

## СПОРТИВНЫЙ БЛОГИНГ: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТЕНДЕНЦИИ

*С. А. Попов*

*Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина,  
ул. Интернациональная, 33, 392000, г. Тамбов, Россия,  
post@tsutmb.ru*

*Научный руководитель – А. В. Прохоров,  
доктор филологических наук, доцент*

В статье рассматривается сущность блогинга в интернет-коммуникации, проводится анализ информационного контента блог-платформ, систематизируются представления о блоге как об одном из центральных коммуникативных жанров в мультимедийной среде, выявляются преимущества освещения спортивной тематики средствами блогов, исследуется спортивный блогинг как форма популяризации сферы спорта. На основании изучения основных особенностей блогинга как вида деятельности автор приходит к выводу, что подобная форма информационной активности является эффективным способом онлайн-присутствия спортсмена в целях пропаганды физической культуры и массового спорта.

**Ключевые слова:** блог; спорт; спортивный блогинг; Интернет; новые медиа.

## SPORTS BLOGGING: KEY FEATURES AND TRENDS

*S. A. Popov*

*Derzhavin Tambov State University,  
33, Internatsionalnaya Str., 392000, Tambov, Russia  
Corresponding author: S. A. Popov (post@tsutmb.ru)*

*Research advisor – A. V. Prokhorov,  
doctor of Philology, associate professor*

The article examines the essence of blogging in Internet communication, analyzes the information content of blog platforms, systematizes ideas about

blogging as one of the central communicative genres in a multimedia environment, identifies the advantages of covering sports topics through blogging, explores sports blogging as a form of popularization of sports. Based on the study of the main features of blogging as an activity, the author comes to the conclusion, that such a form of information activity is an effective way of an athlete's online presence in order to promote physical culture and mass sports.

**Key words:** blog; sports; sports blogging; Internet; new media.

XXI век связан с интенсивным развитием информационных технологий, которые определили направления развития медиакоммуникаций. В массовое пользование внедряется информационно-коммуникативная сеть Интернет. Технологии привнесли новое и применительно к формам взаимодействия с целевой аудиторией. Новой формой распространения массовой коммуникации становится блог. По сути блог представляет собой интернет-дневник, ведение которого осуществляется в публичном пространстве. Открытость вовлекает аудиторию в дискуссию с автором, оставляя за читателями право оставлять комментарии к постам или резюмировать точку зрения на собственных интернет-платформах. Информационный контент также может использоваться как справочное пособие или выступать источником экспертных мнений.

Как форма коммуникации с целевой аудиторией блог обладает рядом преимуществ перед иными способами эффективного взаимодействия в сети Интернет. К числу выгодно отличающих свойств можно отнести: высокоскоростной информационный обмен данными между автором и аудиторией, возможность трансляции сообщений широкой аудитории, не ограниченной по числу лиц, большой объем контента, включающий файлы мультимедиа, возможность постраничного просмотра и перехода к ранее опубликованным записям, простоту операций по добавлению новой информации и т. п. [3, с. 49]. Характерной чертой блогинга как информационной платформы в сети Интернет является функция самопрезентации и интенсивного обмена информацией.

В настоящее время блогеров приравнивают к СМИ и причисляют к «новым медиа». Новая коммуникационная среда становится многофункциональным средством передачи информационного контента [1, с. 283]. Новые медиа отличаются постоянной взаимной коммуникацией против односторонней, последовательной и иерархической связи письменно-печатной культуры. Блогинг оказывает огромное влияние на характер передачи информации в современном обществе и демон-

стрирует широкий потенциал для применения в различных сферах деятельности, в том числе и в сфере спорта. Спортивные блоги занимают центральное место в дискурсе новых медиа, посвященных данной тематике. Как средство трансляции информации блог наиболее соответствует освещению спортивных мероприятий и событий в сфере физической культуры и спорта. Замещение письменно-печатных сообщений аудиовизуальными средствами массовых коммуникаций вывело спортивную индустрию на новый уровень с точки зрения ее медиатизации. Информационное продвижение организации и функционирования соревнований способствует популяризации сферы физической культуры и спорта.

Использование новых медиа в освещении мероприятий спортивной индустрии позволяет более объемно передать картину события, обеспечивает эксклюзивность материалов, возможность узнать точку зрения конкретного спортсмена и ознакомиться с особенностями внутренних правил клуба, что в целом повышает лояльность аудитории, формирует у читателей познавательный интерес к анонсируемому событию, популяризирует сферу спорта [2, с. 83].

Блогинг позволяет получить дефицитную «живую» информацию [4, с. 97]. Традиционно СМИ освещают спортивные события в контексте иных сфер общественной жизни, таких как экономика, политика и культура. Внимание сосредоточено в основном на репрезентации спортивных результатов, отдельных деталях биографии спортсменов, политической природе феномена. Причем журналисты, будучи включенными в единую глобальную информационную систему, используют в своей деятельности выборку из блогосферы. Блогинг, являясь средством социальной коммуникации, также в первую очередь реализует информационную функцию. Ключевое отличие в том, что СМИ объективно освещают ситуацию в области спорта и формируют общественное мнение о спортивной индустрии в целом. При ведении блога в большей степени внимание направлено на индивидуальный рост конкретного спортсмена, чем на функционирование спорта как социального института. При этом интернет-платформе присущи элементы интерактивности, посредством которых читатель оказывается вовлечен в коммуникативный процесс. Аудитория получает возможность обратиться напрямую к авторам блога. Платформа не только отражает сферу спорта изнутри, но и побуждает читателя к активному участию и взаимодействию. Двусторонний обмен информацией предоставляет аудитории возможность

напрямую влиять на содержание контента. Право на свободу выражения своего мнения предоставлено каждому пользователю Сети, который вовлечен и в процесс формирования информационного материала, что способствует выявлению истинных потребностей аудитории.

Блогинг позволяет делиться спортивным опытом, достижениями, размещать информацию о режиме тренировок и распорядке дня лиц, профессионально занимающихся спортом. Отсутствие посредников в лице журналистов и редакторов способствует формированию у читателей ощущения причастности к спортивным мероприятиям и жизни спортсменов. Таким образом, спортивному блогингу присущи такие функции, как развлекательная, коммуникативная и функция социализации. Однако информационный фактор продолжает оставаться основным по степени влияния на аудиторию [5, с. 106].

Характерные особенности блогосферы позволяют оперативно реагировать на события в современной индустрии спорта. Блогинг как форма взаимодействия с целевой аудиторией способен помочь физкультурно-спортивным организациям выйти на новый уровень отношений с общественностью и ее отдельными группами. Спортивный блогинг может рассматриваться как инструмент, способствующий самоопределению индивида в спортивной сфере, выступать эффективным средством популяризации физической культуры, массового спорта, ценностей здорового образа жизни.

### Библиографические ссылки

1. *Пак Е. М.* Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. Сер. 9. 2011. Вып. 2. С. 283–292.
2. *Паутов А. Д., Валитова Н. Р.* Особенности продвижения сферы спорта в сети интернет (на примере блогосферы) // Научные труды Сибир. гос. ун-та физической культуры и спорта. 2017. Т. 20. № 1. С. 80–84.
3. *Паутов А. Д., Пушкарева Л. Г.* Блог о спорте как современный способ публицити // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 4 (38). С. 48–52.
4. *Эшкинина У. Ю.* Жанрово-тематические особенности российских спортивных блогов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. №1. С. 96–118.
5. *Ягудина А. Р.* Блогеры как регуляторы общественного мнения // Мир науки и мысли. The World of Science and Ideas. 2023. №2. С. 105–112.