

ББК 76.0
УДК 316.77

*Ю. С. Минакова, В. В. Синуцкая
Y. Minakova, V. Sinitskaya
г. Челябинск, ЮУрГУ
Chelyabinsk, SUSU*

**ИССЛЕДОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ СМИ СПОРТИВНОЙ ТЕМАТИКИ,
ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАИМИДЖА
Г. ЧЕЛЯБИНСКА
RESEARCH OF SPORTS MEDIA MATERIALS INFLUENCING
THE FORMATION OF THE MEDIA IMAGE OF THE CITY OF
CHELYABINSK**

Аннотация: Рассматривается роль СМИ в формировании спортивного медиаобраза города Челябинска. Авторами проведен контент-анализ материалов спортивной тематики региональных редакций: Комсомольская правда – Челябинск, ОТВ, 74.ru и Южноуральская панорама. В статье определены основные количественные и качественные показатели: число публикаций, коэффициент вовлеченности, среднее число просмотров, основные темы, тональность сообщений и другие. Исследование позволяет сделать вывод о сформированном положительном спортивном медиаимидже Челябинска.

Ключевые слова: медиаимидж; имидж; СМИ; спорт; Челябинск.

Abstract: The role of the media in the formation of the sports media image of the city of Chelyabinsk is considered. The authors conducted a content analysis of materials on sports topics from regional editorial offices: Komsomolskaya Pravda – Chelyabinsk, OTV, 74.ru and Yuzhnouralskaya Panorama. The article defines the main quantitative and qualitative indicators: number of publications, engagement rate, average number of views, main topics, tone of messages and others. The study allows us to conclude that a positive sports media image of Chelyabinsk has been formed.

Keywords: media image; image; mass media; sports; Chelyabinsk.

Средства массовой информации отражают все сферы общественной жизни. Невозможно представить отсутствие контакта человека со СМИ. Они играют важную роль в формировании и трансформации общественного сознания, влияют на выстраивание имиджа различных объектов. В связи с этим появился термин «медиаимидж», которым может обладать человек, предприятие, территория и т. д.

Территория может иметь разный имидж в зависимости от сферы ее жизнедеятельности (спорт, культура, образование, экология). Рассмотрим, как влияет спорт на медиаимидж Челябинска. Спорт оказывает значительное влияние на формирование имиджа региона, так как спортивные события привлекают внимание медиа и публики. Изучение образа города в данной области помогает анали-

зировать влияние спорта на его экономику и социальную сферу. Спортивные мероприятия могут привлечь туристов, инвесторов, создать рабочие места, помочь в развитии инфраструктуры и способствовать развитию спортивного туризма [1]. Также активное освещение темы спорта в СМИ может стимулировать здоровый образ жизни, повысить уровень физической активности и улучшить качество жизни челябинцев.

Практическая значимость исследования роли СМИ в формировании спортивного медиаобраза города Челябинска состоит в том, что полученные данные можно использовать при разработке стратегии развития спортивной сферы Челябинска, улучшения его имиджа и привлечения новых возможностей.

Исследование формируемого средствами массовой информации медийного образа Челябинска как спортивного города проводилось на основе анализа материалов следующих редакций и информационных порталов: Комсомольская правда – Челябинск, ОТВ, 74.ru и Южноуральская панорама. Период исследования публикаций: с 1 мая по 31 июля 2023 года. Для отбора журналистских материалов был сформирован список ключевых слов (футбол, хоккей, биатлон, баскетбол, теннис, волейбол, атлетика, гимнастика, бокс, дзюдо, шахматы, спорт, физкультура, турнир, финал, ничья, кубок, чемпионат, соревнования и др.).

В рамках исследования материалов редакции Комсомольская правда – Челябинск проанализирован спортивный контент на таких онлайн-площадках, как официальный сайт, сообщество ВКонтакте, страница редакции в Одноклассниках и на Дзен, а также на канале в Telegram [2]. Общее количество публикаций составило 214 единиц. Больше всего постов отмечено во ВКонтакте и на официальном сайте, 74 и 71 материал соответственно.

В ходе исследования также были определены показатели вовлеченности аудитории в контент и число просмотров. Средний коэффициент вовлеченности читателей очень низкий. Челябинцы не проявляют активность на публикациях спортивной тематики. Наибольшая вовлеченность приходится на сообщество Комсомольской правды в Telegram – 0,2 %, при этом больше всего просмотров материалов в социальной сети ВКонтакте – около 3,2 тыс.

Анализ контента издания позволил выделить наиболее популярные виды спорта. Ими стали хоккей и баскетбол. Таким образом, видно, что редакция уделяет больше всего внимания наиболее зрелищным и активно поддерживаемым администрацией и жителями города видам спорта.

Преобладающее число новостей на сайте публикуется в положительном ключе. Редакция гордится успехами спортсменов и проведением в регионе соревнований высочайшего уровня. Отрицательная коннотация присутствует в новостях редко. За период исследования всего было опубликовано 15 материалов с отрицательной коннотацией (с учетом дублирования), то есть 7 % от общего числа публикаций.

Наиболее часто редакция Комсомольская правда – Челябинск публикует анонсы соревнований, информацию о победах челябинских спортсменов, команд и проводимых награждениях, а также о подписанных соглашениях и контрактах из спортивного мира региона. Заголовки редакции в большинстве случаев конкретные и нейтральные.

Таким образом, редакция Комсомольская правда – Челябинск формирует медиаобраз Челябинска как спортивного города. Анализ материалов редакции показал, что в регионе большое внимание уделяется развитию спорта. Журналисты Комсомольской правды сообщают, что занятие спортом в городе – это доступное для всех желающих направление.

В рамках анализа спортивного контента информационного агентства ОТВ рассматривались такие онлайн-площадки, как официальный сайт, сообщество ВКонтакте и Telegram-канал [3]. Всего было размещено 296 материалов на спортивную тематику. Лидирующую позицию по числу публикаций занял официальный сайт. Самыми упоминаемыми видами спорта на онлайн-площадках стали хоккей и дзюдо. Больше всего аудитория редакции читала материалы в Telegram. Коэффициент вовлеченности также низкий, он составляет 0,2 %.

ОТВ информирует челябинцев о последних новостях в области спорта. Отрицательный тон у медиахолдинга отсутствует, новости имеют положительную коннотацию. В целом анализ материалов ОТВ показал, что в Челябинской области активно развивается инфраструктура и спортивная материальная база.

Следующим источником исследования послужило сетевое издание 74.ru [4]. Количество спортивных новостей за указанный временной промежуток составило 148 единиц. Проанализирован не только сайт 74.ru, но и аккаунты издания в соцсетях. Контент на всех онлайн-площадках дублируется, отличается только количество размещенных публикаций.

На рис. 1 представлены основные темы спортивных сообщений. Самыми популярными видами спорта по количеству упоминаний на онлайн-площадках издания стали дзюдо и хоккей.

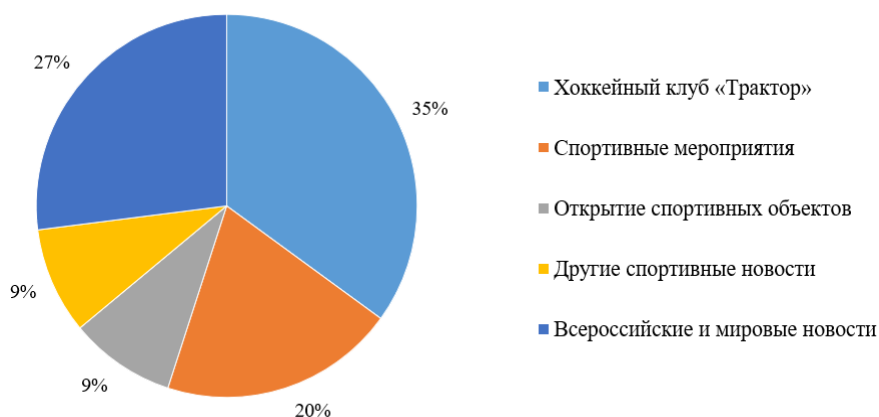


Рис. 1. Процентное соотношение основных тем на портале 74.ru

Спортивные новости на 74.ru вызывают положительный, но низкий отклик у аудитории. Изданию важно привлечь внимание, повысить интерес читателей, тем самым увеличив показатели вовлеченности. Поэтому журналисты часто публикуют скандальные новости либо используют яркие и сенсационные заголовки для нейтральных спортивных новостей, что увеличивает показатели за счет ак-

тивной обратной связи с негативным оттенком. Средний коэффициент вовлеченности читателей низкий. Наибольшее число просмотров и процент вовлеченности приходятся на Telegram-канал – 16 000 и 0,5 % соответственно.

Информация, публикуемая 74.ru, освещается в нейтральном ключе. Полного обзора спортивной жизни города издание не дает. Большую часть информационной повестки занимают всероссийские и мировые новости, а многочисленные региональные упускаются, что не способствует формированию имиджа Челябинска как спортивного города.

При исследовании портала «Южноуральская панорама» изучено 65 материалов спортивной тематики [5]. Журналистские материалы отобраны в разделе «спорт» на официальном сайте и по ключевым словам в социальных сетях. Больше всего постов было опубликовано в официальной группе ВКонтакте.

Основными темами сообщений на сайте стали проводимые в регионе спортивные мероприятия и интервью с челябинскими спортсменами. В социальных сетях издания публикуются новостные сообщения с сайта в более сжатой форме: «выжимки» из интервью, небольшие анонсы предстоящих мероприятий. Как и в остальных СМИ, показатели вовлеченности аудитории портала низкие – около 0,15 % в Telegram, указанный мессенджер лидирует по числу просмотров.

У «Южноуральской панорамы» прослеживается тенденция к использованию неоднозначных заголовков, по которым трудно сразу понять, о чем пойдет речь в статье. В издании мало освещается тема спорта. На это может быть несколько причин. Первая – недостаток читательского интереса. Вторая – приоритеты самой редакции. «Южноуральская панорама» сосредоточилась на освещении социальных проблем и событий города, имеющих большее значение для жителей города.

Итогом статистического анализа стало составление столбчатой диаграммы помесечного распределения публикаций на спортивную тематику на онлайн-площадках редакций СМИ (рис. 2). На диаграмме видно, что больше всего материалов было размещено редакцией ОТВ.

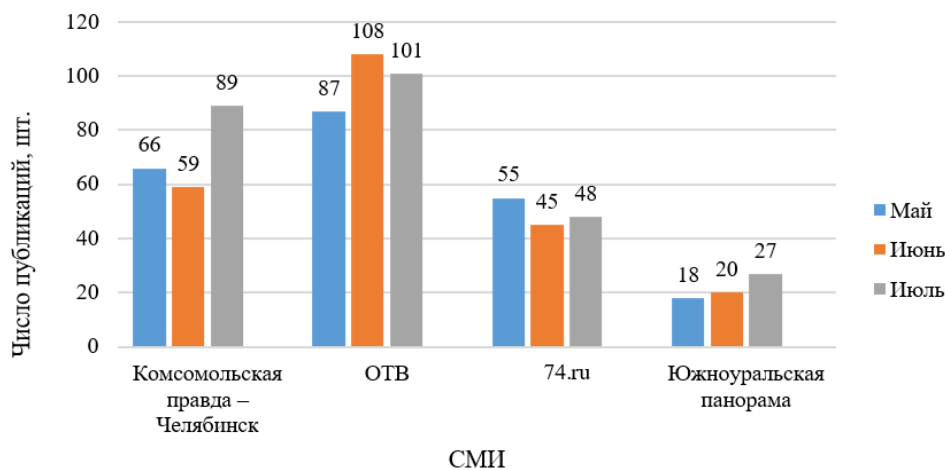


Рис. 2. Размещение публикаций в СМИ по месяцам

По итогам анализа 723 материалов на спортивную тематику можно сделать вывод, что спорту в регионе уделяется большое внимание. Все-таки Южный Урал всегда был и остается одним из самых спортивных регионов России, а Челябинск по праву считается флагманом в развитии физической культуры и спорта.

Гордость города – спортивная команда «Трактор» по хоккею, спортивный клуб «Динамо», баскетбольный клуб «Челбаскет» и школы олимпийского резерва по многим видам спорта. Именно им уделяется больше всего внимания в СМИ [6].

СМИ играют важную роль в информировании общественности о предстоящих спортивных мероприятиях и последних новостях в области. Использование средствами массовой информации спортивной тематики выступает эффективным инструментом совершенствования медиаимиджа региона, поскольку в большинстве случаев раскрывает его с положительной стороны.

Исследование определило, что показатели вовлеченности на спортивных материалах в СМИ крайне низкие. Это может быть связано с тем, что существует большое количество специализированных изданий, где и сосредоточено наибольшее количество заинтересованных в спортивных новостях читателей, а среди пользователей более массовых СМИ они составляют низкий процент.

Несмотря на малую заинтересованность в подобной тематике, издания города продолжают рассказывать о его спортивной жизни, благодаря чему Челябинск имеет положительный спортивный имидж в СМИ.

Регион не стоит на месте и активно развивает спортивную сферу. Городской Думой утверждена Стратегия социально-экономического развития города на период до 2035 года [7]. В нее включены все требующие внимания аспекты – от улучшения материально-технической базы до увеличения количества занимающихся физкультурой и спортом и пропаганды здорового образа жизни.

Библиографический список

1. Амбарова, П. А. Значение крупных спортивных мероприятий в развитии территорий / П. А. Амбарова, М. Э. Мустафаев // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы V Международной научно-практической конференции : в 2 т. Т. 1. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2019. – С. 8–12.
2. Сетевое издание «Комсомольская правда». – URL: <https://www.chel.kp.ru/> (дата обращения: 11.05.2023).
3. Сетевое издание «www.1obl.ru». – URL: <https://www.1obl.ru/> (дата обращения: 20.05.2023).
4. Сетевое издание «74.ру». – URL: <https://74.ru/> (дата обращения: 02.06.2023).
5. Сетевое издание «Южноуральская панорама Онлайн». – URL: <https://up74.ru/> (дата обращения: 24.06.2023).
6. Приветствие начальника Управления по физической культуре и спорту Администрации г. Челябинска Максима Сергеевича Клещевникова. – URL: <http://74-sport.ru> (дата обращения: 27.07.2023).

7. Стратегия социально-экономического развития города Челябинска на период до 2035 года. – URL: <https://cheladmin.gov74.ru> (дата обращения: 27.07.2023).