



sochi.ru
2014 

Олимпийское движение и новые медиа

Энди Миа, Лев Белоусов, Александр Золотарев

Москва
Издательство «Планета»
2015

УДК 796/799
ББК 75.4
О-54

О-54 **Миа Энди, Белоусов Лев, Золотарев Александр**
Олимпийское движение и новые медиа – М.: ПЛАНЕТА, 2015. – 192 с.:
ил. – (Библиотека Российского международного олимпийского универси-
тета).

ISBN 978-5-903162-61-1

Книга знакомит с развитием интернет-среды и новых медиа во взаимосвязи с ведущим глобальным спортивным мероприятием, каковым являются Олимпийские игры. Особое внимание уделено анализу реакции МОК на «цифровую революцию» и тех действий, которые предпринимаются для обращения этих перемен во благо олимпийского движения.

Для студентов и преподавателей высших учебных заведений, сотрудников спортивных федераций, союзов и клубов, всех тех, кто занимается изучением спортивной индустрии, области медиа и коммуникаций.

**УДК 796/799
ББК 75.4**

© Энди Миа, Лев Белоусов,
Александр Золотарев, 2014
© АНО «РМОУ», оригинал-макет
серии «Библиотека РМОУ»,
оригинал макет книги, издание
книги на русском языке, 2015
© ООО «Издательство «Планета»,
оформление, 2015

ISBN 9978-5-903162-61-1

Олимпийское движение и новые медиа

«Цифровая революция», зарождавшаяся на рубеже веков и бурно развивающаяся в начале нашего столетия, существенно повлияла на коммуникационные процессы между людьми. По мере совершенствования технологий эти изменения углубляются. С развитием сети Интернет появились принципиально новые средства общения и массовой информации, такие как социальные сети и мультимедиа-порталы. Новые медиа стремительно завоевывают аудиторию, что позволяет говорить, с одной стороны, о нарастающей конкуренции с привычными СМИ в лице телевидения, радио, газет и журналов, а с другой – о взаимопроникновении новых и традиционных СМИ, в результате которого рождаются синтетические формы коммуникаций.

Трудно переоценить значимость этих изменений с точки зрения Олимпийских игр. Ведь это самое масштабное на планете, глобальное шоу «делают» не только спортсмены, общественные деятели и менеджеры, но и средства массовой информации. Вернее, именно медиа делают их в первую очередь: без этого канала была бы невозможна связь Игр с многомиллиардной аудиторией. Ключевую роль здесь традиционно играет телевидение, обеспечивая базис олимпийского движения (и финансовый в том числе). Новые медиа если и не поколебали пока позиции традиционных, то демонстрируют потенциал к этому. И не случайно Международный олимпийский комитет (МОК) объявил первоочередной задачей переустройства олимпийского движения с учетом текущих и прогнозируемых последствий «цифровой революции».

В книге «Олимпийское движение и новые медиа» рассматриваются тенденции развития цифровых медиа и изменения, которые они приносят – в смысле даже более широком, нежели только область спорта и Олимпийских игр.

Энди Миа, заведующий кафедрой научной коммуникации и цифровых медиа на факультете окружающей среды и естественных наук Сэлфордского Университета в Манчестере, Великобритания.

Лев Белоусов, ректор Российского Международного Олимпийского Университета, профессор, доктор исторических наук.

Александр Золотарев, преподаватель кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

Содержание

Предисловие	8
1. Эволюция медиа и Олимпийские игры	12
2. Олимпийское движение 2.0	36
3. Цифровая революция в спортивной индустрии и реакция Международного олимпийского комитета.	49
4. Монетизация интернет-ресурсов олимпийского движения	67
5. Ванкувер-2010. Flickr и подъем гражданской журналистики	83
6. Лондон-2012. Олимпийские игры в стиле твит	91
7. Сочи-2014. Instagram и мобильные медиа	111
8. Спонсоры Олимпиад и их маркетинговые кампании	138
Заключение	148
<i>Список литературы</i>	<i>150</i>
<i>Алфавитный указатель</i>	<i>159</i>