 году казахстанские спортивные журналисты активно отслеживали и освещали местные и международные события в мире спорта. В начале 2000-х

годов с появлением новых технологий и интернета спортивные издания начали активно развиваться в онлайн-сегменте, что позволило им расширить свою аудиторию и предложить более разнообразный контент.

С развитием социальных сетей спортивные издания в Казахстане активно взаимодействуют с аудиторией через популярные платформы, такие как Instagram, Facebook и Twitter.

Одним из ярких примеров успешного спортивного издания в социальных сетях является "prosports.kz", который предоставляет своим подписчикам актуальные новости, интересные факты, видеоролики и фотографии о спортивных событиях в Казахстане и мире.

Каждый сторонник здорового образа жизни, болельщик, профессиональный спортсмен и просто любитель свежих новостей спорта найдет на страницах интернет-ресурса "ProСпорт" самую оперативную и интересную информацию о казахстанском и мировом спорте. Корреспонденты сайта освещают напрямую с места события все важнейшие спортивные форумы, Олимпийские игры, чемпионаты мира и Европы по футболу, матчи Лиги чемпионов УЕФА и другие спортивные состязания.

Интернет-издание существует с 2008 года и продолжает свою активную деятельность по сей день [2]. Благодаря креативному подходу к контенту и активному взаимодействию с подписчиками, этот ресурс смог набрать большую популярность и стать влиятельным игроком в сфере спортивной журналистики.

Также разберем примеры других спортивных изданий Казахстана в социальных сетях:

Спортивный портал Казахстана

Особенности:

- Спортивный портал Казахстана предоставляет обширную информацию о спортивных событиях в Казахстане и мире, включая новости, статистику и интервью

- Аккаунты в социальных сетях активно обновляются фотографиями, видеороликами и графикой, привлекая внимание подписчиков.

Prosports.kz

Особенности:

- Издание акцентирует внимание на разнообразных спортивных новостях, аналитике и эксклюзивных материалах.

- Регулярные интервью с казахстанскими спортсменами, создавая уникальный и личный контент.

- Активное взаимодействие с аудиторией через использование хештегов, конкурсов и ответов на комментарии.

- Имеется удобное одноименное приложение для отслеживания новостей.

Анализируя популярные спортивные темы в Казахстане, можно выделить несколько ключевых направлений, которые привлекают внимание аудитории.

В первую очередь, это местные спортивные события и достижения казахстанских спортсменов на международной арене. Зрители интересуются результатами их выступлений, их историями успеха и трудностями, с которыми они сталкиваются.

Также популярными темами являются мировые спортивные события, такие как Олимпийские игры, Чемпионаты мира по футболу, теннисные турниры и другие. Эти мероприятия привлекают внимание широкой аудитории и стимулируют обсуждение в социальных сетях.

Кроме того, спортивные темы, связанные с здоровым образом жизни, фитнесом и питанием, также пользуются популярностью среди аудитории. Спортивные издания активно освещают тренировочные программы, советы по правильному питанию и здоровому образу жизни, привлекая внимание людей, интересующихся поддержанием своего здоровья и физической формы.

Анализ этих тем позволяет спортивным изданиям адаптировать свой контент под интересы аудитории, повышая вовлеченность и влияние на общество и способствуя развитию спортивной журналистики в Казахстане

Сравнительный анализ спортивной журналистики в различных странах

Сравнительный анализ спортивной журналистики в различных странах позволяет выявить уникальные особенности и подходы, присущие каждой стране.

В разных странах разные виды спорта имеют больший или меньший уровень популярности, что отражается на их освещении в СМИ.

Например, в Великобритании и США футбол является самым популярным видом спорта, и ему уделяется наибольшее внимание в спортивных СМИ. В то время как в странах Скандинавии, Германии и Франции хоккей и футбол имеют равное значение, и оба вида спорта получают достаточное освещение в СМИ.

В США, например, спортивная журналистика тесно связана с коммерцией, и медиа активно используют спорт как средство привлечения рекламы и спонсоров. В России спортивные издания часто фокусируются на национальных спортах и выдающихся достижениях российских спортсменов, создавая патриотическую атмосферу. В Китае спортивная журналистика активно развивается в связи с растущим интересом к спорту в стране и поддержкой государства.

Каждая страна имеет свои уникальные подходы к использованию социальных сетей в спортивной журналистике.

В России и Китае социальные сети используются для создания сообществ поклонников определенных спортсменов или команд, что способствует формированию лояльности к медиа-брендам.

Существуют общие тенденции и успешные практики, которые можно выделить в мировой спортивной журналистике. Это включает в себя использование мультимедийных форматов, таких как видеоролики и подкасты, для обогащения контента и привлечения аудитории. Также спортивные издания во всем мире активно взаимодействуют с аудиторией через социальные сети, проводя опросы, конкурсы и викторины, чтобы увлечь своих подписчиков.

Кроме того, успешные практики включают в себя уделение внимания глубокому анализу и качественной репортажной работе, которые позволяют спортивным изданиям предоставлять читателям уникальные и интересные материалы.

В заключение, сравнительный анализ спортивной журналистики в различных странах позволяет выделить ключевые особенности и успешные стратегии, которые могут быть использованы для развития спортивных изданий в Казахстане и в других странах, стремящихся улучшить свой журналистский продукт и расширить свою аудиторию

Влияние спортивной журналистики в социальных сетях на общество

Спортивная журналистика в социальных сетях оказывает значительное влияние на общество, особенно на молодое поколение. Вот некоторые из основных влияний:

1. Повышение осведомленности о спорте и его ценности: Социальные сети помогают распространять информацию о различных спортивных событиях, командах и спортсменах. Это способствует повышению осведомленности общества о спорте, его истории и значимости.

2. Продвижение спортивных мероприятий. Спортивные журналисты в социальных сетях активно продвигают различные спортивные события, что способствует увеличению их посещаемости. Они могут использовать различные методы, такие как обзоры, интервью с участниками и аналитические статьи, чтобы привлечь внимание к предстоящим мероприятиям и сделать их более привлекательными для зрителей.

3. Создание положительного образа спортсменов. Через социальные сети спортивные журналисты могут формировать положительный образ спортсменов, рассказывать об их достижениях и личных качествах. Это может помочь спортсменам привлечь новых болельщиков и увеличить свою популярность.

4. Мониторинг и анализ спортивных результатов. Журналисты в социальных сетях могут отслеживать и анализировать спортивные результаты, предоставлять прогнозы и комментарии, что помогает зрителям и болельщикам лучше понимать происходящее и принимать более обоснованные решения о своих ставках или выборе команды.

5. Коммерциализация: Благодаря спортивной журналистике, социальные сети также могут стать платформой для продвижения товаров и услуг, связанных со спортом, таких как спортивная одежда, аксессуары,

спортивное оборудование и т.д. Это может привлекать больше инвестиций и способствовать развитию индустрии спорта.

В результате проведенного исследования мы рассмотрели роль спортивной журналистики в социальных сетях с учетом примеров из Казахстана и других стран. Это исследование позволило выявить несколько ключевых выводов, подчеркивающих важность и влияние данного явления на общество, спортивную культуру и информационное пространство в целом.

1. Развитие спортивной журналистики в эпоху социальных сетей:

В современном мире социальные сети играют решающую роль в распространении спортивной информации. Эволюция журналистики от традиционных форматов к онлайн-платформам подчеркнула необходимость активного взаимодействия с аудиторией через Facebook, Twitter, Instagram и другие социальные сети.

2. Примеры из Казахстана:

Казахстанские спортивные издания успешно используют социальные сети для информирования аудитории о местных и международных спортивных событиях. Они создают уникальный контент, такой как видеорепортажи, интервью и обзоры тренировок, что способствует привлечению внимания зрителей.

3. Мировые практики спортивной журналистики в социальных сетях:

Мировые спортивные издания разрабатывают разнообразные стратегии в социальных сетях. От трансляций матчей до эксклюзивного контента для подписчиков, они активно используют инструменты социальных платформ для увеличения охвата аудитории и укрепления взаимодействия с поклонниками.

4. Влияние спортивной журналистики в социальных сетях на общество:

Спортивная журналистика в социальных сетях оказывает положительное воздействие на общество. Она способствует увеличению интереса к спорту, формированию спортивной культуры и патриотизма. Кроме того, социальные платформы способствуют взаимодействию и обмену опытом между различными культурами и странами.

Спортивная журналистика в социальных сетях становится неотъемлемой частью информационной среды. Примеры из Казахстана и других стран показывают, что использование социальных платформ дает возможность спортивным изданиям и организациям взаимодействовать с аудиторией, увеличивать ее вовлеченность и формировать позитивное отношение к спорту. Такой тренд будет продолжать влиять на спортивную журналистику, делая ее более доступной, интересной и взаимодействующей с широкой аудиторией.

Список использованной литературы:

1. Р.П. Баканов, В.С. Майоров Олимпийские игры в «Повестке дня» современных СМИ: роль социальных сетей в донесении информации до аудитории / Р.П. Баканов, В.С.

Регина Погребницкая

Магистрант 1 курса по специальности
«7М03214 – Связь с общественностью»
ЕНУ имени Л.Н. Гумилева

PR и его влияние на усиление имиджа спортивных команд

Современный спорт – это не только битва на спортивных аренах, но и серьезный бизнес, где успех команды зависит не только от производительности на поле, но также от её имиджа и восприятия обществом. Стремительное развитие связей с общественностью (PR) в спорте поднимает эту отрасль на новый уровень, в котором создание и улучшение имиджа становятся ключевыми факторами успеха. В данной статье мы рассмотрим роль PR в улучшении имиджа спортивных команд и в чем заключается его важность.

Позитивный имидж – это важнейший актив для любой спортивной команды. Через PR команды формируют положительное восприятие среди болельщиков, спонсоров, инвесторов и общественности. Путем акцентирования внимания на достижениях, общественной активности игроков и ценностях команды, PR-специалисты создают образ, который привлекает поддержку и интерес со стороны различных сторонних лиц и компаний.

PR оказывает влияние не только на внешний имидж команды, но и на внутреннюю культуру и мораль. Он способствует укреплению сплоченности и мотивации игроков, что в свою очередь влияет на результаты на поле. Публичные отношения помогают команде лучше понимать ожидания болельщиков и поддерживать долгосрочные отношения.

Важным аспектом PR в спорте является управление кризисами. Каждая команда может столкнуться с трудностями, и PR-специалисты разрабатывают стратегии для эффективного управления кризисами. Они предоставляют информацию и объяснения, минимизируя негативное воздействие на имидж команды.

Привлечение спонсоров и инвесторов также зависит от успешного использования PR. Эффективное управление образом команды может убедить партнеров в перспективности сотрудничества, демонстрируя маркетинговые