Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Влияние социальных сетей на формирование образа спортивного обозревателя

Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна

Смирнов Николай Александрович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: nicksmirnov2001@gmail.com

В современном мире социальные сети стали неотъемлемой частью жизни многих людей. Они предоставляют возможность обмениваться информацией, общаться с друзьями и знакомыми, а также следить за новостями и событиями. Спортивные обозреватели не стали исключением — они также используют социальные сети для продвижения своего контента и взаимодействия с аудиторией.

Одним из основных преимуществ использования социальных сетей спортивными обозревателями является возможность привлечения новой аудитории. Социальные сети позволяют охватить более широкую аудиторию, чем традиционные медиа-платформы, такие как телевидение или радио. Это может быть особенно полезно для молодых и начинающих обозревателей, которые только начинают строить свою карьеру. Кроме того, социальные сети предоставляют спортивным обозревателям возможность более тесно взаимодействовать с аудиторией. Они могут отвечать на комментарии, проводить опросы и обсуждения, а также получать обратную связь от своих читателей. Это помогает им лучше понимать потребности и интересы своей аудитории, а также адаптировать свой контент под эти потребности[1].

Однако, несмотря на все преимущества, социальные сети также могут оказывать негативное влияние на формирование образа спортивного обозревателя. Например, некоторые обозреватели могут столкнуться с проблемой «фейковых» подписчиков или «ботов». Это может привести к искажению статистики и созданию ложного впечатления о популярности обозревателя. Кроме того, социальные сети могут стать источником критики и негатива со стороны аудитории. Обозреватели могут столкнуться с негативными комментариями, троллингом или даже хейтингом. Это может негативно сказаться на их эмоциональном состоянии и мотивации [2]. Ещё одной проблемой, связанной с использованием социальных сетей, является риск потери профессиональной объективности. Обозреватели могут столкнуться с давлением со стороны аудитории или рекламодателей, которые могут попытаться повлиять на их мнение или контент.

В целом, определим позитивное и негативное влияние социальных сетей на формирование образа спортивного обозревателя. К позитивному влиянию безусловно можно отнести следующее[3]:

1. Расширение аудитории. Социальные сети позволяют спортивным обозревателям привлекать новых читателей и зрителей. Это может способствовать росту популярности и узнаваемости автора, а также увеличению количества подписчиков.

2. Взаимодействие с аудиторией. Социальные сети предоставляют возможность общаться с читателями и зрителями, отвечать на их вопросы и комментарии. Это помогает установить более тесную связь между автором и аудиторией, что может положительно сказаться на восприятии образа спортивного обозревателя.

3. Продвижение контента. Социальные сети позволяют спортивным обозревателям продвигать свои материалы, размещать ссылки на статьи, видео и другие форматы контента. Это может способствовать повышению узнаваемости автора и привлечению новых читателей.

4. Обмен опытом. Социальные сети предоставляют возможность обмениваться опытом с коллегами и другими специалистами в области спорта. Это может способствовать развитию профессиональных навыков и улучшению качества материалов.

Негативное влияние представляет собой [4]:

1. Недостоверная информация. В социальных сетях может распространяться недостоверная информация, которая может повлиять на восприятие образа спортивного обозревателя. Например, если автор публикует материалы, основанные на слухах или непроверенных данных, это может снизить доверие аудитории.

2. Спам и реклама. Социальные сети могут быть заполнены спамом и рекламой, которые могут отвлекать аудиторию от основного контента. Это может снизить качество восприятия образа спортивного обозревателя.

3. Нежелательное внимание. Социальные сети могут привлечь нежелательное внимание к автору, например, со стороны недоброжелателей или конкурентов. Это может создать негативный образ спортивного обозревателя.

В целом, социальные сети могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние на формирование образа спортивного обозревателя. Важно понимать, как использовать социальные сети для продвижения своего контента и взаимодействия с аудиторией, чтобы избежать негативных последствий.

Источники и литература

- 1) Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. - М.: Аспект пресс, 2021. - 29 с.
- 2) Ильченко, С.Н. Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного взаимодействия / Вестник Санкт-Петербургского университета: Язык и литература, 2009. – С. 56.
- 3) Исаков, А.Е. Взаимосвязь спорта и социальных сетей / А. Е. Исаков. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 32 (479). — С. 126.
- 4) Колесниченко, А.В. Практическая журналистика. 15 мастер-классов. Учебное пособие / А.В. Колесниченко. - Москва: Гостехиздат, 2023. - 51 с.