

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ТУБОЛЬЦЕВА Дарья Александровна

История развития интернет-портала «Чемпионат.com» в контексте становления
спортивной сетевой журналистики в России

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
кандидат филологических наук,
доцент К.А. Алексеев

Вх. №_____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...

Введение

Спортивная интернет-журналистика берет свое начало на заре развития интернета, когда первые «продвинутые» болельщики того или иного вида спорта начали заводить персональные странички, наполняя их статистической информацией, создавали фанатские форумы. Учитывая стойкий интерес к спорту как со стороны государства, так и со стороны массового зрителя, современные издания в начале XXI века гораздо больше времени и финансовых потоков направляют на освещение спортивных тем. После исторических успехов на Олимпиаде 2014 года в Сочи интерес к спорту многократно возрос, что дало дополнительный стимул к развитию спортивных СМИ, которым необходимо на высоком уровне освещать интересующие людей события и проблемы спорта в России.

Сегодня одной из наиболее интенсивно развивающихся отраслей спортивной журналистики являются интернет-СМИ. Новости о результатах соревнований, оперативные интервью, репортажи с места событий, информация о смене команды спортсменом – все это первыми публикуют именно интернет-издания, а не традиционные медиа. Однако спортивные сетевые издания пока мало изучены. Это связано, в первую очередь, с тем, что интернет развивается настолько стремительно, что исследовать онлайн-СМИ нужно регулярно, отслеживая изменения буквально каждый месяц, чтобы не отстать от темпов, с которыми появляются и реализуются новые идеи,

технические изобретения и содержательно-тематические тренды.

В нашем исследовании мы обращаемся к тем спортивным СМИ, которые рассказывают о профессиональном спорте и спорте высоких достижений, оставляя в стороне издания о здоровом образе жизни и смежных областях физической культуры. Особенно пристально мы рассматриваем историю развития спортивного интернет-издания Чемпионат.com как самого популярного российского спортивного медиа в сети.

Российские спортивные СМИ, как собственно и российский спорт, на современном этапе находятся в режиме адаптации к реалиям XXI века, к новым требованиям аудитории, сформировавшимся в условиях общества, более открытого и глобализованного чем когда-либо. В этих условиях структура российских онлайн-изданий по-прежнему неоднородна: некоторые СМИ игнорируют новые форматы, жанры, интернет-платформы, предпочитая методы традиционной журналистики. Другие – такие как Чемпионат.com – открывают новые возможности не только для спортивных медиа, но и для онлайн-журналистики в целом, используя самые современные мобильные технологии и мультимедийные форматы.

Актуальность исследования обусловлена значительной популярностью спорта, которая в связи с проведением в России крупных международных спортивных мероприятий с каждым годом становится только больше. Спортивная журналистика удовлетворяет интересы миллионов людей, которые хотят ежедневно получать информацию о своих кумирах и любимых командах.

Исследование наиболее популярного российского интернет-СМИ имеет и **практическую значимость**: оно позволяет выявить недостатки и недоработки издания, приоритетные направления в его развитии и потенциальные возможности для роста. Изучение работы спортивных интернет-СМИ, специфики внедрения новых технологий в их работу, а также трансформации жанров в условиях конвергенции поможет понять, куда движется российская спортивная журналистика и каких материалов ждут от нее спортивные болельщики в России.

Научную новизну выпускной квалификационной работы определяет

проведенный в работе анализ специфических типологических характеристик спортивных интернет-СМИ, до сих пор недостаточно изученных исследователями спортивной журналистики, а также впервые проведенный подробный анализ опыта работы крупнейшего онлайн-издания России о спорте за последние десять лет.

Объект исследования – функционирование специализированных спортивных онлайн-ресурсов в России в начале XXI века.

Предмет исследования – структурно-типологические характеристики и специфические особенности спортивного интернет-издания «Чемпионат.com» как ведущего СМИ российской спортивной онлайн-журналистики.

Цель работы – выявить тенденции и особенности развития современной спортивной журналистики в российском интернет-пространстве, проанализировав сходства и различия в работе крупнейших спортивных сетевых медиа России начала XXI века.

Задачи исследования:

- проанализировать исторический аспект развития спортивной интернет-журналистики в России;
- описать современное состояние медиарынка спортивных онлайн-СМИ;
- выявить особенности спортивной интернет-журналистики в специализированных и общественно-политических изданиях России;
- проследить развитие интернет-издания «Чемпионат.com» от возникновения до наших дней, выделить основные этапы и ключевые моменты его эволюции.

Теоретико-методологическую базу сформировали труды по интернет-журналистике (Лукина М.М.,¹ Вартанова Е.Л.²), по истории и теории

¹ Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.

² Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. — М.: МедиаМир, 2015.

спортивной журналистики (Алексеев К.А., Ильченко С.Н.³ Войтик Е.А.⁴), а также исследования, посвященные частным аспектам функционирования российской спортивной прессы (Лебедева Е.А.⁵ Шершнёва Ю.С.⁶). Привлекались также отдельные статьи по проблемам становления сетевой журналистики (Калмыков А.А., Коханова Л.А.⁷) и магистерская диссертация по сравнительной истории спортивных интернет-СМИ в России и Британии (Кокорина Т. С. ⁸).

К методам исследования, предопределенным целью и задачами работы, следует отнести, прежде всего, исторический метод и описательно-аналитический метод, применяемые в сочетании с элементами таких методов как контент-анализ, сравнительный, типологический и проблемно-тематический анализ. Общенаучные методы анализа, синтеза и сравнения использовались при обобщении доступной информации по проблеме исследования, собранной в специализированной литературе, и сопоставлении ее с полученными эмпирическими данными, статистическими сведениями, результатами экспертных интервью.

Эмпирическую базу составили спортивные интернет-СМИ и спортивные разделы интернет-версий общественно-политических СМИ, создающиеся усилиями профессиональных редакций (Чемпионат.com, Sports.ru, г. «Спорт-Экспресс», информационное агентство Р-спорт, г. «Советский спорт»,

³ Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика. СПб.: Юрайт, 2014.

⁴ Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. науч. ред. Б. Я. Мисонжников. Томск, 2013.

⁵ Лебедева Е.А. Авторское начало в спортивных аналитических интернет-текстах: англо-русские параллели. Филол. науки. Вопросы теории и практики. 2014.

⁶ Шершнёва Ю.С. Спортивная журналистика в интернете: образ адресата. Ученые записки Новгородского государственного университета. 2016.

⁷ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text16/026.html>

⁸ Кокорина Т. С. Спортивные интернет-СМИ: сравнительный анализ российской и британской модели. Магистерская диссертация. 2016.

электронная газета «Бизнес Online», информационное агентство ТАСС, Газета.ru). Временные рамки исследования составляют 19 лет – с 1998 года по 2017 год.

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение и список литературы. Первая глава посвящена изучению и систематизации исторического развития спортивных интернет-СМИ. Во второй главе представлен анализ рынка спортивных онлайн-изданий России, а также описание ведущих СМИ в данном сегменте. В третьей главе уже более пристально изучается опыт функционирования спортивного онлайн-СМИ «Чемпионат.com» в качестве одного из ведущих и наиболее характерных спортивных интернет-порталов России.

Глава 1. Функционирование спортивной журналистики в интернете

1.1. Основные этапы развития интернет-журналистики

Принято считать, что интернет появился в 1969 году: между двумя узлами разработанной в США компьютерной сети ARPANET была осуществлена передача данных. 29 октября компьютер передал три символа «LOG» другому устройству, который находился на расстоянии 640 километров. В 1971 году создана первая программа для обмена электронной почтой, в 1973 году состоялся первый обмен информацией на международном уровне, в 1983 году сеть перешла на протокол TCP/IP, который используется и по сей день. Важно отметить, что в 1970-1990-х годах Интернет применялся для обмена электронной почтой, однако в это время образовываются новостные группы и «доски объявлений» – это можно назватьproto-интернет-журналистикой. «Доски объявлений» (BulletinBoardSystem – англ.) первоначально были созданы для обмена новостями: любой пользователь, авторизовавшийся в системе с помощью компьютера через коммутируемую телефонную сеть, мог публиковать новости и объявления. Примером такой сети может служить сеть Citadel, образованная в 1980 году. Изобретение концепции «Всемирной паутины» (WWW – WorldWideWeb), протокола HTTP, идентификатора URL и

языка HTML, относится к концу 1980-х годов и принадлежит британскому ученому Тиму Бернерсу-Ли. Он не только разработал первый примитивный браузер, но и открыл первый сайт <http://info.cern.ru>, который рассказывал о «Всемирной паутине», использовании браузера и т.д.⁹ Именно эти разработки позволили Интернету стать таким, каким мы видим его сейчас.

Интернет-журналистика начала свое развитие с начала 1990-х годов. Браузер NCSAMosaic, открытый в 1993 году, стал первым браузером с графическим интерфейсом. В нем, помимо текста, могли отображаться графические элементы. В дальнейшем стали появляться и другие браузеры – Netscape (1994), Opera (1994), Internet Explorer (1995), Mozilla (2002) и др.

В России, даже в раннее время, традиционные СМИ пытались делать первые шаги в виртуальную сеть. Газета «Известия» в 1994 году открыли веб-сайт, на котором по подписке дублировались материалы в виде отдельных текстовых файлов. В том же году было создано информационное агентство Национальная служба новостей. Редакция видела свои задачи не только в обеспечении информацией прессы, но и партий, а также политических объединений. В 1995 году информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» одним из первых СМИ создало официальный сайт с платной подпиской и некоторым количеством бесплатных новостей. В России интернет-СМИ стали появляться довольно рано, однако лишь к середине 2000-х их развитие получило системный характер. По данным ВЦИОМ, в 2013 году для 23% россиян интернет служил главным источником новостей (60% телевидение, 7% газеты и журналы и лишь 5% радио), а 50% молодёжи (от 18 до 24 лет) использовали интернет как главный источник новостей¹⁰. И с каждым годом число таких пользователей только растет.

Как считает М.М. Лукина, основная целевая деятельность интернет-СМИ связана с информированием массовых аудиторий, в то время как другие

⁹ Campbell T. A History Of Webcomics. San Antonio: Antarctic Press, 2006. C. 32.

¹⁰ Откуда россияне получают информацию // ВЦИОМ URL: <http://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/polit-info/article/onlain-i-oflain-otkuda-poluchajut-informaciju-rossijane.html> (дата обращения: 30.11.2016)

ресурсы интернета нацелены на прочие виды коммуникации, к примеру, на межличностное или межгрупповое общение по интересам (нишевые сайты, форумы), или на хранение информации (электронные библиотеки, социальные контейнеры), или на общение (социальные сети), или связаны с иными видами деятельности.¹¹ В этой связи спортивные интернет-ресурсы на правах специализированных СМИ объединяют в себе черты и тех, и других, в чем заключено одно из ключевых объяснений их востребованности и популярности. Как считает томский исследователь Е. А. Войтик: «Сегодня СМИ играют значительную роль в популяризации различных видов спорта, отражая положительные и негативные стороны спортивного поведения и формируя тем самым отношение общества к спорту»¹².

1.2. История развития спортивной интернет-журналистики в России

По мнению К. А. Алексеева и С. Н. Ильченко спортивная журналистика – «это отрасль журналистики, имеющая свой специальный предмет. И предмет этот – современный спорт – чрезвычайно разнообразен, многолик и порой даже противоречив в своих конкретных проявлениях. В зависимости от того, какая разновидность спорта преимущественно попадает в сферу ее внимания, могут меняться цели, задачи, функции, формы и специфические признаки спортивной журналистики».¹³ Большую роль в продвижении информации из сферы как профессионального, так и массового спорта играет именно спортивная журналистика, функционирующая в сети.

Как утверждает исследователь Е. А. Лебедева, оценивая стремительные темпы развития спортивной интернет-журналистики, их подтверждением

¹¹ Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 64.

¹² Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. науч. ред. Б. Я. Мисонжников. Томск, 2013 С. 4

¹³ Алексеев К. А., Ильченко С. Н. Спортивная журналистика // Учебник для магистров. М., 2013. С. 42

«является большое количество спортивных порталов, сайтов интернет-газет, которые пестрят новостями спорта, обзорами спортивных событий, прогнозами».¹⁴

Датой рождения спортивной интернет-журналистики в России можно считать 1 декабря 1998 года. В этот день был запущен интернет-портал Sports.ru, функционировавший в первое время под названием «Спорт Сегодня». Но еще до появления спортивных сайтов на просторах Рунета существовали форумы футбольных болельщиков. Например, в 1993 году в сети FIDO в иерархии RU.SPORT появилась конференция, где болельщики ЦСКА, «Спартака» и других клубов устраивали споры на тему: какой клуб сильнее всех?

Известно, что спортивная журналистика функционирует на двух уровнях – в общественно-политических СМИ в качестве раздела и в виде специализированных СМИ, посвященных непосредственно спорту. Исторически так сложилось, что в России, в отличие от многих стран Запада, спортивная журналистика и качественно, и количественно всегда развивалась именно за счёт специализированной периодики. Именно поэтому в России функционирует большое количество специализированных спортивных изданий, в том числе и онлайн-СМИ. Согласно статистике Liveinternet, в Рунете на сегодняшний день зарегистрировано 14 спортивных универсальных интернет-изданий с посещаемостью свыше 20 тыс. уникальных пользователей в месяц, также в России функционирует свыше 110 изданий со специализацией на каком-либо виде спорта.¹⁵

Автор диссертации «Спортивные интернет-СМИ: сравнительный анализ российской и британской модели» и практикующий спортивный журналист Т. С. Кокорина предлагает свою версию периодизации спортивных онлайн-

¹⁴ Лебедева Е.А. Авторское начало в спортивных аналитических интернет-текстах: англо-русские параллели // Филол. науки. Вопросы теории и практики. 2014. №11-1 (41). С. 132-135; [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/avtorskoe-nachalo-v-sportivnyh-analiticheskikh-internet-tekstah-anglo-russkie-paralleli> (Дата обращения: 13.10.16)

¹⁵ Спортивная пресса // Яндекс. Каталог URL: https://yandex.ru/yaca/cat/Sports/Sports_Media/ (Дата обращения: 13.04.17)

СМИ в России, выделяя три этапа развития интернет-изданий¹⁶.

Первый этап. 1998-2004: появление первых спортивных интернет-изданий как связанных с существующими традиционными СМИ, так и самостоятельных. В этот период происходит активный рост числа спортивных СМИ в интернете, начинает формироваться ядро спортивной журналистики в сети, которое продолжает сохраняться и на данный момент.

Первый этап, как уже отмечалось, открывается с появлением проекта «Спорт сегодня» (сейчас – Sports.ru). Следом в феврале 1999 года популярное периодическое издание «Спорт-Экспресс» запустило собственный сайт, а в апреле 2000 года этим же путем последовал «Советский спорт», но это ещё не были интернет-СМИ в привычном для нас виде. Преимущественно на сайт sport-express.ru загружались PDF-версии газеты, а самостоятельных текстовых новостей не было. На этом фоне Sovsport.ru, в свою очередь, позиционировался как «первое известное оффлайновое средство массовой информации с принципиально новой моделью работы, объединяющей технологии газетного, телевизионного и интернет-производств»¹⁷.

Второй этап. 2004-2010: поступательное развитие и модернизация спортивных интернет-СМИ. В этот период наблюдаются качественные изменения в наполнении спортивных онлайн-изданий, происходит формирование рынка спортивных интернет-СМИ и привлечение в спортивную сферу рекламодателей.

Важным событием в истории спортивных онлайн-СМИ данного периода в России стало возникновение в 2005 году портала «Чемпионат.ру» (ныне – Чемпионат.com), который на сегодняшний день является одним из лидеров по популярности среди пользователей. С первых дней своего существования портал завоевал любовь спортивных фанатов. «В начале 2000-х интернет фактически начинал завоёывать мир. Я понимал, что за ним будущее и стоит

¹⁶ Кокорина Т. С. Спортивные интернет-СМИ: сравнительный анализ российской и британской модели. Магистерская диссертация. 2016.

¹⁷ О проекте Sovsport.ru // Sovsport.ru URL: <http://web.archive.org/web/20000816010056/http://www.sovsport.ru/media/about/index.htm> (дата обращения: 12.03.2016).

пытаться найти себя на этом поприще. У меня начала выкристаллизовываться идея открытия мультиспортивного сайта, способного утолить аналитический, статистический и новостной голод рядового болельщика. Сначала мы развивали статистическую базу и занимались тем, что сейчас называется стандартной работой СМИ – агрегацией новостей»¹⁸ – вспоминает основатель проекта «Чемпионат.com» Дмитрий Сергеев. «Чемпионат.ru» одним из первых подписал официальный договор с официальным вещателем Российской футбольной Премьер-лиги «Лигой ТВ». Таким образом на «Чемпионате.ru» стали появляться нарезки самых интересных моментов матчей и голов.

В это время в сети продолжили появляться узкоспециализированные спортивные СМИ: например, о боксе – AllBoxing.ru (2004), о фигурном катании – «Фигурное катание Online» (2005) и универсальные – например, Sportlenta.ru (2003).

Также этот период характеризуется правовым оформлением онлайн-СМИ в России. 1 января 2008 года в силу вступила четвертая часть Гражданского Кодекса РФ¹⁹, которая регулирует отношения в сфере интеллектуальной собственности, в том числе в сфере информационных технологий. Чуть позже был официально закреплен статус российских сетевых изданий в «Законе о СМИ». Согласно определению, данному в законе, под сетевым изданием понимается «сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом».²⁰ Отметим, что все крупнейшие спортивные онлайн-издания прошли регистрацию в качестве полноценных СМИ, за исключением спортивного сайта Sports.ru.

Третий этап. 2010 – по настоящее время: качественный скачок в

¹⁸ Сергеев Д. И тогда я предложил купить меня вместе с проектом // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championate-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 30.11. 2016)

¹⁹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 28.11.2015, с изм. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016)

²⁰ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) «О средствах массовой информации»

развитии интернет-СМИ, связанный с тем, что в 2010 году стали появляться мобильные приложения спортивных СМИ, возникать новые форматы текстов, началось активное внедрение аудиовизуального контента в материалы, реформировалась работа редакций. Появление смартфонов, планшетов и доступного мобильного интернета повлекло за собой необходимость приспосабливать контент спортивных СМИ к отображению на различных устройствах. Появляются веб-сайты для портативных устройств со своей версткой, отображением иллюстраций, возможностью смотреть видео, оставлять комментарии. С развитием технологий потребовалось создавать мобильные приложения, что повлекло за собой расширение штата сотрудников и необходимость получать больший доход для их содержания. Стоит отметить, что новые возможности открывали новые горизонты в сфере рекламных проектов.

Так, Sports.ru создает множество приложений для смартфонов, отвечающих интересам различных групп пользователей. Появляются приложения для болельщиков «Зенита», СКА, «Манчестер Юнайтед», «Интера», интересующихся чемпионатами мира по хоккею, Олимпийскими играми и т.д. Приложения для смартфонов возникают у всех крупнейший спортивных изданий страны - Чемпионат.com, г. «Спорт-Экспресс», Р-Спорт, г. «Советский спорт».

1.3. Современное состояние интернет-СМИ в России: особенности подачи информации

Дав краткий исторический обзор развития спортивной интернет-журналистики в России, перейдем к описанию современного положения дел в данной сфере. В России исторически сложилась особенность функционирования печатных СМИ, согласно которой в общественно-политических изданиях спортивные отделы не слишком развиты, поэтому доминирующая роль традиционно отводится специализированным спортивным медиа. По схожей схеме развиваются в России и интернет-издания. Контент

спортивных интернет-ресурсов отличается многотемностью и разнообразной формой подачи информации. К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко предлагают разделить сайты, посвященные спортивной тематике, на две группы²¹.

1. Ресурсы, представляющие узкоспециализированную спортивную (официальную и неофициальную) информацию:

- Официальные сайты организаций, лиг, клубов (rfs.ru – официальный сайт Российского Футбольного союза, fhr.ru – сайт Федерации хоккея России);
- официальные и неофициальные сайты и сообщества спортивных клубов, фан-клубов (fc-zenit.ru –официальный сайт ФК «Зенит», landscrona.ru – официальный сайт фанатов и болельщиков «Зенита»);
- персональные страницы спортсменов (instagram.com/aleksandrovechkinofficial – официальный аккаунт в социальной сети Instagram российского хоккеиста Александра Овечкина, twitter.com/DGlushakov8 – официальный аккаунт в социальной сети Twitter полузащитника сборной России и «Спартака» Дениса Глушакова).

2. Ресурсы, представляющие информацию в обработанном виде, в том числе журналистский продукт:

- спортивные интернет- СМИ (Championat.com, Р-Спорт);
- онлайн-версии печатных изданий (Sovsport.ru, Sport-express.ru);
- онлайн-версии телеканалов (Matchtv.ru);
- спортивные разделы в неспециализированных интернет-изданиях, сайтах печатных СМИ, телеканалов и радиостанций.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день все перечисленные типы спортивных онлайн-изданий постепенно теряют свои характерные содержательные признаки и становятся все больше похожи друг на друга, предлагая аудитории примерно одинаковый контент. В спортивных интернет-СМИ публикуются не только репортажи с соревнований, но и новости о жизни спортсменов, клубов, личные истории людей, связанных со спортом, а также аналитические тексты с разбором тех или иных спортивных состязаний.

²¹ Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Основы спортивной журналистики. Москва.: Аспект Пресс, 2016. С. 145.

Контент спортивных онлайн-изданий в определяющей мере зависит от уровня интереса к тому или иному виду спорта в стране. Так, россияне, по результатам опроса ИОМ «Анкетолог»²², больше всего следят за хоккеем (35%), футболом (34%), фигурным катанием (34%) и биатлоном (33%). В России футбол в последние годы теряет свою популярность: по результатам опроса ВЦИОМ по окончании сезона 2014/2015, 73% россиян были безразличны к футболу, 19% интересовались им время от времени и только 8% назвали себя активными болельщиками.²³

В России спортивная интернет-журналистика традиционно делает акцент на размещение новостных материалов. С новостей она и начиналась по свидетельству тех, кто занимался ею в начале 2000-х годов. Корреспондент новостной ленты первой версии сайта газеты «Спорт-Экспресс» Дмитрий Крюков отмечал важность новостей для издания: «Разумеется, бывали дни, когда ты голову не мог поднять от клавиатуры, а бывали достаточно «пустые» дни. Мы искали новости везде»²⁴. Сегодня новости продолжают составлять основу контента спортивных онлайн-СМИ. Как отмечал спортивный журналист Иван Макаров, «новости – это соль и земля всех проектов. Умение быстро переводить зарубежные источники, качественно монтировать отечественные, умение находить самим новости – это ключ к большинству»²⁵.

Однако упор на новостной контент ведет к снижению качества материалов: журналисты вынуждены работать как можно более оперативно,

²² «Нам зеленая тоска без родного ЦСКА!» или спортивные предпочтения россиян // ИОМ «Анкетолог» URL: <https://iom.anketolog.ru/2015/12/23/nam-zelenaya-toska-bez-rodnogo-cska-i-ili-sportivnye-predpochteniya-rossiyan> (дата обращения: 24.10.2016).).

²³ Кризис в российском футболе: итоги сезона 2014-2015 // ВЦИОМ URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115311> (дата обращения: 24.10.2016).

²⁴ Крюков Д. Распечатывали газету, сканировали, распознавали и выкладывали в сеть. Как «СЭ» попал в интернет // Sports.ru URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/kryukov/1098360.html> (дата обращения: 24.10.2016).

²⁵ Макаров И. 10 вещей, которых не было 10 лет назад // Заметки на спичечных коробках Sports.ru URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/speachki/271615.html> (дата обращения: 24.10.2016).

чтобы первыми разместить ту или иную новость, а редакторы, в случае отсутствия новостей на ту или иную тему, вынуждены активно цитировать другие издания.

За последние годы в спортивной интернет-журналистике появляются новые жанры. Это интерактивная инфографика; лонгрид (мультимедийный материал), включающий в себя видео, фото, текст; онлайн-репортажи. Многие материалы, посвященные футбольным и хоккейным матчам, строятся по принципу «текст+видео»: текстовый репортаж обязательно снабжается видеообзором моментов. Исследователь И. В. Кирия отмечает, что «мультимедийное изображение заставляет пользователя самостоятельно определять свои перемещения и свою логику получения информации. Таким образом, потребитель мультимедийного текста активен, так как потребление продукта требует от него не только «пассивного усвоения материала», но и разработки логики неких собственных действий, необходимых для получения той или иной информации»²⁶.

Стоит отметить, что в период примерно с 2005 по 2012 годы особенной популярностью пользовались онлайн-конференции спортсменов, комментаторов, известных спортивных журналистов, где любой читатель мог задать вопрос и получить на него ответ. С развитием социальных сетей популярность онлайн-конференций резко снизилась. Сегодня онлайн-СМИ большое внимание уделяют ленте новостей, а также аналитическим и развлекательным текстам. С появлением мультимедийных приложений контент спортивных интернет-изданий трансформируется, а штат сотрудников расширяется.

Итак, подводя итог нашему короткому обзору прошлого и настоящего спортивной сетевой журналистики в России, можно выделить следующие ключевые моменты: первые спортивные интернет-порталы в нашей стали появляться в конце 1990-х годов прошлого века. Именно в этот период начинает формироваться ядро российской спортивной журналистики в сети.

²⁶ Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. / Под редакцией А.Г. Качкаевой. М., 2010. С. 20.

Качественные изменения в наполнении спортивных онлайн-изданий происходят в 2004-2010 годах, появляются такие издания, как Чемпионат.com, Газета.ru происходит правовое оформление интернет-порталов. В 2010 году началось активное внедрение аудиовизуального контента в материалы связи с появлением мобильных приложений изданий, работа спортивных редакций реформировалась. Современные спортивные сетевые издания можно разделять на несколько групп: ресурсы, представляющие узкоспециализированную спортивную (официальную и неофициальную) информацию и ресурсы, представляющие информацию в обработанном виде, в том числе журналистский продукт. Второй группе изданий и одному из ее наиболее характерных и ведущих представителей - порталу Чемпионат.com и посвящено наше дальнейшее исследование.

Глава 2. Рынок спортивной интернет-журналистики: ведущие издания

Опираясь на классификацию спортивных интернет-ресурсов, предложенную К. А. Алексеевым и С. Н. Ильченко, проанализируем состояние ведущих спортивных онлайн-СМИ. Согласно закону о СМИ, под сетевым изданием понимается «сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом»²⁷. Для понимания положения дел в спортивной интернет-журналистике в России рассмотрим и коротко охарактеризуем ведущие по ряду рейтинговых показателей (посещаемости, цитируемости и т. д.) издания разных категорий.

2.1. Спортивные интернет- СМИ

Пожалуй, одним из самых популярных российских сайтов до сих пор остается Sports.ru. Отличительной особенностью данного портала является то, что Sports.ru официально не зарегистрирован как СМИ (руководство Sports.ru отказалось от регистрации), однако в профессиональном сообществе считается таковым. Специфика данного издания и причина его отказа от регистрации заключается в том, что большая часть его контента строится на материалах, публикуемых в блогах зарегистрированными пользователями без предварительной редактуры. Главная страница портала – это синтез редакционных и пользовательских материалов. Sports.ru – флагманский проект цифрового спортивного издательства Tribuna Digital: платформа для общения о спорте во всех его проявлениях. Среднемесячная аудитория Sports.ru превышает 7 миллионов пользователей. «Наша цель – дать каждому пользователю наиболее подходящий контент и сервисы, для чего мы широко используем наши

²⁷ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) «О средствах массовой информации» // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 30.11.2016).

аналитические возможности»²⁸, – так о себе говорят руководители издания.

Sports.ru публикует незначительное количество эксклюзивных новостей (несколько за сутки), и в большинстве случаев цитирует конкурентов. «Нами осознанно был сделан такой выбор, дать новость первым – это желательная, но не основная часть нашей творческой и бизнес-стратегии»²⁹, – рассказывал в одном из интервью главный редактор сайта Юрий Дудь. На портале функционируют разделы «Футбол», «Хоккей», «Баскетбол», «Авто/мoto», «Теннис», «Бокс/ММА», «Биатлон», «Прочие», «Фигурное катание» и «Киберспорт». Контент Sports.ru заметно отличается от публикаций в изданиях «Чемпионат.com», «Спорт-Экспресс», «Советский спорт». Например, на Sports.ru не выходят отчёты с футбольных матчей, которые так распространены в конкурирующих онлайн-СМИ. Контент издания – это не только новости, аналитика и репортажи, это еще и истории спортсменов и команд («Как теперь выглядит Рой Кин»³⁰, «Хватай деньги и беги. Клуб идет ко дну», «Первая футбольная поп-звезда»³¹), и другие проекты, выходящие за рамки традиционных жанров как для «старых» медиа, так и для новых. Несмотря на «полуофициальный» статус портала, на Sports.ru работают топовые спортивные журналисты России. Главный редактор сайта Юрий Дудь считается одним из лучших интервьюеров в России, также до недавнего времени был ведущим программы «Культ тура» на телеканале «Матч ТВ». Редактором отдела футбола на Sports.ru является известный в спортивной сфере журналист Денис Романцов.

Sports.ru создает множество приложений для смартфонов, отвечающих интересам различных групп пользователей. Появляются приложения для

²⁸ О Sports.ru // Sports.ru URL: <http://www.sports.ru/docs/about/> (дата обращения: 30.11.2016).

²⁹ Юрий Дудь: «Красивые девушки – это не аморально. Быть жирным – вот что аморально»// Sports.ru URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sportbo/807102.html> (дата обращения: 30.11.2016).

³⁰ Как теперь выглядит Рой Кин // Sports.ru URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/codfo18/1118522.html> (дата обращения: 30.11.2016).

³¹ «Хватай деньги и беги. Клуб идет ко дну». Первая футбольная поп-звезда//Sports.ru URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/youth/1115647.html> (дата обращения: 30.11.2016).

болельщиков «Зенита», СКА, «Манчестер Юнайтед», «Интера», интересующихся чемпионатами мира по хоккею, Олимпийскими играми и т.д. Команда Sports.ru разрабатывает стратегии по выходу на зарубежные рынки – Бразилия, Испания, Италия и др.

Поскольку Sports.ru является официально не зарегистрированным СМИ, на котором размещается разнообразный аудиовизуальный контент, это влечет за собой ряд конфликтов и проблемных ситуаций. Один из последних примеров – в апреле 2017 года телеканал «Матч ТВ» потребовал заблокировать спортивный ресурса Sports.ru из-за возможного нарушения авторских прав. Телеканал пожаловался в Роскомнадзор на то, что издание использовало у себя на сайте запись эфира телеканала «Наш спорт» (один из телеканалов субхолдинга «Матч»). В результате вина Sports.ru не была доказана, и сайт не был заблокирован. Проблема заключается в том, что в этом суть сайта - свобода в выражении и выкладывании контента. Это одна из причин претензии спортивного телеканала.

Чемпионат.com – самое крупное спортивное интернет-издание в России, в среднем за сутки данный портал посещают более 700 тысяч пользователей³². По данным «Рамблер/Топ-100», старейшего рейтинга русскоязычного интернета, тематического каталога популярных ресурсов и аналитического инструмента для владельцев сайтов, Чемпионат.com является лидером по количеству посетителей и просмотров среди издания сферы «Спорт и активный образ жизни».³³.

Данное издание одним из первых заключило контракт на официальное размещение видеоконтента чемпионата России по футболу, что включает в себя нарезку голов, опасных моментов, обзор встречи, чем и заработало себе популярность. Довольно необычную характеристику аудитории Чемпионата.com дает исследователь спортивной онлайн-журналистики Ю. С.

³² Статистика сайта «Чемпионат.com» // Liveinternet.ru URL: http://www.liveinternet.ru/stat/championat_com/index.html?period=month (дата обращения: 12.10.2016).

³³ Статистика сайта «Чемпионат.com» // Top100.rambler.ru URL: <http://top100.rambler.ru/navi/?stat=1&theme=1208&range=month> (дата обращения: 12.10.2016).

Шершнева: «Адресат «Чемпионата» в большей степени заинтересован не только в популярных видах спорта, но и в информации о спортивных событиях вообще, даже о тех, которые не получают достаточно подробного освещения в СМИ»³⁴. Портал широко освещает такие виды спорта, как футбол и хоккей. Именно эти виды пользуются наибольшей популярностью у читателей. Сравним количество просмотров материалов на тему футбола и хоккея. Статья «Олдскул жив! Крикунов поставил подножку непобедимому СКА»³⁵, вышла в разделе «хоккея» в 00.15 18.11. 2016 и собрала за три дня 10500 просмотров. Футбольный материал «Хонды аккорды. Как уйти из ЦСКА и загубить карьеру»³⁶, вышедший двумя часами ранее, собрал 37630 просмотров за такой же отрезок времени.

Менее популярны материалы о теннисе, баскетболе, волейболе, биатлоне, автогонках и боксе. На сайте количество текстов об этих видах спорта существенно меньше. На 23 текста приходится восемь о футболе, пять о хоккее, два вышли в разделе «другие», а остальные виды спорта представлены по одному разу. На сайте функционируют такие разделы, как «Другие», «Бизнес», «Фэнтази», «Ставки». 1 августа 2016 года «Чемпионат» официально открыл новый раздел, посвящённый киберспорту. Раздел об игровой индустрии включает в себя, помимо классических новостей и заметок на страницах сайта, видеоигровые новостные подборки и тематические телепрограммы.

«Чемпионат» обладает внушительным подбором журналистских кадров – в издании работают такие известные корреспонденты, как Евгений Слюсаренко, Дмитрий Егоров, Антон Михашенок, Дмитрий Ерыкалов, Олег Лысенко,

³⁴ Шершнёва Ю.С. Спортивная журналистика в интернете: образ адресата / Ученые записки Новгородского государственного университета. 2016. № 1 (5). С. 9. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.novsu.ru/file/1215612> (дата обращения: 12.10.2016)

³⁵ Олдскул жив! Крикунов поставил подножку непобедимому СКА// Championat.com URL: <https://www.championat.com/hockey/article-261286-hokkej-itogi-dnja-17-nojabrja-2016-goda-obzory-matchej-video.html> (дата обращения: 12.10.2016)

³⁶ «Хонды аккорды. Как уйти из ЦСКА и загубить карьеру // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-261278-pochemu-u-hondy-ne-poluchilos-zaigrat-v-milane.html> (дата обращения: 12.10.2016)

Михаил Тяпков. В 2016 году заместитель главного редактора Чемпионат.com Евгений Слюсаренко стал победителем конкурса «Энергия побед» в номинации «Лучшая публикация» среди федеральных СМИ. Члены жюри конкурса отметили статью Слюсаренко от 18 июня под названием «ВАДА в решете. Как стать чемпионом и избежать допинг-контроля»³⁷.

Чемпионат.com является одним из лидеров по размещению новостного контента. В среднем за сутки на портале выходит около 450 новостей. Для сравнения – в электронной версии газеты «Спорт-Экспресс» за сутки публикуется порядка 300 новостных заметок, на сайте «Советского спорта» – 200.

В последние несколько лет Чемпионат.com активно стал развивать мультимедийную составляющую сайта. Раздел «видео» начал заметно чаще обновляться – помимо обзоров футбольных и хоккейных матчей на сайте стали появляться видеointервью, полематчевые пресс-конференции тренеров и видео-материалы с подборками мнений («Кто сможет стать достойной заменой Слуцкому?»³⁸). Также издание широко представлено в социальных сетях: имеет собственные аккаунты на Youtube, Twitter, Instagram, Facebook, Vkontakte. В этом году «Чемпионат.com» запустил серию прямых эфиров на своей странице в Facebook. Так, видеоролик, вышедший в прямом эфире, из микст-зоны стадиона «Петровский» после матча «Зенит» - «Маккаби»³⁹ собрал 3,9 тысяч просмотров.

В российских информационных агентствах много внимания уделяется разделу спорта. Привычная роль информационных агентств – снабжать информацией другие издания – трансформировалась: теперь это независимые

³⁷ ВАДА в решете. Как стать чемпионом и избежать допинг-контроля // Championat.com URL: <https://www.championat.com/other/article-250092-pochemu-sistema-doping-kontrolja-vada--dugjavoe-resheto.html> (Дата обращения: 11.12.2016)

³⁸ Кто сможет стать достойной заменой Слуцкому?// Championat.com URL: <http://www.championat.com/video/160258/> (дата обращения: 10.12. 2016)

³⁹ «Зенит» - «Маккаби» 2:0. Микст-зона// Facebook.com/championat URL: <https://www.facebook.com/championat/videos/10154203152351872/>(дата обращения: 30.11. 2016)

самостоятельные новостные порталы с информацией, которую они представляют читателям и при этом на равных с другими интернет-СМИ также борются за пользователей. Спортивные информационные агентства дают возможность пользователям получать весь спектр информации – от новостей до аналитических материалов, репортажей, интервью; от видео- и фотогалерей до инфографики.

ТАСС: Спорт (tass.ru/sport) предлагают серьезный контент на тему спорта, делая достаточно большое количество эксклюзивных новостей. Месячная посещаемость РБК Спорт (sport.rbc.ru) составляет больше 1,5 миллиона уникальных пользователей. Данное информационное агентство позиционирует себя как «ведущее спортивное издание для деловой аудитории»⁴⁰. Поэтому на сайте ежедневно выходит самая важная информация из мира спорта, публикуются результаты самых важных матчей и подводятся итоги международных турниров.

В 2011 году информационное агентство РИА «Новости» создало специализированное Агентство спортивных новостей Р-Спорт (rsport.ru), сайт которого заработал спустя год – 21 февраля 2012 года. По данным информационно-аналитической системы «Медиалогия» за 2016 год, «Р-Спорт», входящий в структуру МИА «Россия сегодня», является самым цитируемым ресурсом о спорте в России⁴¹. Агентство «Р-Спорт» делает упор на производство эксклюзивного информационного и мультимедийного контента.

Помимо публикации новостей, на сайте представлены блоги (блог редакции спортивного агентства Р-Спорт, блог о российском велоспорте), существует большой раздел фото, статистики, аналитики и интервью. Также «Р-Спорт» развивает проект «SportStories» – life-style интернет-проект о спорте, где представлены светские обзоры околоспортивных мероприятий, глянцевые фотосессии со звездами спорта, истории легенд спорта и новости спортивной

⁴⁰ О проекте // РБК URL: <http://adv.rbc.ru/project/12/> (дата обращения: 16.04.2016).

⁴¹ СМИ спортивной отрасли – 2016 // «Медиалогия» URL: http://www.mlg.ru/ratings/sectoral_media/3974/5/2016/0/ (дата обращения: 20.12.2016).

моды.

Помимо этого можно выделять специализированные спортивные интернет-издания. Наибольшей популярностью пользуются онлайн-СМИ о футболе: такие как «Футбол на Куличиках» (football.kulichki.net), Soccer.ru, «Еврофутбол.ру» (euro-football.ru) – всего не менее 35 изданий. Присутствуют также онлайн-медиа, посвященные хоккею – «Весь хоккей» (Allhockey.ru), Russia-hockey.ru, боксу – «Весь Бокс» (Allboxing.ru), AllFight.ru. Однако важно осознавать, что количество узкоспециализированных спортивных изданий (а их в Рунете не менее 80) не означает их доминирования над универсальными изданиями.

2.2. Онлайн-версии печатных изданий (Sport-express.ru и Sovsport.ru)

К традиционным спортивным медиа, которые наиболее широко представлены в интернете, относятся спортивные газеты «Советский спорт» и «Спорт-Экспресс». Они выходят как и в печатном варианте, так и электронном. Отличительной особенностью данных изданий является то, что зачастую материалы сайта или печатного издания дублируются в печатном виде и в интернете. Однако стоит учесть, что контент сайта требует адаптации под требования интернета в плане удобства, оперативности и т.д. и, чаще всего, отличается от печатной версии. В печатной версии визуальная составляющая текста сведена к минимуму, автор больше вниманием уделяет описанию хода соревнований.

В месяц у сайта газеты «Спорт-Экспресс» более четырех миллионов просмотров⁴². В этом издании работают известные российские спортивные журналисты: Игорь Рабинер, Дмитрий Симонов, Алексей Шевченко, Елена Вайцеховская, Юрий Голышак. Материалы о самых популярных видах спорта в России на сайте выходят регулярно, часто публикуется эксклюзивная информация (эксклюзивные интервью, инсайдерские сведения). Согласно

⁴² Статистика сайта «Чемпионат.com» // Liveinternet.ru URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/sport-express/index.html?period=month> (дата обращения: 10. 12.2016)

тематическому индексу цитируемости, определяемому компанией «Яндекс»⁴³, он составляет 8400, что является первым показателем в рейтинге. Это говорит о том, что материалы «СЭ» пользуются большим спросом и многие СМИ ссылаются на них. Помимо футбола и хоккея «СЭ» широко освещает соревнования по фигурному катанию, лыжным гонкам, плаванию и легкой атлетике.

Sovsport.ru – электронная версия газеты «Советский спорт» по состоянию на ноябрь 2016 года занимает четвертую строчку в рейтинге «Яндекса» по индексу цитируемости с показателем 6300⁴⁴. На сайте Sovsport.ru функционируют разделы: футбол, хоккей, бокс/ММА, фигурное катание, физкультура, 18+, хоккей с мячом, киберспорт и другие. В электронной версии представлена лента спортивных новостей, прямые трансляции спортивных соревнований, комментарии экспертов, тренеров и спортсменов, аналитические обзоры. На сайте регулярно появляются материалы таких уважаемых авторов, как Евгений Дзичковский, Андрей Васильев, Михаил Борзыкин. Отличительной чертой данного издания является наиболее активное привлечение экспертов. В газете «Советский спорт» и ее электронной версии регулярно публикуются тексты известного полузащитника «Спартака» и сборной СССР Евгения Ловчева, популярного телекомментатора Геннадия Орлова.

Также Sovsport.ru имеет редакцию в Санкт-Петербурге, которая наполняет региональный сайт Sovsport.ru на отдельном поддомене – Spb.Sovsport.ru. Располагая большими финансовыми и рекламными возможностями, чем интернет-СМИ в небольших городах, редакция реализует мультимедийные проекты (лонгриды), рисует инфографики, общается с иностранными игроками и тренерами, выходя за рамки региона. Стоит отметить, что издания «Спорт-Экспресс», «Чемпионат.com», Sports.ru. не имеют региональных версий сайтов и представлены в некоторых городах России лишь специальными

⁴³ Спортивная пресса // Яндекс. Каталог URL: https://yandex.ru/yaca/cat/Sports/Sports_Media/ (дата обращения: 12.05.2016).

⁴⁴ Спортивная пресса // Яндекс. Каталог URL: https://yandex.ru/yaca/cat/Sports/Sports_Media/ (дата обращения: 12.05.2016).

корреспондентами.

2.3. Спортивные разделы в неспециализированных интернет-изданиях («Газета.ru» и «Бизнес Online»**)**

В первой главе мы уже отмечали, что в общественно-политических изданиях России спортивные отделы развиты не так хорошо, как в западных СМИ. Во многих таких изданиях присутствует раздел «Спорт», который регулярно наполняется, содержит ленту новостей и редакционные материалы. Однако качество материалов заметно уступает публикациям в специализированных спортивных изданиях.

Среди крупных общественно-политических изданий выделяется «Газета.ru». Спортивная редакция сайта «Газета.ru», которая гораздо больше внимания уделяет работе тематического раздела. В частности в большом объеме присутствуют текстовые онлайн-трансляции матчей российских команд и национальных сборных России. Отдельная лента новостей о спорте подробно сообщает об основных спортивных событиях мира, а тексты, как правило, посвящены важнейшим мировым и российским соревнованиям. Спортивный раздел «Газеты.ru» – самый посещаемый среди общественно-политических СМИ: более миллиона пользователей в месяц.

Электронная газета «Бизнес Online» также славится качественным спортивным контентом. Рубрика «Спорт» в этом издании была открыта в 2013 году (sport.business-gazeta.ru), а в 2015 перешла на индивидуальный домен Sportbo.ru. В разделе «О проекте» в начале 2013 года издание позиционируется как «один из наиболее влиятельных спортивных ресурсов в Республике Татарстан»⁴⁵. В 2016 году в этом же разделе уже написано: «Спорт БИЗНЕС Online – одно из самых цитируемых федеральных спортивных СМИ»⁴⁶. За счет эксклюзивных материалов о ведущих командах Республики Татарстан и России,

⁴⁵ О проекте // «БИЗНЕС Online Спорт» URL: <http://web.archive.org/web/20130929091941/http://sport.business-gazeta.ru/razdel/493/> (дата обращения: 15.04.2016).

⁴⁶ О проекте // «БИЗНЕС Online Спорт» URL: <http://sportbo.ru/article/58782/> (дата обращения: 16.04.2016).

таких как хоккейный клуб «Ак Барс», футбольный клуб «Рубин», баскетбольный клуб УНИКС, волейбольные клубы «Зенит-Казань» и «Динамо-Казань», издание смогло заработать себе имя и дорасти до федерального уровня.

В остальных СМИ раздел спорта развит чрезвычайно слабо. Только у трех изданий, которых можно отнести к качественной прессе, газет и их онлайн-версий «Коммерсанта», «Новой газеты» и «Российской газеты», есть рубрики спорта. Наполнение спортивных разделов «Новой газеты» носит не систематический характер: материалы могут появляться раз в несколько дней, а специальная лента новостей для раздела отсутствует. Это связано с тем, что социально-политическая повестка дня в разы важнее для читателей данных изданий. К теме спорта эти газеты обращаются лишь в дни крупных соревнований с участием сборной России.

2.4. Онлайн-версии телеканалов «Матч ТВ» (matchtv.ru) и «Eurosport» (eurosport.ru)

«Матч ТВ» – единственный российский федеральный общедоступный канал о спорте. Телеканал вместе с сайтом был запущен 1 ноября 2015 года. «Матч ТВ» был рождён в момент, когда Владимир Путин поручил создать действительно спортивный федеральный канал – на «России 2» доля спорта потихоньку уменьшалась в пользу более рейтинговых программ⁴⁷. Телеканал ставил перед собой цель транслировать 90% главных международных спортивных событий. В эфире «Матч ТВ» представлены трансляции самых главных спортивных событий, новости, аналитические и развлекательные программы, документальные и художественные фильмы о спорте.

На официальном сайте телеканала Matchtv.ru у посетителей есть возможность смотреть передачи в прямом эфире. На сайте идет рубрикация по видам спорта: футбол, хоккей, бокс/ММА, шахматы. Рубрики могут меняться в

⁴⁷ Время начинать «Матч». Что мы узнали о новом спортивном канале// Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-233818-prezentacija-novogo-sportivnogo-kanala-match-tv.html> (дата обращения: 10.12.2016)

зависимости от информационных поводов. Например, шахматная рубрика активно функционировала на главной странице сайта и пользовалась повышенным спросом в ноябре 2016 года в связи с проведением серии партий между россиянином Сергеем Карякиным и норвежским гроссмейстером Магнусом Карлсеном. Также на сайте представлена программа передач, анонс спортивных событий и лента новостей. Помимо этого Matchtv.ru создает довольно большой контент уникальных журналистских материалов – обзоров, аналитических статей и интервью. В холдинге «Матч ТВ» работают такие известные интервьюеры, как Глеб Чернявский, Иван Карпов, Леонид Волотко.

Стоит отметить портал, также входящий в субхолдинг «ГПМ-Матч»: Sportbox.ru. Он появился еще в 2007 году как портал телеканала «Спорт». Его посещаемость – около шести миллионов пользователей в месяц – во многом формируется благодаря наличию видеоконтента, в том числе прямых трансляций, которые показываются по «Матч ТВ». Кроме того, студия Sportbox.ru позволяет создавать свой контент – например, интервью с журналистами и экспертами. В этом интернет-издании также есть новости, репортажи. Однако по данным информационно-аналитической системы «Медиалогия» за 2016 год, Sportbox.ru занимает довольно скромное место в иерархии спортивной прессы журналистики, расположившись на 10-й строчке⁴⁸. Это объясняется, в первую очередь, скучным количеством эксклюзивного материала на сайте.

Довольно низкое место и у другого, некогда популярного сайта спортивного телеканала – Eurosport.ru – лишь 16-я строчка в рейтинге. Eurosport – это общеевропейский спортивный канал, представляющий трансляции крупнейших международных соревнований по различным видам спорта, информационно-аналитические программы и спортивные обзоры. У портала телеканала Eurosport существует 27 версий, в том числе одна на русском языке. Несмотря на низкий показатель цитируемости, сайт российского Eurosport за по-прежнему остается популярным у аудитории. Это связано, прежде всего, с

⁴⁸ СМИ спортивной отрасли – 2016 // «Медиалогия» URL: http://www.mlg.ru/ratings/sectoral_media/3974/5/2016/0/ (дата обращения: 20.12.2016).

современным дизайном сайта, интересной подачей материалов. Однако отсутствие эксклюзивных новостей и интервью с известными спортсменами, тренерами, а также слабый подбор журналистских кадров не дает Eurosport выбиться в лидеры рынка.

Sportbox.ru и Eurosport.ru – два интернет-издания, утратившие лидерство на рынке спортивной журналистики. Современные тенденции таковы, что на лидирующие позиции выходят СМИ, которые ежедневно публикуют эксклюзивные материалы, выпускают большое количество новостей и представляют читателям качественную аналитику. Помимо этого журналисты ведущих изданий активно внедряют в свои тексты мультимедийные средства, редакторы пробуют новые форматы и жанры материалов.

Сегодня тренды развития спортивной журналистики диктует именно интернет, а растущая популярность и доступность смартфонов и планшетных компьютеров повлекли за собой новую тенденцию к мультиплатформенности. Sportbox.ru и Eurosport.ru не претерпели изменений ни в содержательном, ни в визуальном плане за последние годы, поэтому и оказались далеко позади таких лидеров, как «Чемпионат.com», Sports.ru, «Спорт-Экспресс», «Р-Спорт». Лидеры рынка спортивной онлайн-журналистики производят эксклюзивный контент, с большим количеством новостного материала, а также используют мультимедийные средства на своих сайтах.

Глава 3. История портала Чемпионат.com - от новостного ресурса до ведущего спортивного СМИ

3.1. Возникновение портала «Чемпионат.com»: поиски в оформлении, содержании и названии

С 1998 года на рынке стали появляться первые интернет-издания на тему спорта. К рубежу тысячелетий набирал обороты проект «Спорт сегодня», (сейчас – Sports.ru), у газет «Спорт-Экспресс» и «Советский спорт» появились собственные сайты. Однако данные издания не могли удовлетворить возрастающие запросы аудитории. В интернет преимущественно загружались PDF-версии газет, информации было немного, любителям спорта не хватало статистики, инфографики, ярких фотографий, видеоконтента.

С 2005 года происходит скачок в развитии спортивных онлайн-СМИ, связанный с запуском в марте 2005 года сайта championat.ru (современное название Чемпионат.com). Основатель издания Дмитрий Сергеев рассказывал о возникновении идеи спортивного портала: «Я достаточно быстро пришёл к тому, что существующие спортивные интернет-ресурсы не удовлетворяют моего интереса как пользователя. То есть я не получал того, чего хотел в два-три клика, тогда как в других областях всё развивалось бешеными темпами. Собственно, так у меня начала выкристаллизовываться идея открытия мультиспортивного сайта, способного утолить аналитический, статистический и новостной голод рядового болельщика».⁴⁹

С выбором названия данного ресурса связана интересная история, которую рассказывал его Сергеев: «Я придумал его, причём, можно сказать, почти случайно. Все знают, что существуют два классных футбольных менеджера – EA Sports и Championship. Второй лежал у меня на полке с дисками, я наткнулся на него глазами, когда придумывал доменное имя, перевёл и подумал: «А почему бы и нет?». Championship и Championat на тот момент

⁴⁹ «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championshipe-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 12.02.2017)

были заняты, поэтому остановился на своеобразном гибриде английского написания и транслитерации – Championat».⁵⁰

11 марта 2005 года на сайте championat.ru вышла первая новость «Перед «Спартаком» поставлена задача выиграть чемпионат», которая собрала 206 просмотров. Всего в этот день было опубликовано четыре текста. Все материалы были посвящены старту чемпионата России по футболу и носили информационный характер. На следующий день, 12 марта, вышло шесть материалов. Максимального числа просмотров (283) достигла новость «Чемпионат страны начинается с финансовых рекордов». Стоит отметить, что в первой версии сайта разграничение на короткие новостные и развернутые аналитические материалы никак не было предусмотрено.



Рисунок. 1. Объявление об открытии Championat.ru

Изначально на сайте были представлены лишь два вида материалов: статистика и комментарии к футбольным матчам чемпионат России, причем несколько месяцев основной контент сайта составляли новости с результатами матчей, а с июня 2005 года к ним добавились комментарии футболистов, судей и тренеров. «Арбитр ФИФА Игорь Егоров: меня ставят на колени!», «Александр Анюков: дождусь лучших времен в Самаре». Как правило, источник новостей не указывался, что было связано с тем, что первые

⁵⁰ «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championshipe-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 12.02.2017)

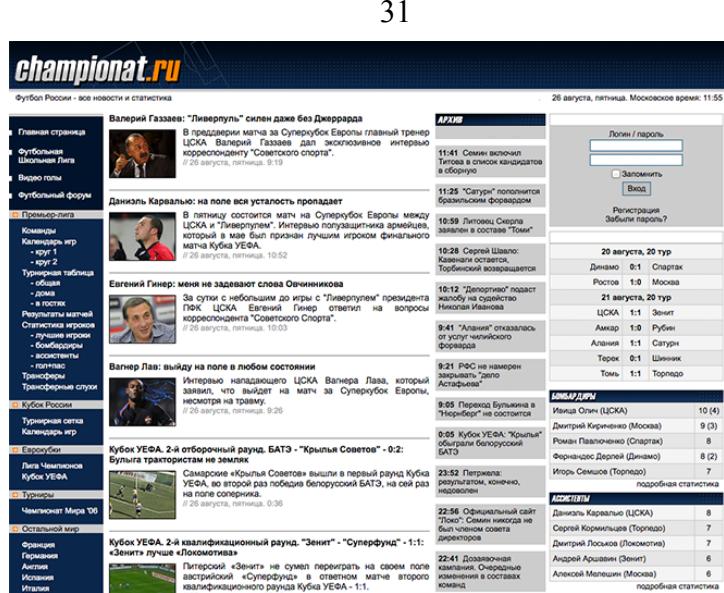


Рисунок 2. Скриншот главной страницы первой версии издания

несколько лет Чемпионат.com почти не производили своего контента, а лишь занимался цитированием.

«Мы развивали статистическую базу и занимались тем, что сейчас называется стандартной работой СМИ – агрегацией новостей. Я рассудил просто: рост количества новостей и переводов даже в отсутствие эксклюзивов

Рис. 3. Скриншот главной страницы первой версии издания

позволит увеличить посещаемость «старт-апа». К слову, на протяжении

достаточно длительного времени Чемпионат.com придерживался данной стратегии, пока не стало ясно, что предел всё-таки существует», - отмечал Д. Сергеев⁵¹.

Возможность регистрации пользователей портала его создателем планировалась изначально, однако в связи с техническими трудностями она стала возможна только с 13 августа 2005 года. Форум сразу стал достаточно активным: создавались темы, посвящённые чемпионату России, зарубежным первенствам, бурлил жизнью раздел «Флуд и оффтоп», но, тем не менее, многие ждали появления возможности комментирования непосредственно на самом сайте. Осенью 2005 года появилась опция – «комментировать» – пользователи получили возможность оставлять сообщения под новостями, а не только общаться на форумах.

Первый вариант дизайна сайта был довольно простым, но достаточно функциональным (см. Рисунок 1 и Рисунок 2). На сайте была представлена лента статей, колонка новостей, статистика. В таком виде «Чемпионат.com» просуществовал один год. В 2006 году стали происходить первые существенные изменения. Сайт всё больше приобретал популярность среди интернет-масс и как следствие рос приток пользователей с других интернет-порталов.

В марте 2006 года произошёл перезапуск проекта, был изменён дизайн сайта, а вместе с ним поменялся и логотип (См. Рисунок 3). Название сайта – «Чемпионат.ру» – стало окрашено в традиционный для издания оранжевый цвет, российский домен стал писаться по-русски «ру».

В этом же году количество материалов в день многократно увеличилось. 1 июня 2006 года было опубликовано 26 материалов (средний показатель за день для издания в то время), однако посещаемость по-прежнему была невысокая. Максимальное число просмотров в этот день заработал материал «Чиди Одия – русский нигериец в Германии» – 763.

⁵¹ «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championshipe-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 12.02.2017)

С 9 июня по 9 июля 2006 года в Германии проходил чемпионат мира по футболу, в этот период интерес к спортивным новостям у российской аудитории многократно возрос. Чемпионат.com набирал обороты. Как свидетельствовал Д. Сергеев: «Во время чемпионата мира по футболу в Германии наш рейтинг взлетел до небес. Как сейчас помню, из 30 дней «мундиаля» десять наш сервер «лежал», не справляясь с наплывом посетителей»⁵². Популярность удалось достичь за счет попадания в каталог «Яндекса». Для сравнения – если в начале июня на Чемпионат.com в среднем было 7-8 тысяч уникальных посетителей в день, то к середине июля их число выросло до 32 тысяч.

С лета 2006 года Чемпионат.com стал постепенно производить собственный контент, штат редакции расширился с 3-4 до десяти человек. Появились первые корреспонденты, работающие на событиях, и на сайте стал появляться эксклюзивный материалы (новости, цитаты). Стоит отметить, что первым редактором сайта и многолетним руководителем новостного подразделения с 2006 по 2012 год был Николай Петросян, ныне работающий директором по взаимодействию со СМИ в Adidas. В период расширения издания в редакцию пришли люди, работающие в ней до сих пор. В августе 2006 года с изданием начал сотрудничать журналист Михаил Тяпков, работающий в отделе футбола и по сей день. Первый его материал датируется 8 августа 2006 года: «Андрей Кобелев: шестое место будет нормальным результатом»⁵³, в этот же день вышло и другое интервью этого же автора: «Дмитрий Иванов: скоро презентуем проект нового стадиона»⁵⁴. Также в это

⁵² «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championshipe-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 12.02.2017)

⁵³ Андрей Кобелев: шестое место будет нормальным результатом // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-5260-andrej-kobelev-shestoe-mesto-budet-normalnym-rezultatom.html> (дата обращения: 14.02.2017)

⁵⁴ Дмитрий Иванов: скоро презентуем проект нового стадиона // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-5261-dmitrij-ivanov-skoro-prezentuem-proekt-novogo-stadiona.html> (дата обращения: 14.02.2017)

время начал работу в отделе футбола Александр Служаков, сейчас он отвечает за разделы фэнтези и ставки.

В 2006 году с целью дальнейшего развития произошла также интеграция «Чемпионата» в ЗАО SUP Медиа. Интеграция в крупную компанию стала важным этапом в истории издания, произошел переход на новый качественный уровень, что связано, прежде всего, с усилением штата сотрудников, возросшим финансированием и возросшими техническими возможностями. Владельцами сайта стали предприниматели Александр Мамут и Эндрю Полсон, а «Чемпионат» влился в международную медицинскую компанию SUP Media (SUP, СУП), которая входит в группу компаний Rambler&Co. По данным официального сайта в холдинг входят сейчас также «Афиша», «Lenta.ru», «Газета.ru», «RamblerNewsService», «Афише/Рестораны», «LiveJournal», «Мослента», «Секрет Фирмы», «Авторамблер», «Price.ru», «WMJ.ru»⁵⁵.

В 2007 году Чемпионат.com продолжает активно развиваться. Российские футбольные клубы «Спартак» из Нальчика и «Томь» первыми заключили соглашение о сотрудничестве с порталом, реклама сайта стала размещаться на баннерах на домашних стадионах этих команд, что значительно повлияло на популярность портала. «Мы засветились на экране, этого было достаточно для того, чтобы начать вести переговоры с более крупными рыбами и расширяться в маркетинговом плане. Российские клубы не продавали свои рекламные возможности, хотя хотели бы это делать, пусть и по бартерным схемам. Не скажу, если скажу, что за счёт этого «Чемпионат» и раскрутился»⁵⁶, – рассказывал Сергеев.

Весной 2007-го года, к старту домашнего чемпионата мира по хоккею, Чемпионат.com перестал быть только футбольным информационным изданием. 26 марта 2007 года был открыт раздел «Хоккей», 1 октября 2007 года – «Теннис», позже появились разделы других видов спорта. Они отображались

⁵⁵ Мы // Rambler&Co URL: <https://rambler-co.ru> (дата обращения: 14.02.2017)

⁵⁶ «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championshipe-i-ne-tolko.html> (дата обращения: 12.02.2017)

один под другим отдельными блоками на главной странице сайта, на которой выводилось только самое интересное о данном виде спорта, а полную информацию по каждому виду можно было увидеть в специализированном разделе. Каждый вид спорта получил свой определенный цвет, а на эмблеме в разделе вместо буквы «О» дополнительно отображался спортивный снаряд, характерный для данного вида спорта – хоккейная шайба, футбольный, теннисный или баскетбольный мяч и так далее. Вторая версия сайта просуществовала три года.

В 2007 в связи с вхождением в ЗАО SUP Медиа, возросшим финансированием и расширением тематики в редакцию пришло много новых сотрудников, которые и сегодня составляют основной костяк Чемпионат.com. В отделе футбола появились Антон Третьяк, Олег Лысенко, в отделе тенниса – Даниил Сальников, в отделе хоккея – Игорь Брагин. К этому времени на сайте уже шло четкое разграничение на новости и статьи. В это время у сайта появился свой офис, технический отдел, полноценная редакция. Штат редакции в тот момент состоял из 20-30 человек: руководители отделов, корреспонденты, выпускающие редакторы, новостники.

Изначально Чемпионат.com представлял собой сайт, где публиковалась статистика и комментарии к футбольным матчам чемпионат России. С течением времени контент сайта расширялся: изначально Чемпионат.com был авторитетным и полноценным футбольными СМИ, затем тематика портала стала более разнообразной за счет открытия отделов по другим видам спорта. Интеграция в крупную компанию ЗАО SUP Медиа стала важным этапом в истории издания, вхождение в корпорацию помогло порталу перейти на новый качественный уровень.

3.2. Развитие портала Чемпионат.com: пройденные этапы и использованные форматы

ЗАО SUP Медиа, в который входил Чемпионат.com, среди прочих ресурсов принадлежал популярный в начале 2000-х гг. блогосервис «Livejournal». В рамках совместного продвижения с ним Чемпионат.com стал

открывать блоги на платформе «Livejournal» – сначала редакционные (Дмитрия Сергеева, Николая Петросяна, фотораздела), а затем и авторские блоги известных спортсменов. В 2007 году появились блоги футболистов Игоря Семшова, Дмитрия Сычева, Вадима Евсеева, Игоря Акинфеева, Сергея Овчинникова и других спортсменов. Блоги российских футболистов впервые появились именно на Чемпионат.com. На тот момент это была уникальная возможность для читателей узнать что-то у звезд спорта «из первых уст». Часть спортсменов действительно самостоятельно вела свой блог (самый «живой» – у Дмитрия Сычева): они поддерживали обратную связь с читателями, оперативно отвечали в комментариях. Первая запись в блоге нападающего сборной России Дмитрия Сычева вышла 1 октября 2007 года⁵⁷ (см. Рисунок 4). «Привет всем. Я – Дмитрий Сычёв. Сегодня я открываю свой блог на «Чемпионат.ру». С этого момента я буду общаться с вами «вживую», перестану быть виртуальным», – написал Дмитрий.



Рисунок 4. Скриншот страницы блога Дмитрия Сычева

Футболист отвечал на вопросы аудитории, делился своими переживаниями, рассказывал о буднях спортсмена, об удачных и неудачных матчах, комментировал спортивные события. Записи в блоге появлялись регулярно каждые три-четыре дня. 14 октября 2007 года вышла публикация

⁵⁷ Футбол - это жизнь // Блог Дмитрия Сычева, Livejournal URL: <http://d-sychev.livejournal.com/?skip=180> (Дата обращения: 03.03.2017)

«Шепчет погодка опять...»: «Вот это уже по-нашему, по-русски! Октябрь и снегопад такой – на получи! Весело у нас, однако»⁵⁸. Блог Дмитрия Сычева пользовался популярностью – под каждой записью было от 50 до 200 комментариев – и просуществовал до июня 2008 года.

В то же время вместо многих спортсменов обновлением блогов занимались журналисты Чемпионата.com. Блог Игоря Семшова «Интервью для болельщиков» несколько отличался по стилистики от записей Сычева, поскольку за него очередные записи оставляли журналисты: «Привет. Долго я здесь не появлялся, дел много накопилось. Сегодня решил поделиться своими впечатлениями о матче «Селтик» – «Спартак» и жеребьевке группового этапа Лиги чемпионов. «Спартак» в Шотландии сыграл хорошо. Ни в чём не уступил сильному сопернику. Боролся за каждый мяч»⁵⁹, – писал «Семшов».

Активно блоги, ведущиеся от имени спортсменов, просуществовали до 2009 года, однако и позже часть блогов продолжала обновляться уже в новом дизайне – футболиста Акинфеева, теннисисток Елены Весиной (См. Рисунок 5) и Веры Звонаревой.

Однако со временем и развитием других социальных сетей популярность «Живого журнала» несколько упала, спортсмены стали предпочитать другие каналы прямого общения с аудиторией и блоги прекратили свое существование. В настоящий момент блоги спортсменов не столь популярны, поскольку у тех, кто хочет чем-то делиться с болельщиками, есть аккаунты в различных социальных сетях – Twitter, Instagram, Periscope и др. Сегодня блоги в основном используются болельщиками и журналистами, чтобы рассказать о чем-то, не вписывающемся в редакционную политику. Например, обозреватели Чемпионат.com Антон Михашенок и Дмитрий Ерыкалов ведут собственные каналы в Telegram, в которых высказывают личные соображения на различные события. Записи на каналах в Telegram по формату и подаче информации

⁵⁸ Шепчет погодка опять...// Блог Дмитрия Сычева, Livejournal URL: <http://d-sychev.livejournal.com/6240.html> (Дата обращения: 03.03.2017)

⁵⁹ О «Спартаке» и ЦСКА // Блог Игоря Семшова, Livejournal URL: <http://semshov-i.livejournal.com/2908.html> (Дата обращения: 03.03.2017)

существенно отличаются от журналистских текстом и приближены к формату блогов.

На Чемпионат.com же стали более востребованы авторские колонки известных комментаторов и бывших спортсменов. В колонке автор лишь



Рисунок 5. Скриншот страницы блога Елены Весниной

высказывает свой взгляд на какую-либо проблему. Авторская колонка – это, как правило, прямой диалог с аудиторией. Автор колонки не ставит перед собой задачу сообщить информацию читателю, а определяет своей целью показать авторское осмысление произошедшего события.⁶⁰ Колумнистами, как правило, становятся известные журналисты, чье мнение является авторитетным для читателей. В 2011 году был приглашен в качестве обозревателя спортивный комментатор Евгений Дементьев, в 2014 году появился в редакции спортивный комментатор и бывший футболист Константин Генич, которые предлагали свои комментарии по поводу текущих событий в футболе. Если Дементьев работал наравне с другими обозревателями – находил темы, писал аналитические тексты о немецком и российском футболе, отчеты о матчах и обзоры турниров, то Генич выступал в роли эксперта-обозревателя – высказывал свою точку зрения

⁶⁰ Тимченко И.С, Авторская колонка в современных СМИ. СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2011. С. 14.

на тут или иную тему, давал экспертное мнение. Материалы под авторством популярных комментаторов пользовались особым спросом у читателей, в среднем собирая на 20% больше просмотров, чем остальные тексты о футболе. Материал Генича «10 главных событий года в мировом футболе. Версия Генича»⁶¹, вышедший 30 декабря 2015 года, собрал 25269 просмотров, что являлось лучшим показателем за этот день.

После того, как осенью 2015 года был создан спортивный канал «Матч ТВ», куда были приглашены на работу и Генич, и Дементьев, эти комментаторы прекратили публиковаться на Чемпионат.com. За 4,5 года работы в издании под авторством Дементьева вышло 1022 статей, за один год сотрудничества с Константином Геничем – 159 материалов.

В марте 2016 г. приглашенным автором стал бывший главный тренер сборной России по футболу и заместитель главы комитета по спорту в Государственной Думе РФ Валерий Газзаев. С тех пор и до настоящего момента известный тренер высказывает свое мнение о событиях в российском футболе, а также после каждого тура чемпионата России по футболу составляет символическую сборную прошедшего тура. При этом цифры просмотров у текстов под авторством Газзаева достаточно высокие. Например, материал «Символическая сборная 19-го тура РФПЛ. Версия Валерия Газзаева»⁶² собрал 13467 просмотров.

Также на Чемпионат.com с мая по декабрь 2016 года публиковались футбольные обзоры одного из самых популярных спортивных комментаторов России Владимира Стогниенко, который писал о главных событиях дня в футболе, делился впечатлениями от чемпионата Европы во Франции. Стоит отметить, что тексты Стогниенко больше всего напоминали формат блога, которые были популярны ранее. В 2017 году на замену Стогниенко пришел

⁶¹ 10 главных событий года в мировом футболе. Версия Генича// Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-238279-10-glavnykh-sobytiy-goda-v-mirovom-futbole.html> (Дата обращения: 12.03.2017).

⁶² Символическая сборная 19-го тура РФПЛ. Версия Валерия Газзаева // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-269048-belenov-samedov-fernandes-dzagoev-gadzhiev--v-sbornoj-19-go-tura-rfpl.html> (дата обращения: 25.03.2017)

бывший полузащитник сборной России Роман Широков, тексты которого пользуются большой популярностью – материал «Для «Спартака» ЦСКА опаснее «Зенита». Широков – о 20-м туре»⁶³ собрал 22567 просмотров. Надо отметить, что приглашенные эксперты (Широков, Газзаев) опять же сами не занимаются написанием текстов, а лишь надиктовывают корреспондентам Чемпионат.com свои мысли.

Приглашение к сотрудничеству звезд, открытие блогов профессиональных спортсменов, что Чемпионат.com сделал первым в российском спортивном интернете, стало важным шагом на пути утверждения портала в числе ведущих спортивных онлайн-СМИ. Блоги спортсменов несколько лет пользовались популярностью у читателей, которые могли получить информацию от своего кумира напрямую. Однако с развитием других социальных сетей популярность «Живого журнала» несколько упала, спортсмены стали предпочитать другие каналы прямого общения с аудиторией и блоги прекратили свое существование. В частности, с появлением Instagram и Twitter спортсмены стали уделять больше времени социальным сетям. В этот период на Чемпионат.com стали более востребованы авторские колонки известных комментаторов и бывших спортсменов. Неформальное общение в блогах уступило место качественной аналитике от ведущих футболистов и тренеров.

3.3. Тематическое разнообразие портала Чемпионат.com: ориентация на пользователя

В 2008 году производство эксклюзивного контента становится приоритетным направлением в развитии портала. В этот же период «Чемпионат» стал открывать следом за Футболом, Хоккеем, Баскетболом и Теннисом новые разделы – Авто-мoto, Бокс, Другие виды. Штат расширялся и составлял уже больше 50 человек – вместе с техническим отделом,

⁶³ «Для «Спартака» ЦСКА опаснее «Зенита». Широков – о 20-м туре // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-269452-razbor-20-go-tura-rfpl-ot-romana-shirokova-novogo-eksperta-championata.html> (дата обращения: 25.03.2017)

модераторами, удаленно работавшими сотрудниками. Посещаемость сайта в этот период составляла более 2 миллионов пользователей в месяц.

В августе 2008 года появился видео-проект «Чемпионат.ТВ» – спортивное интернет-телевидение нового поколения. Проект ориентировался на интернет-пользователей и предоставлял в оперативном режиме самые востребованые видеоматериалы о наиболее популярных спортивных событиях. Ранее издание первым в интернете приобрело официальные права у телекомпании «НТВ-Плюс» на воспроизведение в сети лучших моментов игр чемпионата России по футболу. Этот контракт позволил на страницах нового канала после окончания матчей российского футбольного чемпионата размещать видео с повторами голов и наиболее опасных эпизодов игр. «Чемпионат.ТВ» – это очередной шаг в развитии нашего проекта в сторону самого популярного спортивного ресурса в российском интернете. Мы уверены, что видеоконтент будет всё больше привлекать аудиторию Рунета благодаря развитию широкополосного интернет-доступа в России. Интернет-телевидение – это формат грядущего будущего, на его основе скоро будет строиться весь телевизионный контент»⁶⁴, – заявлял руководитель издания Дмитрий Сергеев. «Чемпионат» организовал собственную ТВ-студию с оборудованием, камерами, операторами и телевизионными корреспондентами. Однако в итоге, надо констатировать, проект себя не оправдал из-за дорогого содержания и был закрыт в 2015 году из-за убыточности.

В 2011 году сайт переехал на международный домен «.com» и стал сочетать в названии и русские и английские буквы – Чемпионат.com. С 1 сентября 2014 года Чемпионат.com возглавил новый главный редактор – Самвел Авакян, который работал в издании с 2007 года – первоначально в должности руководителя отдела «Футбол», а с 2011-го – еще и заместителем главного редактора. Свою творческую карьеру Авакян начинал на РТР, далее

⁶⁴ «Чемпионат.ТВ» – спортивное интернет-телевидение // // Championat.com URL: <https://www.championat.com/football/article-24246-championat-tv-sportivnoe-internet-televideenie.html> (дата обращения: 03.03.2017)

работал в ИД «Еврофутбол», еженедельнике «Футбол» и на каналах «НТВ» и «НТВ-Плюс».

В том же 2014 году у Чемпионат.com появилась Служба эксклюзивных новостей – ее составляют корреспонденты, работающие исключительно над наполнением новостной ленты собственными материалами – цитатами и инсайдерской информацией. Сегодня в службе эксклюзивных новостей работает десять человек – постоянные сотрудники и практиканты. Корреспонденты занимаются поиском оперативной информации, инсайдерских сведений и комментариев от экспертов, руководителей команд, тренеров и спортсменов. Задача сотрудников службы эксклюзивных новостей – быстрее конкурентов получить информацию о том или ином событии. Данный вид деятельности схож с работой сотрудников информационных агентств, так как формирование контента в них основано на поиске, добывче и передаче эксклюзивной и важной информации. То есть это, по сути, привычная роль информационных агентств – снабжать новостями издания. За счет деятельности службы эксклюзивных новостей цитируемость издания Чемпионат.com выросла на 30% за год.

Служба эксклюзивных новостей в большей степени занята заполнением новостной ленты отдела футбола, так как именно этот вид спорта является самым популярным на сайте издания. В 2015 году к десятилетию существования проекта Чемпионат.com выделил самые упоминаемые команды и самых популярных спортсменов на сайте за всё время (до марта 2015 года).

Футбол:

ФК «Зенит» — 39 360

ФК «Спартак» — 37 322

ПФК ЦСКА — 28 182

ФК «Локомотив» — 21 988

ФК «Динамо» Москва — 19 876

Сборная России — футбол — 19 279

ФК «Реал» Мадрид — 19 044

ФК «Барселона» — 18 470

ФК «Рубин» — 17 861

«Динамо» Киев — 15 063

Другие виды спорта:

«Феррари» — 10185

ХК СКА — 10031

Сборная России — хоккей — 9951

«Ред Булл» — 9833

«Лотус» — 9382

«Макларен» — 8769

ПБК ЦСКА — 8439

ХК ЦСКА — 8343

ХК «Салават Юлаев» — 8253

ХК «Ак Барс» — 8155.⁶⁵

Из представленных данных можно сделать вывод, что футбол — самый популярный вид спорта на Чемпионат.com. С момента основания портала количество материалов об этом виде спорта в разы превышает количество текстов о других. Приоритетным для издания является российский футбол, но надо отметить, что не во всей его полноте. Структура чемпионата России выстроена следующим образом: Российская футбольная премьер-лига — высший дивизион, ФНЛ — первый, ПФЛ — второй (подразделяется на пять зон). Российская футбольная Премьер-лига (РФПЛ) включает в себя 16 команд из 12 городов России. ФНЛ — соревнование 20 команд из 20 городов, а ПФЛ — 64 команд из 56 городов. Наибольшим интересом у читателей «Чемпионата» пользуется российская Премьер-лига (сильнейшая лига страны), в то же время обзоры турниров ФНЛ в издании выходят нерегулярно, ПФЛ практически не освещается в СМИ.

⁶⁵ «Спартак» — не чемпион. Про кого «Чемпионат» пишет больше всего // Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-218008-spartak-ne-champion-pro-kogo-championat-pishet-bolshe-vsego.html> (Дата обращения: 09.02.2017)

Помимо российского чемпионата аудиторию интересуют европейские кубковые турниры: Лига чемпионов и Лига Европы, также особое внимание издание уделяет выступлению сборной России на международных турнирах – чемпионатах мира и Европы, будущем Кубке Конфедераций. Так, в период Чемпионата Европы по футболу 2016 года (июнь-июль) посещаемость «Чемпионата» была самой высокой за год – порядка 35 000 000 просмотров в месяц. Средняя месячная посещаемость в течение года равна 30 000 000.

К числу наиболее популярных видов спорта в России, а значит, и самых востребованных у аудитории портала, относится и хоккей. В 2008 году была создана коммерческая лига – Континентальная хоккейная лига, включающая в себя 28 команд из 26 городов и семи стран. Кроме того, структура хоккейных чемпионатов также включает в себя ВХЛ (Высшая хоккейная лига) – 26 команд из 26 городов, МХЛ (Молодежная хоккейная лига) – 31 команда из 27 городов, МХЛ-Б – 23 команды из 22 городов. Хоккейный клуб СКА из Санкт-Петербурга чаще всего упоминается на портале Чемпионат.com (10031 раз), следом идет сборная России по хоккею (9951). Интерес к выступлению национальной команды по хоккею на международных соревнованиях действительно широк. К примеру, материалы о Кубке мира 2016 года в Канаде собирали порядка 20-30 тысяч просмотров в день.

К менее популярным, но тем не менее регулярно привлекающим внимание видам спорта в России можно отнести биатлон, автогонки (в первую очередь, Формулу 1), волейбол (проходят женский и мужской чемпионаты России, этапы Мировой лиги, Чемпионаты мира и Европы), баскетбол (коммерческая Единая лига ВТБ и три дивизиона чемпионата, проводимого Федерацией баскетбола). Особого внимания СМИ заслуживает биатлон. За последние пять лет данный вид спорта приобрел значительное число болельщиков, гонки Кубка мира, чемпионата мира и Европы транслируются на федеральном канале. На Чемпионат.com по ходу зимнего сезона также появляется большое количество материалов о биатлоне. Однако в последние годы обозначилась тенденция, что внимание к биатлонным соревнованиям у российской аудитории проявляется лишь при успешном выступлении

спортсменов сборной России (призовые места), а также в случае возникновения громких скандалов. Например, на чемпионате мира 2017 года в первой гонке произошел скандал с участием спортсменов из России. Француз Мартен Фуркад демонстративно ушёл с подиума чемпионат мира после появления на нём сборной России. Появившийся на сайте текст об этой ситуации ««Уберите психическую». Почему Фуркад никогда не будет великим»⁶⁶ собрал рекордное для раздела количество просмотров – 110 348.

Тем не менее, ситуация очевидна – с каждым годом на сайте Чемпионат.com появляется все больше разделов, посвященных различным видам спорта, набирающим популярность. Из последних примеров – «Фэнтазиспорт» и «Киберспорт» – две игровые индустрии, возникшие еще в 90-е годы XX века, пользующиеся в последние годы большой популярностью. Компьютерные игры трансформировались в мощную отрасль, которая продолжает развиваться за счет привлечения новых пользователей и популяризации этих игр.

4 марта 2016 года Чемпионат.com объявил о запуске онлайн-турниров в формате DailyFantasy («Ежедневные фэнтези») на платформе сайта www.drafton.com. «DailyFantasy — популярный вид развлечений у интернет пользователей в США и Европе. После нескольких месяцев разработки при участии нашего стратегического партнера компании DraftON мы готовы предложить этот проект нашим пользователям на территории России и стран СНГ»⁶⁷, – заявил заместитель генерального директора холдинга Rambler&Co Дмитрий Сергеев.

Ежедневные фэнтези-конкурсы бесплатны для участия, при этом для пользователей разыгрываются ценные призы. Формат конкурсов DailyFantasy предполагает, что интернет-пользователь должен набрать себе команду

⁶⁶ «Уберите психическую». Почему Фуркад никогда не будет великим // Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/other/article-266882-championat-mira-po-biatlonu-novaja-istorika-martena-furkada-na-nagrazhdennii.html> (Дата обращения: 20.03.2017)

⁶⁷ «Чемпионат.com» запустил платформу для ежедневных фэнтези-турниров// Lenta.ru URL: <https://lenta.ru/news/2016/03/04/fantasychampionat/> (дата обращения: 12.02.2017)

реальных игроков из числа тех, кто будет выступать в ближайших встречах. Чем больше очков наберет тот или иной игрок, тем больше баллов получит участник конкурса. Победитель определяется по общему количеству набранных очков. Онлайн-турнирам на Чемпионат.com посвящен целый раздел Фэнтези. Материалы в этом разделе выходят достаточно редко – не больше одной статьи за день, заведует разделом журналист Александр Служаков, который также пишет тексты и для раздела Ставки. Причем данный формат привлекателен и для аудитории, и – ничуть не меньше, а то и больше – для самого портала. С помощью подобных форматов сайт, на который заходят посетители, превращается в портал с постоянными пользователями. Они привязывают портал и аудиторию друг к другу сильнее, чем новостной контент.

Через полгода, 1 августа 2016 года на Чемпионат.com был открыт еще один раздел, на этот раз новая рубрика была посвящена киберспорту. Раздел об игровой компьютерной индустрии включает в себя, помимо классических новостей и заметок на страницах сайта, видеоигровые новостные подборки и тематические телепрограммы. В среднем за день в разделе выходит 2-3 текста и 15-20 новостей.

5 апреля 2017 года Чемпионат.com запустил ещё один раздел о здоровом образе жизни — Championat_Lifestyle. «Этот раздел — про желание быть не только наблюдателем больших спортивных событий, но и про то, как стать их активным участником. Тем, кто находит спорт во всём, что его окружает, и не боится пробовать. Теперь наш читатель — главный герой, которого мы хотим видеть и слышать»⁶⁸, — объясняют разработчики. У Lifestyle открыто уже три подраздела – Fitness, Run, City.

Помимо работы над расширением сайта руководство Чемпионат.com уделяет много внимания взаимодействию с социальными сетями. Благодаря бешеної популярности социальных сетей, они стали для интернет-СМИ важным ресурсом, обеспечивающим огромное количество переходов на их

⁶⁸ Стиль твоей жизни. Каким будет новый раздел?// Чемпионат.com URL:<https://www.championat.com/lifestyle/article-270476-championat-otkryvaet-razdel-lifestyle.html> (Дата обращения: 05.04.2017)

сайты. В некоторых случаях сообщества в социальных сетях уже становятся полноценной составляющей конвергентного издания со своей специфической аудиторией и контентом. С каждым годом количество подписчиков аккаунтов Чемпионат.com растет, что привлекает большее количество читателей на сайт. Самая большая аудитория Чемпионат.com в социальной сети Вконтакте – 832 000 подписчиков, что является лучшим показателем среди всех спортивных СМИ из России.

Сведения об аудитории официальных аккаунтов ведущих спортивных медиа России в социальных сетях обобщены в представленной ниже таблице (*данные на 10.03.2017*):

Таблица 1. Аудитория официальных аккаунтов ведущих спортивных медиа России в социальных сетях

Соц. сети	Чемпионат.com	«Спорт-Экспресс»	«Советский спорт»	Sports.ru	P-Спорт
Вконтакте	832000	356000	324000	400000	164000
Facebook	448000	83000	62000	353000	23000
Twitter	186000	176000	196000	505000	301000
Youtube	12500	5000	4000	-	-
Instargam	3200	29000	7000	20200	113000
Итого:	1295700	473000	593000	1278200	601000

В 2016 году в социальной сети Facebook появилась функция проведения прямых эфиров. Практически сразу же после этого журналисты Чемпионат.com, используя ее, начали делать и выкладывать онлайн-видео с футбольных матчей, пресс-конференций и из микст-зоны стадионов. Видео транслировались в прямом эфире, а затем сохранялись в специальном разделе. Например, видео пресс-конференции главного тренера «Спартака» Массимо Карреры после поражения от «Крыльев Советов» 1 декабря 2016 года собрало 7,3 тысячи

просмотров.⁶⁹ Вскоре такая же функция появилась Вконтакте, и корреспонденты Чемпионат.com в этой социальной сети начали проводить прямые эфиры – так называемые стримы. Вконтакте количество просмотров было намного больше – 22380 с пресс-конференции после матча СКА – «Локомотив»⁷⁰. Более того – ссылки на видео вставляются в материалы и новости и на главном сайте Чемпионат.com. Стоит отметить, что подобного рода видеосъемки не требуют специального оборудования (достаточно смартфона с камерой) и много времени. Стreamы уже сегодня стали прекрасной альтернативой видеоканалам изданий и интернет-телевидению. Возможностями прямых трансляций пользуются информационные агентства – ИТАР-ТАСС, глянцевые журналы – «Собака.ру».

Растущая популярность и доступность смартфонов и планшетных компьютеров, а также значительное снижение стоимости мобильного интернета повлекли за собой новую тенденцию к мультиплатформенности. Сегодня читателю все реже нужна «упрощенная» версия сайта в телефоне, ему необходимо мобильное приложение портала, где он может получать всю интересующую его информацию. Так появляются iOS- и Android-приложения СМИ, которые по своему функционалу отличаются от мобильных версий. Мобильное приложение для гаджетов существует и у Чемпионат.com. Специальное приложение «Чемпионат.ру» стало доступно в Android Market в апреле 2011 года. В приложении были доступны ежедневные новости по всем видам спорта, авторские материалы и интервью, фотопортажи с матчей, а также подробная статистика и текстовые LIVE-трансляции спортивных событий. Верстка мобильного приложения издания – отдельное направление в работе редакции. Адаптивный дизайн – еще одна тенденция, которая укрепляется в современных медиа.

⁶⁹ Пресс -конференция Кэрреры. 0:4 // Facebook URL: https://www.facebook.com/pg/championat/videos/?ref=page_internal (Дата обращения: 02.04.2017)

⁷⁰ Пресс-конференция после матча СКА - «Локомотив»// Вконтакте URL: https://vk.com/videos-1331201?z=video-1331201_456239416%2Fclub1331201%2Fpl_-1331201_-2 (Дата обращения: 02.04.2017)

Версия мобильного приложения Чемпионат.com разработана не должным образом и требует усовершенствования. На сегодняшний день она напоминает мобильную версию сайта и по мнению многих пользователей не слишком удобна в сравнении, например, с приложением Sports.ru. Благодаря созданию множеств приложений, отвечающих интересам различных групп пользователей, Sports.ru является лидером в данном сегменте на рынке. Среди плюсов же приложения можно выделить Push-уведомления о спортивных новостях, видео голов и моментов, наличие текстовых трансляций матчей и долгожданный функционал комментарии. К минусам можно отнести неудобный дизайн, отсутствие четкого разграничения на разделы и неудобный формат для просмотров больших текстов.

Вот уже девять лет приоритет Чемпионат.com – производство эксклюзивного контента. За этот период времени была создана Служба эксклюзивных новостей (СЭН), работа которой значительно повысила цитируемость сайта, появление новых разделов (фэнтези, киберспорта) способствовало приходу новой аудитории на сайт. Редакция Чемпионата.com уделяет много внимания взаимодействию с социальными сетями. Издание широко представлена во всех популярных социальных сетях, что сегодня обеспечивает огромное количество переходов на сайт. В дальнейшем сообщества в социальных сетях Чемпионат.com могут стать полноценной составляющей конвергентного издания со своей специфической аудиторией и контентом.

3.4. Особенности освещения крупных спортивных турниров на Чемпионат.com

Первая в истории зимняя Олимпиада в России стала важнейшим событием в 2014 году не только для спортивных СМИ, но и для всех общественно-политических изданий и редакций. Согласно данным мониторинговых организаций, Олимпийские игры, как правило, собирают самую большую зрительскую аудиторию в мире. В 2014 году на Играх в Сочи работало свыше 15 тысяч журналистов, среди которых были и корреспонденты

Чемпионат.com. В дни Олимпиады посещаемость сайта Чемпионат.com выросла на 50 процентов. Посещаемость новостного раздела олимпийских видов спорта выросла по сравнению с другими видами спорта с 3 миллионов уникальных пользователей за месяц до 21 миллиона. Стоит отметить, что в дни Олимпийских игр раздел Хоккей также относился к разделу «Олимпиада».

Домашние соревнования высшего мирового уровня привлекли внимание огромного количества людей по всей стране, ни один турнир до и после этого не привлекал столь значительную аудиторию на сайт. Причем заметно, как с ходом соревнований менялись ее информационные предпочтения и ожидания. На момент старта Игр наибольшей популярностью у читателей пользовались материалы о хоккее. Российские болельщики ждали от сборной на родине золотых медалей, однако вылет российской национальной команды на ранней стадии плей-офф повлек за собой отток аудитории из этого раздела. Очередное золото сборной Канады не вызвало интереса у читателей Чемпионат.com.

В первые дни Олимпиады наибольшее количество просмотров (40-50 тысяч) собирали тексты о биатлоне и хоккее. Как только российские спортсмены стали выигрывать медали в других видах спорта – шорт-треке, фигурном катании, лыжах, бобслее и сноуборде, интерес к этим дисциплинам возрастал (в среднем с 5000 просмотров до 20000). Рекордное количество медалей, выигранное сборной России на домашней Олимпиаде, подняло интерес к спорту у жителей страны.

Помимо Олимпийских игр огромное количество просмотров собирают крупные соревнования по футболу – чемпионаты мира и Европы. Для примера рассмотрим материалы и новости о последнем европейском первенстве по футболу, которое состоялось в июне 2016 года во Франции. Раздел Футбол собрал 18 миллионов просмотров за месяц во время чемпионата Европы, что является лучшим показателем за год (средняя посещаемость раздела – 14 миллионов в месяц). Наиболее число просмотров собрал текст о погромах фанатов в Марселе («300 против 10 тысяч. Как русские хулиганы разгромили

Евро-2016»⁷¹ – 292 291), интервью с британскими болельщиками («Ненавидим Россию сильнее, чем Европу»⁷² – 357 552), материал о скандальной выходке футболиста сборной России Павла Мамаева («Жду г*вна в комментариях». Как Павел Мамаев отметился в Сети»⁷³ – 150 146), отчет о матче сборной России с Англией («Василий – это сила! Как Россия спасла матч с Англией»⁷⁴ – 124 528). Легко заметить, что особым спросом у читателей пользуются тексты на скандальные темы, особенно с негативным оттенком: драки болельщиков, грубые высказывания британских фанатов, а также резонансный пост российского футболиста. Так происходит потому что вместе с ростом аудитории, меняется и ее качественный состав, добавляются периферийные болельщики, соответственно происходит и крен с результатов и серьезной аналитики на громкие скандалы. Заслуга журналистов Чемпионат.com заключается в том, что они оперативно откликались на информационный повод (тексты появлялись в течение часа после появления резонансных новостей) и грамотно излагали суть конфликтов, дополняя свои материалы фото и видео контентом.

К крупным спортивным событиям Чемпионат.com всегда старается приурочить внедрение технических новшеств или нестандартных подходов к освещению мероприятий, которые позволяют повысить популярность портала в дни больших турниров. К Олимпийским играм 2016 года была придумана специальная рубрика «Тroe из простоРашинo». Тroe корреспондентов

⁷¹ 300 против 10 тысяч. Как русские хулиганы разгромили Евро-2016 // Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-249710-samye-krutye-besporjadki-v-istorii-rossijskogo-futbola.html> (Дата обращения: 30.03.2017)

⁷² «Ненавидим Россию сильнее, чем Европу»// Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-250828-anglija-vyletaet-iz-evropy-no-pomnit-rossijskih-fanatov.html> (Дата обращения: 30.03.2017)

⁷³ «Жду г*вна в комментариях». Как Павел Мамаев отметился в Сети // Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-250388-evro-2016-rossija--uels-obzor-socsetej-o-vlyete-sbornoj.html> (Дата обращения: 30.03.2017)

⁷⁴ Василий — это сила! Как Россия спасла матч с Англией // Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-249708-rossija--anglija---11-11-ijunja-2016-obzor-matcha-foto.html> (Дата обращения: 30.03.2017)

Чемпионат.com, которые освещали события из Рио-де-Жанейро, ежедневно рассказывали в юмористической форме о событиях, которые произошли с ними за день. «И вот три простых товарища из страны, которую иностранцы завистливо называют «Раша», лежат себе на Копакабане, и в перерывах между принятием очередного коктейля вяло пишут о своих самых ярких впечатлениях в ежедневную рубрику «Тroe из простоРашино»⁷⁵, – говорилось в первом выпуске новой рубрики. Журналисты рассказывали о спортивных соревнованиях, произошедших в этот день, однако акцент делали на личные впечатления, нелепые инциденты и незамеченные ранее факты. Идея рубрики заключалась в том, чтобы серьезная информация о спортивных событиях была представлена в виде впечатлений людей «в клоунской маске». Просмотры текстов «Тroe из простоРашино» во время Олимпиады в среднем в день были равны 15 000. Такой успех привел к тому, что во время Чемпионата мира по биатлону 2017 года было решено вернуть данную рубрику под названием «Двое из простоРашино». Во время биатлонного чемпионата средняя посещаемость текстов из этой рубрики была равна 10 000.

Крупные соревнования – ответственный период времени для работы спортивного издания. К международным спортивным событиям Чемпионат.com всегда старается приурочить внедрение технических новшеств или использовать нестандартные подходы к освещению мероприятий, что способствует повышению популярности портала в дни больших турниров. Анализ материалов показал, что в дни крупных турниров посещаемость Чемпионат.com значительно вырастает. Данная тенденция показывает, что именно большие турниры - главные события в жизни спортивного портала, главный источник трафика, рекламодателей и аудитории. Отношения с рекламодателями - важная часть работы издания. Благодаря узнаваемости бренда «Чемпионат.com», развитым социальным сетям, высоким показателям по количеству просмотров издание пользуется спросом у рекламодателей,

⁷⁵ Тroe из простоРашино. Женский спецвагон против маньяков// Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/olympic/article-253070-olimpiada-2016-5-avgusta-samye-interesnye-sobytiya-iz-rio-de-zhanejro.html> (Дата обращения: 30.03.2017)

которые размещают свой контент на сайте издания. Также Чемпионат.com прибегает к использованию партнерского журналистского контента.

Заключение

Спортивная интернет-журналистика в России существует не больше 20 лет, но уже успела стать одной из самых заметных отраслей журналистики со своими правилами работы, жанрами, форматами. Ее формирование проходит на фоне преобразований в спорте, разработок в сфере интернета и современных коммуникационных технологий, роста популярности социальных сетей.

В соответствии с указанными во введении задачами, мы рассмотрели историю развития спортивных СМИ в интернете. Мы пришли к выводу, что основное влияние на спортивную онлайн-журналистику оказывали: особенности распространения интернета в России, развитие технологий и открытие новых форм коммуникации в сети. Развитие интернета оказывало не только количественное воздействие (рост аудитории), но и качественное. Для пользователей открывались новые возможности: просмотр видеозаписей, фотографий, комментирование и т.д. Спортивная онлайн-журналистика начала использовать эти нововведения в своих целях. Традиционные журналистские жанры в сети стали трансформироваться. Конвергенция – это то, что существенно повлияло на развитие онлайн-СМИ. Смешение жанров, использование мультимедийных средств для иллюстрирования текстовых материалов – все это изменило сферу спортивной онлайн-журналистики.

Описав состояние медиарынка спортивных онлайн-СМИ, мы выделили ряд ключевых интернет-изданий, освещающих тему спорта в России. Ведущими универсальными интернет-СМИ о спорте можно назвать как собственно онлайн-медиа, такие как Sports.ru и Чемпионат.com, так интернет-версии традиционных изданий – Sovsport.ru и Sport-express.ru, а также к числу лидеров относится спортивное информационное агентство Р-Спорт. В российских общественно-политических интернет-СМИ также присутствуют спортивные разделы, однако

в большинстве своем качество материалов там заметно уступает текстам в спортивных изданиях. В этой тенденции есть исключения в виде спортивных разделов сайта «Газета.ru» и отдела спорта информационного агентства ТАСС.

На этом фоне и в контексте общих изменений и тенденций мы проследили развитие интернет-издания Чемпионат.com, проанализировали тематическое разнообразие портала и его жанрово-стилистические особенности, технические преобразования и пришли к следующим выводам:

- 1) за 10 лет существования портал сумел стать самым популярным интернет-изданием в России в сегменте спортивных СМИ за счет подробного и качественного освещения самых востребованных видов спорта, предоставления читателю аналитической, статистической и новостной информации;
- 2) Чемпионат.com первым (1 октября 2007 года) открыл блоги известных спортсменов, что вызвало огромный интерес у аудитории. Впоследствии, когда интерес к блогам упал, Чемпионат.com стал приглашать известных спортивных журналистов и телекомментаторов в качестве экспертов, что позже стало трендом спортивной интернет-журналистики;
- 3) с первых дней существования портала, самой сильной стороной было обилие и качество новостного контента. Служба эксклюзивных новостей, созданная в 2014 году, на 30% за один год повысила цитируемость издания;
- 4) в настоящее время «Чемпионат.com» является одним из лидеров по количеству подписчиков в социальных сетях среди спортивных СМИ, откуда в настоящее время приходит значительная часть аудитории. В дальнейшем сообщества в социальных сетях «Чемпионат.com» могут стать полноценной составляющей конвергентного издания со своей специфической аудиторией и контентом ;

5) сегодня пользователям уже не нужны мобильные версии сайтов, им нужен принципиально новый продукт -мультимедийное приложение. Мобильное приложение для гаджетов существует и у Чемпионат.com, однако версия мобильного приложения разработана не должным образом и требует усовершенствования;

6) к большим соревнованиям, таким как Олимпийские игры и чемпионаты мира, редакция «Чемпионата» регулярно ведет поиск новых жанровых и стилистических форм, открывает новые рубрики, что значительно повышает интерес к изданию в дни крупных турниров.

Современное состояние медиарынка спортивных онлайн-СМИ предполагает трансформацию интернет-изданий в соответствии с требованиями времени, что наглядно видно на примере портала «Чемпионат.com». Многие исследователи называют мобильные технологии будущим интернета. Уже сейчас доля мобильного трафика превышает трафик с компьютеров, а это значит, что необходимо удовлетворять запрос аудитории – работать над усовершенствованием мобильных приложений и мобильных версий сайта.

Но пользователям все меньше нужны обычные мобильные версии сайтов, им необходим принципиально новый продукт, который будет давать доступ ко всем ресурсам сайта – видео, фото, инфографике, текстам и т.д. Аудитория предпочитает потреблять контент, программируя его в интернете по собственному желанию. Зачастую, пользователь приходит не на сайт, а на конкретный материал. Поэтому огромное внимание уделяется работе издания в социальных сетях. Все ведущие спортивные онлайн-СМИ имеют собственные аккаунты на Youtube, Twitter, Instagram, Facebook. Значительная часть пользователей именно через страницы в социальных сетях попадают на сайт издания. Общее количество подписчиков «Чемпионата» в социальных сетях – 1295700, что является лучшим показателем среди всех спортивных СМИ из России.

Подводя итог, стоит отметить, что все крупные российские спортивные СМИ, к числу которых принадлежит «Чемпионат.com», уверенно приспосабливаются к современным реалиям и оперативно откликаются на растущие требования аудитории. Лидеры рынка спортивной журналистики уже прочно осознали, что именно интернет на сегодняшний день открывает наиболее перспективные пути и варианты развития массовых коммуникаций в сфере спорта, предоставляет наибольшие возможности для привлечения аудитории и рекламодателей и взаимодействия с ними. Поэтому правильней говорить не о кризисе спортивной журналистике, а о трансформации ее для перехода на качественно новый содержательный и технологический уровень.

Список литературы

Книги, монографии, сборники

На русском языке:

- 1) Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Основы спортивной журналистики. Москва.: Аспект Пресс, 2016.
- 2) Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика. СПб.: Юрайт, 2014.
- 3) Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. - М.: МедиаМир, 2015.
- 4) Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале ХХI в. науч. ред. Б. Я. Мисонжников. Томск, 2013.
- 5) Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. / Под редакцией А.Г. Качкаевой. М., 2010.
- 6) Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.
- 7) Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/022.htm>.
- 8) Тимченко И.С, Авторская колонка в современных СМИ. СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2011.

На иностранном языке:

- 9) Campbell T. A History Of Webcomics. San Antonio: Antarctic Press, 2006. C. 32.

Научные статьи

- 10) Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text16/026.htm>.
- 11)Лебедева Е.А. Авторское начало в спортивных аналитических интернет-

- текстах: англо-русские параллели // Филол. науки. Вопросы теории и практики. - 2014. - №11-1 (41)
- 12)Шершнёва Ю.С. Спортивная журналистика в интернете: образ адресата / Ученые записки Новгородского государственного университета. 2016

Электронные ресурсы

- 1) Всероссийский центр изучения общественного мнения <http://wciom.ru>
- 2) ИОМ «Анкетолог» <https://iom.anketolog.ru>
- 3) «Медиалогия» <http://www.mlg.ru>
- 4) РБК <http://rbc.ru>
- 5) РИА «Новости» <http://ria.ru>
- 6) «Р-Спорт» <http://rsport.ru>
- 7) ТАСС <https://tass.ru>
- 8) «Рамблер/Топ-100» top100.rambler.ru
- 9) «Чемпионат».com<http://championat.com>
- 10) Яндекс. Каталог https://yandex.ru/yaca/cat/Sports/Sports_Media/
- 11)Liveinternet.ru <http://www.liveinternet.ru/stat>
- 12)Livejournal.com <http://www.livejournal.com>
- 13) Sports.ru <http://sports.ru>
- 14) Sovsport.ru <http://sovsport.ru>
- 15) Facebook facebook.com/championat

Авторефераты, диссертации

- 16)Кокорина Т. С. Спортивные интернет-СМИ: - сравнительный анализ российской и британской модели// Магистерская диссертация, 2016.

Законодательные акты

- 17)Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) «О средствах массовой информации»

18)Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 28.11.2015, с изм. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016).

Приложение 1

Интервью с создателем интернет-портала Чемпионат.com Дмитрием Сергеевым⁷⁶:

«И тогда я предложил купить меня вместе с проектом».

Чемпионат.com URL: <https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championship-i-ne-tolko.html>

Дмитрий Сергеев – об идее создания «Чемпионата», демократии в коллективе, главных редакторах, незаменимых сотрудниках и многом другом.

– Давай начнём с фразы из песни группы «Машина времени»: «Ты помнишь, как всё начиналось?»

– Конечно. На дворе стоял 1999 год, Интернет фактически начинал завоёывать мир. Я понимал, что за ним будущее и стоит пытаться найти себя на этом поприще. Когда вернулся в Россию после учёбы в Австрии, у меня возникла идея организовать свой бизнес-проект. Сначала, когда я играл в Московской интернет-футбольной лиге (МИФЛ) за команду Spartak.org, меня попросили сделать сайт турнира. Затем на базе технологии BannerBank я создал баннеро-обменную сеть SportBannerNetwork, которая объединила несколько спортивных сайтов.

– Спортивный Интернет тогда был в зачаточном состоянии. Как ты понял, в каком направлении нужно двигаться?

– Всё очевидно. Я достаточно быстро пришёл к тому, что существующие спортивные интернет-ресурсы не удовлетворяют моего интереса как пользователя. То есть я не получал того, чего хотел в два-три клика, тогда как в других областях всё развивалось бешеными темпами. Собственно, так у меня начала выкристаллизовываться идея открытия мультиспортивного сайта, способного утолить аналитический, статистический и новостной голод рядового болельщика.

– Запускать его ты пытался трижды?

⁷⁶ «И тогда я предложил купить меня вместе с проектом» // Чемпионат.com URL: [\(дата обращения: 10.01.2017\)](https://www.championat.com/football/article-217970-dmitrij-sergeev--o-championship-i-ne-tolko.html)

– Да, началось всё с моего похода к нынешним владельцам Soccershop.ru, тоже спартаковским болельщикам. Я просил их помочь с финансированием. Если не изменяет память, то речь шла о \$5 тысячах, которые должны были пойти на создания технической базы. Весь маркетинг и раскрутку собирался осуществить самостоятельно. Мы достаточно долго вели переговоры, однако они отказались и открыли на эти деньги оффлайн-магазин фан-атрибутики и экипировки на Тульской.

– Как развивались события дальше?

– Затем судьба свела нас с нынешним вице-президентом по развитию бизнеса хоккейного клуба «Спартак» Демьяном Сидоренко. На тот момент он вынашивал планы по созданию Московской футбольной школьной лиги. За ним стояли достаточно сильные люди, и в теории они могли выступить соинвесторами нового проекта. Но моим надеждам не суждено было сбыться, несмотря на то что Демьян старался помочь привлечь инвестиции.

«Из 30 дней чемпионата мира по футболу в 2006-м десять наши серверы лежали»

– И всё-таки тебе удалось довести идею до ума...

– Я решил зайти с другой стороны. Присмотрелся к сайтам, которые уже входили в созданную мной баннерную сеть, выделил для себя один подходивший с технической точки зрения – fnews.ru, встретился с его владельцем Павлом Головиным и озвучил ему свою идею. Сошлись на том, что я займусь дизайном и маркетингом на основе его «движка» и попутно буду раскручивать российский футбол под брендом championat.ru, а он, как и прежде, будет следить за европейским в рамках fnews.ru и работать над разработкой и усовершенствованием базы.

– Как долго продлилось существование?

– Год. В марте 2006-го, когда ежедневная посещаемость проектов сравнялась, я предложил Павлу объединиться под одним флагом, поделить прибыль пополам и начать развиваться. Ударили по рукам, а уже в июле совершили самый настоящий прорыв. Во время чемпионата мира по футболу в Германии наш

рейтинг взлетел до небес. Как сейчас помню, из 30 дней «мундиаля» десять наш сервер «лежал», не справляясь с наплывом посетителей.

– Как удалось добиться такой популярности?

– За счёт «Яндекса». Мы удачно попали в каталог, произошла оптимизация и начали бить рекорды популярности. Если в начале июня у нас в среднем было 7-8 тысяч «уников» в день, то к середине июля их число взлетело до 32 тысяч.

– Как родилось название «Чемпионат»?

– Я придумал его, причём, можно сказать, почти случайно. Все знают, что существуют два классных футбольных менеджера – EA Sports и Championship. Второй лежал у меня на полке с дисками, я наткнулся на него глазами, когда придумывал доменное имя, перевёл и подумал: «А почему бы и нет?». Championship и Championat на тот момент были заняты, поэтому остановился на своеобразном гибриде английского написания и транслитерации – Championat.

– Какие-нибудь ещё варианты названий ты рассматривал?

– Сначала хотел что-то из серии Sport24.ru.

«Меня удивляло, что никто не занимался мониторингом иностранной прессы»

– Почему «Чемпионат» оранжевый?

– Нужно было какое-то отличие от всех остальных СМИ. Чисто синий цвет явно не подходил. Зелёный, как история с футбольным полем, тоже не нравился. Красный – слишком агрессивно. Первая версия «Чемпионата» была сине-оранжевая. Эти цвета довольно удачно сочетались друг с другом. Потом синий превратился в чёрный, и мы стали оранжево-чёрные.

– Ты сказал, что рядовому болельщику в 2006-м не хватало информации...

– Да, она поступала к нам в ограниченном количестве. Хотя было очевидно, что новостей и любопытных историй пруд пруди, особенно если активно заниматься мониторингом иностранных СМИ. Удивительно, но в Рунете данную нишу толком никто не занял, довольствовались тем, что было. Это сейчас уже через пять минут после матча все знают, что сказал игрок, а тогда

основная масса любителей спорта социальными сетями не пользовалась и бежала с утра в ближайший киоск за газетами.

– В которых не всегда можно было найти всю интересующую статистику.

– И это тоже очень важная составляющая удачного старта «Чемпионата». В том или ином виде цифры существовали, но для того чтобы подсчитать, сколько игроки конкретной команды забили голов, сделали передач, заработали карточек, требовалось облазить все известные сайты, при этом перейти в профайл форварда и узнать раскладку по его активности было невозможно. То же самое и с календарём — как правило, он существовал в виде турвой «братской могилы», порой написанной через точку с запятой с переносами названий на другую строчку. Ни о какой навигации даже мечтать не приходилось.

– То есть фактически на революцию в сфере спортивных СМИ тебя вдохновили решения разработчиков ChampionshipManager?

– Можно и так сказать (*смеётся*). Там всё было продумано до мелочей, и мне хотелось, чтобы мой спортивный сайт отвечал подобным требованиям.

«И тогда я предложил перекупить меня вместе с проектом»

– Как состоялась интеграция «Чемпионата» в SUP?

– В августе 2006-го, когда мы продолжали набирать обороты, мне позвонили из крупной рекрутинговой компании WardHowell со словами: «Дмитрий, а вы не хотели бы с нами встретиться?».

– С чего такой интерес?

– Я тогда был исполнительным директором в агентстве «Концепт Лайн», где активно занимался созданием и развитием интернет-рекламы. Мы стремились попасть в топ-10 агентств по России и работали достаточно продуктивно. У меня была неплохая зарплата, плюс проценты от продаж, и вообще я слабо представлял, что меня сможет заинтересовать.

– Тем не менее ты согласился?

– Да. Более того, мы виделись трижды. Они много расспрашивали меня про спорт вообще и «Чемпионат» в частности, а потом начали завуалированно объяснять для чего. Оказалось, что есть богатые люди, стоящие на пороге

исторической сделки, которые собираются создать очень крутой холдинг в России. Подробности обещали рассказать, как только всё срастётся. А уже через несколько дней позвонили со словами «Вы нам подходите!» и пригласили на ужин с акционерами.

– На нём ты и познакомился с владельцами – Александром Мамутом и Эндрю Полсоном?

– Именно. А также с теми, кто после занял руководящие посты в компании. Всего за столом было человек 14-15. Хотя, честно говоря, я на тот момент не совсем понимал свою будущую роль. Когда же услышал конкретику, а именно то, что холдинг хочет активно развивать спортивную вертикаль LiveJournal, поинтересовался, не хотят ли они перекупить меня вместе с «Чемпионатом» и на базе уже созданного начинать претворять задуманное в жизнь.

– По рукам ударили быстро?

– Достаточно. Мне пообещали подъёмные за сам проект и сделали выгодное предложение по зарплате.

– Кроме тебя с кем-то ещё переговоры велись?

– Как я узнал потом, на должность руководителя также рассматривался Влад Уткин из «Газеты.ру». После найма мне советовали рассмотреть его кандидатуру в качестве главного редактора, но я отказался.

«Зарплата первого сотрудника составляла около 200 долларов»

– Кто был первым наёмным сотрудником «Чемпионата»?

– Николай Петросян. Не вспомню точно, как мы познакомились. По-моему, списались по какому-то вопросу, связанному с баннерной сетью. Он тогда переводил материалы для российской версии Goal.com, а мне требовался именно такой человек.

– Помнишь, сколько составила его первая зарплата?

– Отлично помню. 5 тысяч рублей, по курсу 2005 года – что-то около 200 долларов.

– Кто ещё из авторов стоял у истоков?

– Евгений Сафонов и Денис Нагорнов. Они отвалились в тот момент, когда мы вошли в структуру «СУПа», потому что хотели организовать отдельный проект

по хоккею. Я не видел смысла в дублировании при открывавшихся возможностях, в итоге мы пошли своим путём, а ребята создали [allhockey.ru](#). Также нам активно помогал Олег Хашукаев из Нальчика. К слову, именно местный «Спартак» стал первым клубом, который подписал с нами чуть позже соглашение о сотрудничестве. Следующим, кстати, стала «Томь». С флагманами начали дружить по бартеру значительно позже.

– Это правда, что изначально «Чемпионат» почти не производил своего контента?

– Абсолютная. Мы развивали статистическую базу и занимались тем, что сейчас называется стандартной работой СМИ – агрегацией новостей. Я рассудил просто: рост количества новостей и переводов даже в отсутствие эксклюзивов позволит увеличить посещаемость «старт-апа». К слову, на протяжении достаточно длительного времени «Чемпионат» придерживался данной стратегии, пока не стало ясно, что предел всё-таки существует.

– Именно поэтому ты до последнего оставлял новости в ведении Николая Петросяна?

– Естественно. Это была основная движущая сила портала, и ими должен был заниматься проверенный человек, стоявший у истоков и чётко понимавший конъюнктуру рынка в данном направлении. Кстати говоря, когда «Чемпионат» ворвался в тройку самых популярных спортивных сайтов и встал вопрос, как прибавить, мы с Колей пришли к выводу, что следует увеличить объёмы выработки новостей.

– На данном этапе новости уже перестали представлять такой интерес, как раньше?

– Они утратили свою ценность и уникальность, так как разлетаются достаточно быстро. Увы, это уже не тот инструмент, который может существенно увеличить трафик.

«Всегда придерживался либеральных принципов управления»

– Палки в колёса вставляли часто?

– Будете смеяться, но больше других в какой-то момент оказывать давление на нас начала «Газета.ру», с которой мы сейчас находимся в одном холдинге.

Осенью 2006-го юристы издания прислали мне письмо, в котором обещали подать в суд, требуя 200 тысяч рублей за перепечатку материалов без их согласования. Чтобы сделка по интеграции в «СУП» не сорвалась, я вынужден был заплатить эти деньги из собственного кармана.

– Как на горизонте возникла кандидатура первого главного редактора?

– Коля Петросян тогда ещё обитал в Ереване. Приглашать людей с именем было сложно. Они отказывались верить в то, что через несколько лет новый проект всерьёз составит конкуренцию лидерам рынка. Фактически команду собирали по крупицам. Бывший пресс-атташе «Локомотива» Сергей Королёв менял место работы. У него была неплохая база контактов и наработанные связи, которыми грех было не воспользоваться. К слову, именно он спустя какое-то время и привёл в «Чемпионат» отвечающего ныне за все редакционные процессы Савела Авакяна и других сотрудников, которые закладывали основы и продолжают трудиться на благо проекта и по сей день.

– Ты сам никогда не вмешивался в вопросы рекрутинга?

– Я предпочитал придерживаться либеральных принципов управления. Если назначил нового главного редактора, значит, он должен передо мной отчитываться за тех, кого взял на работу, и то, что творится у него в каждом из подразделений. Иначе какой смысл доверять ему? Схожие процессы позже начали происходить и в самих разделах, где редакторы благодаря предоставленной им свободе собрали команды из грамотных журналистов и фанатов своего дела. Другое дело, что в какой-то момент грозь стала слишком тяжёлой и её начали подрезать.

– В какой момент ты понял, что «Чемпионат» может стать лучшим спортивным СМИ?

– Только не может, а должен. Александр Леонидович однажды спросил меня: «Мы способны стать №1 в своём сегменте?». Я ответил: «Да». Он уточнил: «Когда?». Я сказал: «Через пять лет». Он, к слову, до сих пор этот разговор вспоминает и приводит меня в пример как человека, сдержавшего своё обещание.

– То обещание основывалось преимущественно на амбициях?

– Без них в бизнесе никуда не денешься. Я очень хотел заткнуть за пояс всех мамонтов российской журналистики, которые относились к Интернету опосредованно и не рассматривали его как составную часть своего бизнеса. И лучшее тому свидетельство — сегодняшние попытки утратившего лидирующие позиции «Спорт-экспресса» отыграть отставание из-за ошибок своего менеджмента.

«Послал Михаила Сёмина поиграть в покер и потерял главного редактора»

– **Насколько соответствует истине слух, что первые зарплаты ты лично приносил в прозрачных пакетах в офис?**

– Ерунда полная. Мы всегда были белой компанией и зарплаты начислялись на карточки. Другой вопрос, что иногда внештатным журналистам было проще заплатить небольшую сумму наличными, но такое было скорее исключением.

– **С чем у тебя ассоциируется эпоха правления редакцией Михаила Сёмина?**

– С покером, ясное дело. Если бы я его не отправил на один VIP-турнир среди главных редакторов различных изданий, ещё неизвестно, чем бы всё закончилось. Но самое смешное в том, что Миша играть в покер тогда не умел в принципе. Помню, он до последнего скромно отказывался, пока я не настоял со словами: «Вот там и научишься!». Ну, Миша и научился настолько хорошо, что начал этим зарабатывать приличные деньги. Однако никаких претензий к нему, как и к Сергею Королёву, у меня нет – он сделал очень много для становления и развития проекта, работал над раскруткой видеоветки, привлекал новых людей, смягчил отношение к изданию на рынке.

– **Было обидно терять Мишу?**

– Ну, он же не по наклонной покатился, а увлёкся процессом с толком. Здесь всё прозрачно – сложно искать мотивацию, когда ты можешь зарабатывать больше. Я ведь сам поигрывал в покер, не понаслышке знаю, насколько велик азарт. Потом у него вновь появились предложения комментировать, начала складываться семейная жизнь, и, естественно, человеку захотелось

определенной свободы. Мы сели, поговорили тет-а-тет, я его услышал, понял и отпустил с лёгким сердцем.

– Ты говорил, что первые баннеры «Чемпионата» появились на матчах нальчикского «Спартака» и «Томи». Насколько серьёзно они помогли?

– Мы засветились на экране, этого было достаточно для того, чтобы начать вести переговоры с более крупными рыбами и расширяться в маркетинговом плане. Меня удивило, что за эту идею никто прежде не ухватился, хотя она лежала на поверхности. Российские клубы не продавали свои рекламные возможности, хотя хотели бы это делать, пусть и по бартерным схемам. Не скакавлю, если скажу, что за счёт этого «Чемпионат» и раскрутился.

– Каков суммарный объём бартера «Чемпионата» за 2014 год?

– По нашим скромным подсчётом это около \$10 миллионов. Найдите другой онлайн-бренд, который тратит такие деньги на оффлайн-рекламу. В нашем сегменте такого просто нет, а на рынке вообще подобные цифры только у крупнейших рекламодателей. Именно поэтому долгое время я лично занимался маркетингом и интернет-рекламой на проекте. Только в начале прошлого года я стал уделять этому чуть меньше внимания и переложил ответственность на нашу команду, хотя по-прежнему слежу за положением дел.

«При желании могу разнести «Чемпионат» в пух и прах»

– «Чемпионат» часто критиковали за неподготовленные релизы новых версий сайта...

– О разработке можно говорить в целом долго, как и о мобильных приложениях. У нас была куча форс-мажоров, один из которых связан с конфликтом и временным отсутствием на проекте Павла Головина, другой – с уходом целой команды, но всё это рабочие проблемы, и мы стараемся прислушиваться и совершенствоваться. Что касается версий сайта, то новое часто воспринимают в штыки, но проходит время, люди привыкают и начинают понимать, что не так уж всё и плохо.

– Последнее обновление включило ребрендинг. Ты остался доволен изменениями?

– На мой взгляд, ребрендинг прошёл в целом успешно. Мы сменили логотип, внесли корректизы в дизайн с учётом последних требований, освежили подачу материалов. Количество последних уменьшилось, причём в некоторых разделах значительно, но мы, так же как и другие, зависимы от конъюнктуры рынка и экономической ситуации в стране. Поэтому не ропщем.

– Что бы ты хотел изменить на «Чемпионате» прямо сейчас?

– Я всегда ставлю для себя задачу двигаться дальше. Нельзя стоять на месте и слишком долго наслаждаться тем, что ты уже сделал. В ближайших планах у нас – запуск табло LiveScore, новый формат комментариев и доработка истории с мобильными приложениями.

– Если говорить о следующих глобальных изменениях, то когда они произойдут?

– В нынешнем формате «Чемпионат» просуществует до 2017 года. А вот ближе к домашнему мундиалю потребуется обновление. Насколько оно будет существенным, пока рано говорить – сначала надо пережить в 2016-м чемпионат Европы по футболу во Франции, Кубок мира по хоккею в Торонто и Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро, а затем посмотреть, в каком направлении будут двигаться СМИ.

– Кто является самым большим критиком проекта, на твой взгляд?

– Дмитрий Сергеев. При желании могу разнести «Чемпионат» в пух и прах, начиная с работы журналистов и заканчивая отделом маркетинга. То есть, если задаться целью и написать, выйдет трактат – не меньше.

– Почему этого не делаешь?

– Не хочу перебарщивать, хотя, признаюсь, периодически отвешиваю волшебные пендали руководителям подразделений, чтобы они пошевелились. Как показывает практика, данная мера весьма эффективна.

«Я даже не представлял, из-за чего поссорился с Василием Уткиным»

– Насколько глубоко ты окунался в редакционную кухню?

– Я всегда был в стороне от неё. У меня нет журналистского образования, соответственно лезть и учить людей, как им следует работать, в такой ситуации как минимум неучтиво. Я мог дать совет, на какие тенденции стоит обратить

внимание, если это было напрямую связано с маркетингом, но публичных оценок тому или иному материалу во всеуслышание старался не давать.

– Зато в социальных сетях ты бил не в бровь, а в глаз...

– Это совершенно другой мир. Например, я как-то сказал: «У футбольного «Спартака» плохая билетная система» — и рынок забурлил, заговорил об этом и даже сделал выводы, что Сергеев ненавидит красно-белых. Хотя многие прекрасно знают, что всё с точностью до наоборот. Со временем, правда, я стал менее резок и агрессивен в социальных сетях, так как это могло оказаться не только на моём имидже, но и на престиже проекта, финансовых инструментах. К примеру, я мог легко раскритиковать того же Артёма Дзюбу или кого-то ещё, однако потом нам было бы сложно добиться его расположения, вручить ему приз как лучшему игроку страны. Я не люблю подобные истории, но это бизнес, ты вынужден играть по определённым правилам.

– Был ли пост, о котором ты пожалел?

– Да. Например, я лишь недавно узнал, почему у меня плохие отношения с Василием Уткиным. Верите, я об этом даже не догадывался, думал, история тянется с тех незапамятных времён, когда мы занимались копированием материалов. На самом деле всё оказалось гораздо сложнее. Лет восемь назад я сделал у себя в ЖЖ репост некоего информационного материала о том, как переплелись футбол и личная жизнь Василия Уткина. Разумеется, когда недавно выяснил причину, написал Василию и принёс свои извинения несколько раз, но ответа и прощения так и не удостоился. И, честно говоря, как у любого нормального человека, у меня остался осадок, так как это личная жизнь, а затрагивать её я ни в коем случае не хотел. Я понимаю негатив Уткина, и случись нечто подобное со мной, реакция была бы схожая.

«Шмурнов пришёл сильным, а ушёл слабым. Наши конкуренты раздели его»

– Твоя версия: почему вышло то скандальное интервью с ещё одним главредом «Чемпионата» Александром Шмурновым?

– Видимо, Саша хотел оправдаться за проделанную работу, закрыться, чтобы его больше не ассоциировали с проектом. Это был резкий шаг, чтобы сказать:

это всё не моё, я ни при делах и никакого отношения к этому не имею. Но меня в этой истории больше расстроило не то, что он наговорил, а то, что Саша пошёл к нашим конкурентам.

– Есть мнение, что солировал в этом разговоре не Шмурнов, а тот, кто брал интервью.

– Юра Дудь молодец – нужно отдать ему должное. Он раскрутил Шмурнова на множество ненужных слов. Я всегда считал Сашу сильным человеком, который умеет отстоять свою позицию и идти до конца. А тут он пришёл сильным, а ушёл слабым. Его ведь реально раздели в этом интервью. И, главное, непонятно, зачем ему это!? Ты должен гордиться тем, что работал в «Чемпионате» и сделал достаточно много для этого проекта.

– Почему тогда Шмурнов ушёл?

– Единственное, чего он так и не сделал, – он не стал интернетчиком. Но, наверное, в его возрасте тяжело перестроиться в формат digital. Когда я попросил Сашу написать стратегию развития издания, показав ему аналогичную стратегию The New York Times, он так и не понял, что от него требуется. Саша смотрел на «Чемпионат» как на газету, которая выходит несколько раз в день. Даже в «Твиттере» он сидит потому, что это модно – все комментаторы «НТВ-Плюс» так делают. В первое время Шмурнов привнёс в «Чемпионат» своё видение опытного журналиста, своё имя и контакты. Но затем он должен был научиться думать, как маркетолог. Это важное качество хорошего главного редактора – смотреть на продукт не как на буквы, а как на цифры, как на то, что ты продаёшь. А для Шмурнова это была журналистская история. Это классно, и с этим он прожил несколько первых лет, но дальше нужно было что-то менять.

– Это единственная претензия?

– Вдобавок Саша был достаточно мягок в управлении людьми. Он старался сгладить конфликты, чтобы никто не обижался. Желание быть для всех хорошим неприемлемо для руководителя. Это невозможно — так или иначе ты всё равно будешь для кого-то плохим. Если этого не признать, тяжело управлять коллективом. Сядут тебе на шею и будут ножками болтать.

– Когда решили расстаться?

– Шмурнов сам ко мне подошёл прошлой весной и сказал: «Я решил, что работа на телевидении для меня важнее и в конце августа, начале сентября хочу уйти». Человек устал, ведь у него семья, дети. Он же не ломовая лошадь, чтобы работать на два, а то и три фронта.

– Что ответишь тем, кто считает, что Шмурнова заставили уйти?

– Да, с моей стороны как руководителя имела место критика. Да, в последнее время возникали острые споры и я осознавал, что Саша не понимает, чего я от него хочу. Мало того, они спорили с Сашей Поляковым, Савелом Авакяном, Леной Константиновой. Спорили до хрипоты, но я никогда не вставал в позу и не говорил ему: «Саша, уходи».

– После той истории вы общались?

– Нет, и особого желания не было.

«Я понимаю тех, кто уходит, получив приличное финансовое предложение»

– Как определял, кто станет новым главным редактором «Чемпионата»?

– Объективно, место Шмурнова должен был занять tandem Петросян-Авакян. Но когда Коля получил выгодное предложение от «Адидаса», я не имел никакого права препятствовать его уходу, предлагать какие-то деньги. Человек 10 лет занимался одним и тем же, а тут получил возможность реализовать себя на новом месте.

– Долго раздумывал, пригласить ли ещё одного человека со стороны?

– Нет. Персонаж извне стал бы перестраивать под себя редакцию, приглашать своих людей, устанавливать новые правила. В наши кризисные времена это большой риск. Поэтому остановился на кандидатуре Савела Авакяна, который уже давно в системе и знает, что делать. Думаю, что в роли главного редактора человек со стороны может появиться в «Чемпионате» только тогда, когда я уйду.

Ведь я тоже не вечен – уже восемь лет работаю в «СУПе».

– Что же должно случиться?

– Если завтра поступит какое-то суперпредложение, обдумаю. Мы же все работаем за зарплату, и если кому-то из вас предложат в два раза больше денег,

то вы придёте ко мне и спросите: сможешь предложить столько же? Я отвечу: нет — и вы уйдёте. Это нормальная ситуация.

— А если предложат возглавить какой-то новый спортивный проект, который необходимо поднимать с нуля, возвьмёшься? Всё-таки придётся конкурировать с «Чемпионатом».

— В контракте прописано, что я не имею права работать на другом спортивном портале в течение года после того, как покину проект. На самом деле это прописано у многих, только никто не читает, что написано мелким шрифтом (*смеётся*).

— Был момент, когда ты мог уйти?

— К примеру, в прошлом году я должен был стать заместителем министра спорта Московской области. Но люди, которые продвигали мою кандидатуру, покинули правительство. Все документы уже были на подписании, но не срослось.

«Самая большая потеря «Чемпионата» – смерть Юли Кутиной»

— Твой уход мог стать большой потерей для «Чемпионата». А что ты для себя лично считаешь самой большой потерей?

— Смерть Юли Кутиной, которая трагически погибла в апреле 2013 года в результате взрыва газового баллона в соседней квартире. Это был человек, на которого я всегда полагался. Юля всегда была для меня крепкой спиной. Эта потеря стала настоящим шоком.

— Помнишь, как она появилась в компании?

— Юлю, как свою помощницу, привёл Серёга Королёв. Они вместе работали в «Локомотиве». Затем я взял её личным ассистентом. У Юли было множество замечательных качеств, которые позволяли быть ей не просто ассистентом, а кем-то значительно большим. Помню, как в один прекрасный момент она взяла на себя весь документооборот по всем нашим партнёрам. Все маркетинговые истории тянула именно она. А потом позвонили её родители... До сих пор слёзы наворачиваются на глаза при упоминании Юли.

– «Чемпионат» стал хорошей школой кадров для российского медиарынка.

Кем из тех, кто вылетел из гнезда, гордишься?

– Горжусь достижениями Алексея Виноградова. Он сейчас занимается маркетингом на телеканале «Спорт-1» и отвечает за спортивные права на ВГТРК. Колей Петросяном, о котором уже упоминал. А если мы говорим о журналистах, то не могу оценивать крутость тех, кто по своей воле покинул лучшее спортивное издание страны. К слову, гордость испытываю за другой момент. По проценту сотрудников, которые работают в Rambler&Со больше трёх лет, лидирует именно «Чемпионат». У нас наиболее стабильный кадровый состав в холдинге.

– Ты работаешь в одном открытом пространстве вместе с другими сотрудниками. Почему, ведь обычно руководство закрывается в собственном кабинете?

– Полтора года я просидел в «аквариуме» и понял, что это не мой формат. При нём не чувствуешь коллектив, не знаешь, чем живут твои сотрудники. Не слышишь случайных разговоров, как кто-то пошутил или слых какой прошёл. Я и сейчас сижу в сторонке, но при этом всех вижу и слышу. Могу об этом не говорить, но, проходя мимо, оставляю для себя отсечки – кто, как, где и почему.

«Карпин собеседовал меня на роль директора по маркетингу»

– Вспоминая громкие истории, взявшие своё начало на «Чемпионате», что можешь выделить?

– Прикольная история случилась вокруг аудиозаписи про давление на баскетбольных судей. Скандал набирал силу, а на следующий день после публикации я поехал в Казань. Там познакомился с одним товарищем. Сидим, значит, в гостинице, обедаем, и я ему рассказываю, чем мы занимаемся. Ну и в том числе упомянул свежую историю про эту аудиозапись. И тут начинается выпуск новостей по «России 2», где говорят всё то же самое, но с экрана телевизора. На него это тогда произвело сумасшедшее впечатление. Конечно, было очень приятно.

– Сейчас многие издания делают ставку на эксклюзив. «Чемпионат» не исключение?

– Мы входим в новую эру и должны жить по правилам, которые устанавливают поисковики. А они требуют наличия эксклюзивного контента. Это правильно, потому что он стоит денег, но в наше время практически обесценился. Безусловно, эксклюзив важен для продвижения – иначе рискуешь остаться без трафика. Тебя просто выкинут из поисковиков и люди перестанут тебя находить. Ещё пять лет назад важно было брать количеством, а сейчас настало время эксклюзива.

– Что бы ты выбрал – «Спартак» или «Чемпионат»?

– Сложный вопрос. Красно-белые могут быть первыми или последними, вылететь в первый дивизион или из еврокубков, но я всё равно буду их любить, потому что это «Спартак». Так же, как и «Чемпионат» — он часть моей жизни.

– По ходу карьеры не возникало вариантов с переходом в «Спартак»?

– Никогда не скрывал, что Карпин собеседовал меня на должность директора по маркетингу. Это было тогда, когда в «Спартаке» никто не занимался маркетингом. Но в руководстве моего любимого клуба тогда посчитали, что главное – это зарплата игроков, а не сотрудников. Это проблема всех российских клубов. До тех пор, пока они будут считать, что сотрудник должен получать в 100 раз меньше, чем игрок, ничего у нас не получится.

– Вечный вопрос: когда «Спартак» станет чемпионом?

– Отвечу фразой одного моего хорошего друга: «Не быть звезде, пока мяч в ромбе». Пока мяч внутри ромба, пока складываются такие отношения между спортивным обществом «Спартак» и ФК «Спартак» – не быть красно-белым чемпионами. ФК «Спартак» – это уже давно не команда, которая летит вперёд к золотым медалям, а организация, которая управляет моей любимой командой. Здорово, что Федун построил стадион, что в клуб продолжают инвестировать деньги, что у нас нет таких проблем, как у других. Но тем не менее ни к чему золотому это нас не приводит. Увы.

– Что для тебя «Чемпионат»?

– «Чемпионат» – это моя жизнь! Это источник существования, любимая работа и повод для гордости. Но нужно понимать, что на сегодняшний день не я сделал «Чемпионат», а «Чемпионат» сделал из меня того, кем я являюсь на рынке. Начинал это дело 10 лет назад, но сегодня «Чемпионат» формирует меня как профессионала.

– 10 лет — время подвести итоги. Чем ты гордишься, если опустить высокопарные слова?

– Первым платным контрактом с РФПЛ о покупке прав на демонстрацию видео-хайлайтов. Рекламой на Первом канале во время матчей футбольной сборной России. Признанием «Чемпионата» министерством спорта лучшим спортивным СМИ 2014 года и вручением премии на глазах у Александра Жукова и Виталия Мутко.

– А о чём жалеешь больше всего?

– К Юльке Кутиной до сих пор ни разу не сходил на кладбище. Это, пожалуй, главное.

Приложение 2

Интервью с главным выпускающим редактором интернет-портала Чемпионат.com Антоном Третяком.

- **Насколько во время Олимпийских игр в Сочи на Чемпионат.com увеличилась посещаемость?**
- Безусловно, во время домашней Олимпиады в 2014 году цифры поползли вверх. Количество хиттов новостей в феврале-2014 года было равно 21272186. Количество просмотров футбольных новостей за этот период было равно 14097474. Для сравнения в июне 2014 года во время чемпионата мира по футболу цифра была такая - 18751726. Это цифры без статей, но, общая динамика не изменится. Картина примерно из этих цифр ясна.
- **Это много или мало по сравнению с другими месяцами?**
- 18 миллионов хитов в футболе было во время чемпионата Европы летом 2016 года. 21 миллион в разделе Олимпиада за месяц. Футбол с февраля вырос на 4 миллиона, Олимпиада по сравнению с другими месяцами выросла с 3-4 миллионов. В общем-то рост существенный.
- **То есть до Олимпиады в Сочи было 3-4 миллионов просмотров , а во время стало 21 миллион?**
- Во время Олимпиады в разы растет посещаемость олимпийского раздела. А если анализировать по сайту целиком, то стоит брать цифры 14 и 21 (весь хоккей шел тоже в олимпийский раздел). То есть примерно на 50 процентов во время Олимпиады в целом по сайту выросла посещаемость.
- **Какое-то время на сайте был проект «Чемпионат.TВ». Что стало с проектом? В каком году и почему его закрыли?**
- Закрыт был в 2015 году. А закрыли потому, что оказалось, что это не окупается. Одно дело - хайлайты матчей РФПЛ, КХЛ, европейских чемпионатов, которые неплохо заходят, а совсем другое свое собственно ТВ со студией, оборудованием, камерами, операторами, корреспондентами. Было очень дорогое содержание, а выхлоп получался нулевой.

- **Во время Олимпиады в Рио была создана новая рубрика «Просторашин». Сколько в среднем просмотров собирала на Олимпиаде и на чемпионате мира по биатлону, когда к ней вновь вернулись?**
- Во время Олимпиады 15 тысяч просмотров собирала, а во время чемпионата мира по биатлону- 10. Если честно, ждали от неё на биатлоне несколько большего. Трудно сказать, почему в итоге такие цифры получилось. В принципе они тоже более чем достойные. Идея рубрики заключалась в том, чтобы серьезная информация о спортивных событиях была представлена в виде впечатлений людей «в клоунской маске». Возможно наши читатели еще не готовы воспринимать серьезные вещи через иронию, сарказм и черный юмор. Будет пытаться и пробовать разные форматы дальше. Мне, например, рубрика нравилась. Считаю, что стоит продолжать в том же духе. Как раз на 2006-07 годах истории Чемпа остановилась. Когда появились блоги и как долго просуществовал на Чемпе этот жанр? Насколько он был востребован?

Приложение 3

Интервью с заместителем редактора отдела футбол интернет-портала Чемпионат.com Михаилом Тяпковым.

– Когда появились блоги и как долго просуществовал на сайте этот жанр? Насколько он был востребован?

– К 2007-м году «Чемпионат» вошёл в состав холдинга «СУП Фабрик», которому принадлежал популярнейший блогосервис Livejournal. В рамках совместного продвижения «Чемпионат» стал открывать блоги на платформе ЖЖ – сначала редакционные (Дмитрия Сергеева, Николая Петросяна, фотораздела), а затем и авторские известных спортсменов. В 2007 году появились блоги Игоря Семшова, Дмитрия Сычева, Вадима Евсеева, Игоря Акинфеева, Сергея Овчинникова и других спортсменов. На тот момент это была уникальная возможность для читателей узнать что-то у звезд спорта «из первых уст». Часть спортсменов действительно самостоятельно вела свой блог (самый «живой» - у Дмитрия Сычева), отвечала на вопросы в комментариях. За кого-то обновлением занимались журналисты. Активно блоги просуществовали до 2009 года, хотя и потом часть блогов продолжала обновляться уже в новом дизайне – Акинфеева, теннисисток Весниной и Звонаревой. С развитием других социальных сетей популярность ЖЖ несколько упала, спортсмены стали предпочитать другие каналы прямого общения с аудиторией (в первую очередь, «Инстаграм»).

– С какого года акцент был сделан на производство эксклюзивного контента новостей?

– Эксклюзивный контент (новости, цитаты) «Чемпионат» производит с 2006 года, когда появились первые корреспонденты, работающие на событиях. С 2008 года это направление стало приоритетным. В 2014 году у «Чемпионата» появилась Служба эксклюзивных новостей – корреспонденты, работающие исключительно над наполнением новостной ленты собственными материалами – цитатами, инсайдами.

- **Как расширялся штат редакции в 2007-2009 годах? Сколько примерно человек работало?**
- Самое большое расширение произошло именно в этот период. В 2006 году «Чемпионат» еще был маленьким сайтом из команды меньше, чем 10 человек, плюс работающие за гонорары корреспонденты. С приобретением сайта «СУП Фабрик» у сайта появился свой офис, технический отдел, полноценная редакция. Штат именно редакции в тот момент состоял из 20-30 человек (руководители, корреспонденты, выпускающие редакторы, новостники). В 2008-09 годах «Чемпионат» стал открывать следом за Футболом и Хоккеем другие разделы – Баскетбол, Теннис, Авто-мoto, Бокс, Другие виды. Появился видео-проект «Чемпионат.TВ». Штат расширялся и составлял уже больше 50 человек – вместе с техническим отделом, модераторами, удаленно работавшими сотрудниками.
- **Когда были заключены первые договоры о сотрудничестве с футбольными клубами?**
- В 2007 году у «Чемпионата» появились первые серьезные партнеры – реклама сайта стала размещаться на баннерах на стадионах. Если не ошибаюсь, среди первых был «Спартак-Нальчик» и «Локомотив».
- **Когда появилась баннерная и контекстная реклама на сайте?**
- Баннерная реклама существовала практически с момента основания сайта. Контекстная появилась с ростом этого направления рекламного рынка – в районе 2009-10 годов – сначала ссылочная.

Приложение 4

Рейтинг компаний «Медиалогия» самых цитируемых медиаресурсов спортивной отрасли за 2016 год

СМИ спортивной отрасли - 2016

Компания "Медиалогия" подготовила рейтинг самых цитируемых медиаресурсов спортивной отрасли за 2016 год.

Лидеры медиарейтинга - интернет-ресурс **Rsport.ru**, а также газета **Спорт-Экспресс** и телеканал **Матч ТВ**.

ТОП-20 самых цитируемых СМИ спортивной отрасли				
№	Перемещение	СМИ	Категория	ИЦ
1	0	Rsport.ru	Интернет	26 374,26
2	0	Спорт-Экспресс	Газета	13 211,84
3	+3	Матч ТВ	ТВ	7 824,55
4	0	Championat.com	Интернет	7 306,66
5	-2	Советский спорт	Газета	2 916,96
6	+5	Sport-express.ru	Интернет	1 924,35
7	new	Sportfakt.ru	Интернет	1 419,74
8	-1	Sports.ru	Интернет	1 216,33
9	-1	Спорт день за днем	Газета	1 087,70
10	-1	Sportbox.ru	Интернет	820,18
11	new	Matchtv.ru	Интернет	810,58
12	+1	Спорт FM	Радио	723,96
13	+2	Rusfootball.info	Интернет	646,31
14	-9	ИА Весь спорт	Информагентство	611,64
15	-5	Sovsport.ru	Интернет	553,09
16	-2	Eurosport	ТВ	526,15
17	+2	Russia-hockey.ru	Интернет	386,32
18	new	Asnta.ru	Интернет	337,68
19	-3	Allboxing.ru	Интернет	256,84
20	-3	Футбол. Хоккей	Журнал	213,04