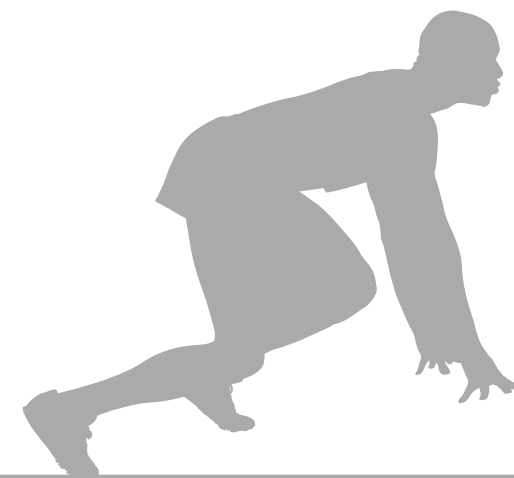


# CZY SPORTOWCOWI POTRZEBNE SĄ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE?



## MICHAŁ ZAWADA

Urodzony 1973 r. w Warszawie.

Absolwent dziennikarstwa radiowego Warszawskiego Centrum Dziennikarstwa oraz Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Autor *Subiektywnego Podcastu Sportowego* oraz wielu audycji radiowych. Dziennikarz, specjalista mediów społecznościowych.

Doświadczenie w Social Media:

Nike Polska - (2009-2015) - twórca profilu FB Nike Football (od początku do około miliona użytkowników).

Administrator i twórca licznych profili polskich sportowców, wydarzeń sportowych, kulturalnych oraz profili komercyjnych, między innymi: Roberta Lewandowskiego, Roberta Kubicy, Wojciecha Szczęsnego, Super Meczu (wydarzenia z udziałem drużyn FC Barcelona, Real Madryt, Borussia Dortmund, Athletic Bilbao, PSV Eindhoven i wiele innych), Memoriału Kamili Skolimowskiej, ośrodków narciarskich, etc.

Odpowiedzialny za konta Związku Piłki Ręcznej w Polsce i HighFive na Twitterze.

Twórca kampanii sprzedażowych i reklamowych w mediach społecznościowych.

Każdy, niezależnie od tego czym się zajmuje zawodowo, prywatnie, czy jaką dyscyplinę sportu uprawia, zanim założy profil na Facebooku, Instagramie, czy Twitterze, powinien odpowiedzieć sobie na zasadnicze pytanie: Czy naprawdę jest mi to potrzebne? A jeśli tak, to do czego i po co?

Tutaj spróbujemy odpowiedzieć na te pytania z punktu widzenia młodego sportowca stojącego u progu kariery zawodniczej.

Musimy pamiętać o tym, że kariera sportowca w XXI wieku to nie tylko przygotowanie fizyczne, mentalne, treningi, dieta i wszystko to, co doprowadza nas na linię startu, ale również kontakty z mediami, sponsorami i kibicami. To kreowanie swojego wizerunku jako sportowca od samego początku kariery. Co może nam w tym pomóc bardziej niż media społecznościowe, nad którymi jesteśmy w stanie panować niemal w 100%? To tu możemy publikować interesujące, w pełni autentyczne treści, które odpowiadają naszej osobowości, pasji i specyfice uprawianej dyscypliny. To w nich pokazujemy nasz wysiłek, charakter,



Bartosz Tyszkowski - stypendysta Funduszu Natalii Partyki - I edycja

treningi i starty, zanim zainteresują się nami lokalni dziennikarze, czy w końcu ogólnopolskie media.

Tym, co najlepiej i najrzetelniej buduje pozycję i wizerunek sportowca są oczywiście jego wyniki. Ale zanim staniemy na podium w poważnych zawodach, musimy się do tego przygotować – również z medialnego punktu widzenia. Nie ma do tego lepszej przestrzeni niż media społecznościowe.

### Do czego możemy wykorzystać media społecznościowe?

Każdy sportowiec, ze względu na etap swojej kariery, potrzebuje i używa mediów społecznościowych do innych celów. Inaczej będzie korzystał z nich zawodnik o znaczącym dorobku, wielu tytułach, z kilkoma kontraktami i zobowiązaniami sponsorskimi, a inaczej sportowiec stojący u progu kariery.

Będąc na początku kariery, potrzebujemy mediów społecznościowych przede wszystkim do:

- informowania o naszych startach i osiągniętych wynikach,
- komunikacji z mediami lokalnymi i dziennikarzami,
- budowania i kreowania swojego wizerunku,
- komunikacji z kibicami,
- budowy społeczności fanów,
- pozyskiwania sponsorów oraz tworzenia przestrzeni dla nich.

Żeby profil w mediach społecznościowych był atrakcyjny dla kibiców, mediów, sponsorów musi on być przede wszystkim autentyczny, aktualny, tworzony przez sportowca lub z jego znaczącym udziałem. Treści na nim publikowane muszą odzwierciedlać osobowość zawodnika oraz specyfikę jego dyscypliny.

## Jakie treści publikować?

Na początkowym etapie kariery warto zastanowić się nad tym, jakie cechy charakteryzują nas jako człowieka i sportowca. Kiedy je określimy, starajmy się podkreślać je w komunikacji w mediach społecznościowych. To czy będzie to pracowitość, poświęcenie, odwaga, szybkość, siła, wytrzymałość, umiejętność koncentracji, poczucie humoru, cierpliwość, czy inna z cech, zależy będzie od samego sportowca i jego osobowości. Ważne, żeby przekaz był w 100% szczerzy i autentyczny.

Z punktu widzenia rozwoju kariery młodego sportowca ważne jest, aby treści publikowane w mediach społecznościowych:

- podkreślały nasze mocne strony, wybrane cechy charakteru wpływające na wizerunek, jaki chcemy zbudować,
- komunikowały o startach, treningach, osiągniętych wynikach, rywalizacji, realizacji celów, podkreślając sportowy profesjonalizm zawodnika,
- pokazywały sportową aktywność spoza uprawianej dyscypliny sportu, w czasie poza treningami i startami: bieganie, rower, pływanie, narty, sporty zimowe, sporty wodne, etc,
- podkreślały zdrowy tryb życia, prawidłowe odżywianie, umiejętność gotowania, etc,
- pokazywały pasje, hobby zawodnika,

- obrazowały innowacje treningowe, ciekawostki wprowadzane do treningu, urozmaicenia, triki, nowe umiejętności wynikające z uprawianej dyscypliny,
- zabawne sytuacje z życia sportowca – treningowe, startowe, dowcipy kolegów, etc,
- stanowiły komunikację krzyżową z kolegami z klubu, reprezentacji, innych dyscyplin, (ważne jest oznaczanie się nawzajem, etc),
- dokumentowały otrzymywanie sprzętu sportowego (zgodnie z kontraktami klubowymi lub indywidualnymi).

Jest również komunikacja niepożądana, która może powodować kryzysy w naszych mediach społecznościowych lub nawet nam szkodzić.

## Czego w związku z tym unikać?

- spamu, zbyt częstego wrzucania treści podobnych do siebie i treści o charakterze prywatnym,
- złej jakości zdjęć i materiałów wideo,
- wpisów niosących ryzyko wygenerowania kryzysu, czyli dotyczących religii, polityki, używania broni palnej (poza bronią sportową na strzelnicy), pokazywania imprez, na których pojawia się na zdjęciach alkohol, zdjęć na których jemy posiłki, wpisów krytykujących innych sportowców, polemiki z mediami i dziennikarzami w mediach społecznościowych.

Ponadto musimy uważać na lokowanie logotypów różnych produktów i marek, z którymi nie jesteśmy związani kontraktem.

Media społecznościowe to nie tylko Facebook. Jeśli mamy dostęp do dobrych zdjęć, lubimy je robić, współpracujemy z dobrymi fotografami, to korzystamy z Instagrama, który w tej chwili w Polsce jest najszybciej rozwijającym się medium społecznościowym. Do krótkich komunikatów dla mediów, do komunikacji z innymi sportowcami wykorzystujemy Twittera, najszybszego obecnie medium na świecie.

Nie należy się obawiać używania mediów społecznościowych. Prowadząc je rozsądnie, możemy dzięki nim odnosić wiele korzyści. Poza tym, jeśli osiągniemy sukces sportowy, to i tak pojawią się dziesiątki fałszywych profili żyjących własnym życiem i podszywających się pod nas. Dobrze jest więc panować nad tym od samego początku kariery sportowej, unikając w komunikacji nieporozumień, problemów czy dezinformacji.



Stypendiści Funduszu Natalii Partyki - I edycja