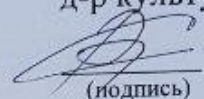


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет филологический
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

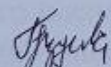
Зав. кафедрой
д-р культурологии, проф.


(подпись) С. А. Ржанова

«19» июня 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

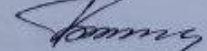
**ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ
СПОРТИВНЫХ ТЕМ И ПРОБЛЕМ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИАТЕКСТОВ
ГАЗЕТЫ «ИЗВЕСТИЯ МОРДОВИИ»). ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА**

Автор бакалаврской работы  04.06.2019 А. С. Грызунова

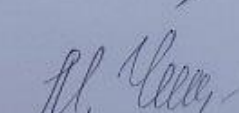
Обозначение бакалаврской работы БР – 02069964 –42.03.02–04–19

Направление 42.03.02 Журналистика

Руководитель работы

канд. культурологии, доц.  10.06.2019 Д. А. Бакеева

Нормоконтролер

канд. филол. наук  06.06.2019 М. Г. Чаткина


Саранск
2019

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет филологический
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой
д-р культурологии, проф.



С. А. Ржанова

(подпись)

«25» января 2019 г.

ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

Студент Грызунова Александра Сергеевна

1 Тема Особенности освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем (на примере медиатекстов газеты «Известия Мордовии»). Творческая работа

Утверждена приказом № 219-с от 16.01.2019

2 Срок представления работы к защите 04.06.2019

3 Исходные данные для научного исследования: научная и учебная литература, данные с исследуемых информационных порталов и телевидения

4 Содержание выпускной квалификационной работы

4.1 История возникновения и развития спортивной журналистики

4.2 Теоретический аспект спортивной журналистики

4.3 Своеобразие освещения спортивных тем и проблем (на примере газеты «Известия Мордовии»)

5 Приложения А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, И, К

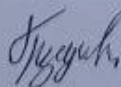
Руководитель работы



16.01.2019

Д. А. Бакеева

Задание принял к исполнению



16.01.2019

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 96 страниц, 61 использованный источник, 9 приложений.

ЖУРНАЛИСТИКА, ИНТЕРНЕТ, КОММУНИКАЦИЯ, КОНВЕРГЕНЦИЯ, КОНТЕНТ, МЕДИА, СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ, ЖАНРЫ, СПОРТИВНЫЙ ОБОЗРЕВАТЕЛЬ, ИСТОРИЯ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.

Цель бакалаврской работы заключается в изучении особенностей освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем.

Объектом исследования являются спортивные публикации в региональных СМИ, которые размещались в газете «Известия Мордовии» (выборка составлена за период с 28 августа 1918 года по 17 июня 2019 года). В процессе работы проводился анализ порядка 500 медиатекстов в анализируемом издании. Также в методах исследования значатся: мониторинг, логическая структурно-содержательная интерпретация журналистских и мультимедийных текстов, анализ, сравнение, обобщение, творческий собственный опыт автора бакалаврской работы.

Степень внедрения – частичная.

Область применения – в учебной деятельности, теория и практика средств массовой информации, спортивная журналистика, интернет-журналистика и новые медиа.

Эффективность – исследование может быть рекомендовано в качестве пособия по ряду дисциплин в рамках журналистской специальности; углубление и расширение знаний по спортивной журналистике.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 История формирования спортивной журналистики	10
1.1 Появление спортивной журналистики на мировом информационном рынке	10
1.2 Становление спортивной журналистики в России	17
1.3 Роль СМИ в освещении событий спортивной тематики	24
2 Теоретический аспект спортивной журналистики	29
2.1 Цели, задачи и функции спортивной журналистики	29
2.2 Специфика работы спортивного журналиста: правовой аспект	34
2.3 Жанровые особенности спортивных медиатекстов	45
3 Своеобразие освещения спортивных тем и проблем (на примере газеты «Известия Мордовии»)	53
3.1 Спортивная тематика в пространстве средств массовой информации Республики Мордовия	53
3.2 Освещение спортивных тем и проблем в газете «Известия Мордовии»	59
3.3 Специфика освещения Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ журналистами газеты «Известия Мордовии»	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	81
ПРИЛОЖЕНИЕ А (справочное) Фотоиллюстрация обложек спортивных газет в России	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (справочное) Правовые основы деятельности журналиста	89
ПРИЛОЖЕНИЕ В (справочное) Обложка книги «Основы спортивной журналистики» (авторы: К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко)	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Г (справочное) Фотография газет В. Е. Старцева	

«В Атаку!» и «Футбол плюс»	91
ПРИЛОЖЕНИЕ Д (справочное) Фотоиллюстрация обложек газет Республики Мордовия	92
ПРИЛОЖЕНИЕ Е (справочное) Фото обложки газеты «Известия Мордовии»: «Мы победили 5:0! Саранск ликует вместе со всей Россией»	93
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж (обязательное) Скриншот главной страницы сайта «Известия Мордовии»	94
ПРИЛОЖЕНИЕ И (обязательное) Скриншот лонгрида «Казань в дни матчей Кубка Конфедераций – глазами журналистов «ИМ»	95
ПРИЛОЖЕНИЕ К (обязательное) Полосы, посвященные ЧМ-2018 в России в «Известиях Мордовии»	96

ВВЕДЕНИЕ

Российская спортивная журналистика имеет серьезную традицию и модернизируется под влиянием процессов, которые происходят в обществе и медиа. Современное социокультурное пространство в значительной степени является отражением ценностных ориентаций, которые транслируются современными средствами массовой информации. Сегодня, в эпоху тотальной глобализации и информатизации, как никогда актуальны вопросы создания целостной информационной картины повестки дня. В этом отношении спортивная журналистика не является исключением. Выполняя стратегически важную функцию ценностного ориентирования, спортивный журналист, в силу специфики объекта своей работы, имеет большое влияние на сознание и систему ценностей социума. Можно сказать, что спорт, в широком смысле слова, – это модель жизни любого общества, он является отражением тех ценностей, которые преобладают в данный период времени в социуме. И речь идет не только о спорте высоких достижений, но и о массовом спорте – о физической культуре и здоровом образе жизни.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что пресса как одно из наиболее значимых средств массовой информации, формирует общественное мнение, определяет ценностные ориентации читателей, популяризируя современный спорт и спортсменов.

Прошедшие матчи Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ дали возможность увидеть наглядно насколько готова к освещению таких событий региональная пресса, а также выявить специфику ее медиатекстов на примере изданий Республики Мордовия, где до сегодняшнего дня не существует специализированного спортивного издания.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в изучении особенностей освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем.

Для осуществления обозначенной цели служат следующие задачи:

- рассмотрение процесса возникновения и развития спортивной журналистики;
- изучение теоретического аспекта: цели, функции и задачи, а также специфика работы и жанровые особенности данного вида журналистики;
- изучение особенностей освещения спортивных тем и проблем на примере газеты «Известия Мордовии», включая исторический аспект;
- провести качественный анализ публикаций относительно матчей Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ в СМИ Республики Мордовия.

Предмет исследования – рассмотрение своеобразия освещения спортивных тем и проблем в региональных СМИ.

Объектом исследования являются порядка 500 публикаций спортивной тематики, размещенные в общественно-политической ежедневной газете «Известия Мордовии» (выборка составлена за период с 28 августа 1918 года по 17 июня 2019 года), включая собственные публикации автора данной бакалаврской работы.

В работе применяются следующие методы научного исследования: мониторинг, логическая структурно-содержательная интерпретация журналистских и мультимедийных текстов, анализ, сравнение, обобщение, личный опыт.

Теоретической и научной основой исследования стали работы, посвященные изучению различных аспектов спортивной журналистики: К. А. Алексеев [2], Е. А. Войтик [7–11], Р. М. Гатаулин [13–14], А. С. Грызунова [18–19], И. Е. Иванова [26], С. Н. Ильченко [28], С. А. Михайлов [35], Д. А. Туленков [55] и др.

Теоретическая значимость исследования заключается в целостном и всестороннем рассмотрении вопроса особенностей освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем (на примере медиатекстов «Известий Мордовии»), а также истории и развитии спортивной журналистики на территории Республики Мордовия. Также работа раскрывает специфику

освещения матчей Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ в СМИ Республики Мордовия. Ранее исследований подобного характера иными авторами не предпринималось, хотя отдельные замечания встречались в работах ряда исследователей.

Практическая значимость исследования заключается в том, что в связи с изменением отношения общества к спортивной журналистике, данная тематика стремительно вновь набирает обороты среди массовой аудитории, поэтому современные СМИ стараются активно внедрять в свои издания уникальный контент. Анализ освещения матчей мировых футбольных первенств в данной работе в условиях рынка СМИ Республики Мордовия позволит редакторам взглянуть иначе на деятельность спортивных отделов, что в результате может внести лепту в становлении нового витка в развитии спортивной журналистики в регионе. Материалы работы, ее результаты и выводы могут быть использованы в исследованиях средств массовой коммуникации.

Структура бакалаврской работы определяется целью и задачами исследования и в соответствии с этим состоит из введения, трех основных глав и девяти параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Апробация работы. Теоретические исследования данной работы отражены в следующих изданиях:

1. Грызунова А. С. Особенности освещения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в СМИ Республики Мордовия [Электронный ресурс] / А. С. Грызунова // Огарев-online. – 2019. – № 1. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/osobennosti-osveshheniya-chempionata-mira-po-futbolu-fifa-2018-v-smi-respubliki-mordoviya> (дата обращения: 13.06.2019). – Загл. с экрана.

2. Грызунова А. С. Творчество корреспондента Евгения Сулейманова в аспекте спортивной журналистики Республики Мордовия [Электронный ресурс] / А. С. Грызунова // Огарев-online. – 2018. – № 3. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/tvorchestvo-korrespondenta-evgeniya-sulejmanova-v->

aspekte-sportivnoj-zhurnalistiki-respubliki-mordoviya
10.06.2019). – Загл. с экрана.

(дата обращения:

1 История формирования спортивной журналистики

1.1 Появление спортивной журналистики на мировом информационном рынке

Перед тем как непосредственно анализировать возникновение спортивной журналистики, мы считаем необходимым раскрыть смысловое наполнение этого понятия. Начнем с общих определений журналистики и спорта, плавно перейдя позже к интересующей нас дефиниции.

Рассматривая понятие «журналистика», мы сталкиваемся с трудностью формулирования его рабочего определения по причине многозначности и многоаспектности выражаемых им смыслов. Можно выделить такие аспекты журналистики, как: собственно научный, деятельностный, мировоззренческий, аксиологический, институциональный, и социальный. Остановимся на них подробнее.

В собственно научном аспекте журналистика предстает в виде комплекса системно организованных гуманитарных дисциплин, являющегося базисом, формирующим в виде надстройки практическую журналистику, оказывая через ее посредство влияние на протекание тех или иных общественных процессов.

Журналистика в деятельностном аспекте выступает в виде изменяемой надстройки по отношению к структурно-монолитному, константному базису дисциплин, формирующему корпус журналистики как науки. Так, согласно «Большой Советской Энциклопедии», журналистика – это «общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации» [4]. Аналогично рассматривает журналистику и «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова, определяя последнюю как «литературно-публицистическую деятельность в журналах и газетах» [38].

В мировоззренческом аспекте журналистика формирует в рамках большой социальной группы систему взглядов на окружающую действительность через подбор актуальных на текущий момент времени фактов, оценок и комментариев. Ценность и значимость подобной информации для социальной группы в целом и отдельного индивида в частности, истинность интерпретаций событий, тем и тенденций современной жизни, этическая грамотность в подаче данных являются собой аксиологический аспект журналистики.

В институциональном аспекте журналистика может рассматриваться как атрибут и непосредственное условие функционирования структур СМИ, включающих, в свою очередь, в себя такие социальные институты, как телевидение, радио, пресса, Интернет, и др. О социальном аспекте журналистики можно говорить в контексте восприятия массовым сознанием транслируемых СМИ моделей поведения, тех или иных культурных, этических, эстетических и т.п. норм и принципов, способов социального действия. Их реализация осуществляется двумя различными направлениями в журналистике – «журналистикой исследования» и «журналистикой расследования». Первое направление базируется на открытых, непосредственно доступных источниках информации и является в методологическом отношении, как правило, аналитический продукт. Второе направление имеет дело с недоступной, закрытой или потаенной информацией, а потому очень часто использует методы профессиональных криминалистов. На Западе журналистов, амплуа которых составляет расследование, часто называют «цепными псами демократии» и «разгребателями грязи».

Теперь попытаемся выяснить определение понятия «спорт». «Спорт (англ. sport, сокращение первоначально disport – игра, развлечение) – система организации и проведения соревнований и учебно-тренировочных занятий по различным комплексам физических упражнений; имеет целью, наряду с укреплением здоровья и общим физическим развитием человека, достижение

высоких результатов и побед в состязаниях; составная часть физической культуры» [4]. Из определения следует, таким образом, что спорт является собой сложный социально-культурный феномен, что, несомненно, должно учитываться при исследовании его в том или ином контексте (например, в институциональном, правовом, политическом, этическом и др.). Сложность эта обусловлена исторической эволюцией спорта, изменением объема его семантики в разное время и в разных условиях.

Изменение смыслового наполнения, форм проявления и организации, ценности и важности спорта во времени и пространстве было обусловлено влиянием факторов развития той социально-культурной общности, в рамках которой ему приходилось развиваться. Будучи неотъемлемой частью социальной жизни, схваченной исследователем «здесь и сейчас», спорт включает в себе весь комплекс философско-мировоззренческих, политико-правовых, ментальных, поведенческих, эстетических моделей эпохи.

Однако не представляется возможным утверждать, что спорт является обязательным атрибутом человеческой цивилизации. Здесь можно говорить лишь об определенных зачатках протоспортивного характера – видов деятельности, не имеющих прямой корреляции с производством материальных благ. Как правило, это были различного рода игры, имитирующие определенные действия, модели поведения и т.п. и призванные сформировать у людей, в них играющих, соответствующие умения, навыки, качества и способности. К числу таких игр можно отнести популярные у многих народов метание копья, стрельбу из лука, командные игры типа лапты, салок и др.

Другой разновидностью протоспортивной деятельности были мероприятия, имеющие ритуальный и магический характер, призванные умилостивить божество, либо определенным образом повлиять на силы природы. Вспомним различные игры и состязания на Масленицу, сакральной целью имеющие приблизить наступление весны, или, например, тлачтли – мезоамериканскую игру в мяч, посвященную Кецалькоатлю и сопровождаемую в этой связи человеческими жертвоприношениями.

Но протоспортивные виды физической активности не являются полноценными видами спорта. От своих предшественников последний отличается наличием двух важных характеристик: соревновательности и результативности. «Соревновательность, – отмечает теоретик спорта Н. Н. Визитей, – действительно основополагающее качество спорта. Все остальные его качества являются второстепенными в том смысле, что они могут быть, а могут и не быть. Соревновательного же момента не быть не может. Если его нет – нет и спортивной деятельности» [6, с. 33].

Результативность подразумевает понимание спорта как официально организованного состязания, итоги которого признаются как спортивные результаты: «Спорт отличается от других видов деятельности тем, что здесь физическая активность не только средство подготовки, но и, как правило, непосредственный предмет соревновательной деятельности» [57, с. 12]. Иными словами, здесь приобретает ценность не какой-либо из мотивов повседневной жизни, лишь опосредованно связанный с данной формой физической активности (например, подготовка к войне), но само действие как таковое и его результат – победа.

Таким образом, протоспортивные явления становятся полноценным спортом лишь тогда, когда имеет место быть:

- стремление достигнуть максимально возможных результатов в разных видах физической и умственной деятельности;
- наличие организованных состязаний и особых общественных отношений, связанных с ними
- общественное признание результатов этих состязаний как имеющих самостоятельную значимость.

Раскрыв понятия «журналистика» и «спорт», дадим определение спортивной журналистике. Вслед за Д. А. Туленковым мы полагаем, что «спортивная журналистика – это социально значимая деятельность по сбору, обработке и распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, Интернет),

опирающаяся на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа и аудитории» [55]. Другими словами, спортивная журналистика – это журналистика, рассказывающая о спорте и обо всем, что с ним связано.

Похожее определение дает и «Словарь журналистских терминов», согласно которому спортивная журналистика – это «вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации о спортивных событиях в нашей стране и за рубежом» [52]. К спортивной журналистике принято относить как статьи и передачи о спортивных событиях, интервью с известными спортсменами, так и репортажи с Олимпиад, со спортивных арен разных стран, из залов, где проходят спортивные мероприятия.

Мировая модель развития спорта уходит своими корнями в Древнюю Грецию. Именно там, в городе Олимпия, один раз в четыре года устраивались спортивные состязания во славу бога Зевса. Со всех концов эллинского мира (от каждого полиса) в Олимпии собирались лучшие атлеты, чтобы соревноваться друг с другом в беге, прыжках в длину, метании диска и копья, борьбе, гонках на колесницах и т.д. Победителей награждали лавровыми венками и запечатлевали в мраморе. Первые известные нам игры состоялись в 776 г. до н. э.

Олимпийские игры привлекали участников и зрителей со всего эллинского мира – от Италии до Тавриды, и являлись одним из самых важнейших мероприятий в жизни древнего грека, как зрителя, так и, особенно, атлета. К слову, женщины на Олимпийские игры не допускались под страхом смерти. На время проведения Олимпиад между постоянно враждовавшими в иное время греческими полисами заключались перемирия, что позаимствовали потом создатели современного Олимпийского движения. Античные Олимпиады проводились с той или иной степенью регулярности до 394 г., когда мир изменился настолько, что Олимпийским играм не нашлось в нем места (упадок полисной системы, политическая гегемония Рима, торжество христианства).

Попытки возрождения Олимпийских игр начали предприниматься с XVII в. Например, в Англии этого периода проводились различные соревнования пафосно называемые «Олимпийскими». Более серьезные попытки в этом направлении были предприняты в середине XIX в. И. К. Ф. Гутс-Мутсом и Э. Куртисом в Германии и П. Суцосу и Е. Запасу – в Греции. Все это были соревнования регионального характера, имевшие ситуационный характер. О настоящих, международных и регулярно проводимых Олимпийских играх можно говорить лишь с 1896 г., когда в Афинах состоялась I современная Олимпиада.

Вновь возрожденные усилиями П. де Кубертена Олимпийские игры имели целью не только и не столько широкую пропаганду спорта, сколько возможность интеграции «на Олимпийской арене» людей и целых народов. Поэтому современные Олимпийские игры – это явление не только огромного спортивного, но и огромного гуманистического (ценностно-аксиологического) масштаба [21].

В успехе Олимпийского движения огромная заслуга принадлежит спортивной журналистике. Определенно, без нее была бы невозможна интеграция в Олимпийское движение новых стран-участников. Уже на I Олимпиаде в Афинах организаторы позаботились об информационном освещении этого события, создав достаточно серьезный для того времени пресс-центр, где можно было оперативно получать и распространять самую разнообразную и свежую информацию с места соревнований. Однако, как и следовало предположить, Олимпиада поначалу не вызвала сколь бы то ни было серьезного ажиотажа в прессе. Несомненно, европейская печать достаточно активно публиковала «вести с олимпийских полей», чего не скажешь об американской спортивной прессе, несмотря на все разнообразие и многочисленность изданий, не уделившей на тот момент времени Олимпийским играм почти никакого внимания. Вероятно, это было непосредственно связано с тогдашней политикой изоляционизма США, невмешательства в европейские дела и концентрацией своего внимания лишь

на жизни Западного полушария (доктрина Монро). О том, что печать Европы была развита не хуже американской, говорит тот факт, что в 1896 г., например, в Париже издавалось 43 специализированных спортивных издания. Со временем, однако, положение вещей резко изменилось. Уже после Первой Мировой войны начинается рост внимания европейских и американских СМИ к Олимпиадам и Олимпийскому движению. Так Олимпиада 1928 г. достаточно подробно освещалась не только центральными газетами Франции, Великобритании и Германии, но также русскими эмигрантскими изданиями – «Рулем», «Возрождением», «Последними новостями».

Олимпиада 1936 г., проходившая в Берлине, явила собой новую веху в популяризации Олимпийского движения: эта была первая Олимпиада, открытие которой транслировалось по телевидению в прямом эфире, а видеохроники соревнований послужили материалом документального фильма Л. Рифеншталь. Примерно тогда же Олимпийские игры начали рассматриваться не только как спортивные состязания всемирного масштаба, но также и как средство тех или иных стран заявить о себе и своих политических амбициях. Стали обычными бойкоты Олимпиад странами различных политических лагерей (например, бойкотирование США Олимпиады 1980 г. в Москве). Однако, несмотря на это, популярность Олимпийских игр и Олимпийского движения неуклонно росли, что выражалось в создании Олимпийских комитетов во многих странах (прежде всего в т.н. «странах третьего мира», сравнительно недавно получивших суверенитет). Очевидно, что подобное было бы затруднительно сделать (если и совсем невозможно) без развития СМИ и качественного скачка спортивной журналистики в освещении спортивных событий мирового масштаба.

Итак, подведем итоги. Проанализировав понятия «журналистика», «спорт», «спортивная журналистика», мы пришли к следующим выводам. И журналистика, и спорт являются многоаспектными понятиями; и журналистика, и спорт оказывают влияние на социум, транслируя те или иные смыслы, идеи и ценности. Спорт при этом понимается как специфический вид деятельности, обладающий соревновательностью и нацеленный на достижение

положительного результата. Спортивная журналистика при этом, локализуясь до деятельности по освещению всего, что, так или иначе, связано со спортом, дополняемая семантическими конструктами понятия «спортивный», не утрачивает своей многоаспектности.

Появление спортивной журналистики на международном информационном рынке обусловлено процессами научно-технического прогресса и глобализации общества и стало возможным лишь к началу XX в. Отправной точкой здесь послужило возрождение Олимпийских игр и формирование идеологии Олимпизма. В последующем накопленный опыт проведения масштабных Олимпиад вкупе с материально-техническим развитием СМИ послужил базой по увеличению количества соревнований подобного уровня (например, чемпионатов мира по отдельным видам спорта). Широкие возможности открылись для журналистов в плане нахождения и продвижения информации. Но данная тенденция также увеличила требовательность к ее верности и точности. Потому что на страницах интернет-изданий было замечено намеренное введение малодостоверной и неправдивой информации, а также приведение подставных фактов и выдуманных событий.

1.2 Становление спортивной журналистики в России

Появление спортивной прессы в России явилось результатом развития отечественной журналистики в XVIII в. и особенно XIX в. Отдельные публикации, рассказывавшие о явлениях, имевших спортивный характер, появлялись на страницах печати еще в XVIII в. Так, например, по случаю победы над турками в 1775 г. в Петербурге на Неве были устроены состязания в «шлюбочном бегу» и «Санкт-Петербургские ведомости» напечатали объявление об этом мероприятии: «Некоторые здешнего города граждане, желающие при ныне торжествуемой радости присовокупить нечто в

удовольствие сограждан своих произведением водяной забавы, состоящей в шлюбочном бегу. И к тому вызывают шлюбки на нижеследующем основании» [48, с. 10].

Необходимые для ее появления предпосылки наметились в России только в XIX в. Учреждение государственных, частных или общественных организаций, проводивших официальные соревнования на постоянной основе в соответствии с четкими и обязательными правилами, способствовало возникновению спорта, вслед за ним – и спортивной журналистики.

Первое определение понятия «спорт» было дано в статье славянофила А. С. Хомякова «Спорт, охота», опубликованной 1845 г. журнале «Москвитянин»: «Всякого рода охоту англичане называют спорт. Охота с собаками, с ружьем, с птицею, ловля зайца, волка, льва, слона, бабочки, ловля удочкой или неводом, багром или острогою, ловля гольца или кита, все это спорт. Кулачный бой и скороходство, борьба и плавание, состязание между скакунами, рысаками, петухами, лодками, яхтами и другие – все это также предметы спорта (охоты), и каждый спорт имеет своих известных покровителей во всех сословиях, от короля до простого арендатора, своих героев, свою науку» [59].

В своем становлении спортивная журналистика в России прошла три этапа:

- с 1823 г. до второй половины 80-х гг. XIX в.;
- со второй половины 80-х гг. XIX в. до 1905 г.;
- с 1905 г. до 1917 г.

Первый этап в становлении отечественной спортивной журналистики ознаменовался выходом в свет журнала «Еженедельник для охотников до лошадей», издававшегося П. И. Цорном в Москве в 1823-1827 гг. Целевой аудиторией журнала были кавалеристы; в журнале печатались статьи по вольтижировке, уходу за лошадьми, сообщения о скачках. Издание было подписным.

В 1842 г. начал деятельность первый Санкт-Петербургский спортивный «Журнал коннозаводства и охоты». С 1864 г. журнал был переименован в «Журнал коннозаводства» и начал публиковать материалы исключительно по конному спорту вплоть до своего закрытия в 1917 г.

Второй по популярности в России после конного спорта шла охота однолюбимых способов времяпрепровождения дворян. Наиболее полное отражение эта тема нашла в журналах «Журнал охоты» и особенно «Природа и охота». Ежемесячный журнал «Природа и охота» издавался с 1877 по 1912 гг. под редакцией Л. П. Сабанеева, крупного специалиста в области зоологии и охотоведения.

Третьим по популярности видом спорта в императорской России, имевшим наравне с конным спортом и охотой прикладное военное значение, был яхтинг, парусный и гребной спорт. Первый яхт-клуб был учрежден в Санкт-Петербурге в 1860 г. А в 1873 г. им инициируется выход в свет «Памятного листка Санкт-Петербургского Речного яхт-клуба», преобразованный позднее в еженедельный журнал «Яхта». Однако журнал издавался недолго, и вскоре его выпуск был прекращен.

Верховая езда, охота и яхтинг, как уже было сказано выше, являлись максимально приближенными к военной деятельности, а потому были любимы как дворянами, так и государством, щедро финансировавшим выпуск подобных изданий. Другие виды спорта находились в указанный период вне поля зрения нарождающейся спортивной журналистики, кроме, быть может, шахмат – игры королей, также бывшей в почете в дворянской среде.

У истоков периодических шахматных изданий стоял известный русский шахматист того времени М. И. Чигорин, подобно Петру Великому прорубивший окно в Европу для русских шахматистов [47]. Он был редактором и издателем Санкт-Петербургского «Шахматного листка», «Шахматного вестника», а также ряда других журналов подобной тематики. Достаточно интересные шахматные этюды публиковали в своих номерах и не относящиеся

к спорту толстые журналы, типа «Всемирной иллюстрации», «Нивы» или «Нового времени».

Второй этап становления отечественной спортивной журналистики начался в 80-е гг. XIX в., когда после реформ 60-70-х гг. Россия вступила на путь капиталистического развития, активно заимствуя, в том числе, и виды спорта, бытовавшие на тот момент в развитых европейских странах. Происходит демократизация спортивной жизни: занятие спортом из привилегии дворянства превращается в один из способов проведения досуга буржуазии, интеллигенции, купцов и мещан.

По логике вещей в указанное время резко возросло как количество собственно спортивной периодики (с 4-х изданий в 1883 г. до 18-ти в 1893 г.), так и частота ее выхода в свет. Большую популярность приобрел в конце 80-х гг. XIX в. велоспорт. Появилось множество велосипедных клубов, начали проводиться велогонки. В связи с этим в последующее десятилетие функционировало порядка десяти периодических изданий, посвященных различным дисциплинам в рамках велоспорта. Наиболее известными из них были «Велосипедный спорт» (выходил в Москве с 1892 по 1896 гг.) и Санкт-Петербургские «Велосипед» (годы издания 1892–1898) и «Самокат» (издавался с 1894 по 1904 гг.).

Их сходством и одновременно новшеством был промоушен различных фирм, производителей велосипедов, осуществляемый на их страницах. Фактически они представляли собой, и журналы, и рекламные буклеты, и рекламные каталоги – три в одном. На их страницах разворачивалась борьба за целевую аудиторию: конкуренция велосипедных фирм была довольно жесткой. Успехи начавшегося в 90-е гг. XIX в. автомобилестроения повлекли за собой возникновение, а после и популяризацию в России автомобильного спорта, потеснившего велоспорт. Происходило своеобразное замещение велосипеда автомобилем, и на его фоне эволюционировали и веложурналы, приспособившись к вызовам экономической конъюнктуры. Так журнал «Самокат» в 1904 году был переименован в «Самокат и мотор», а через три

года – в «Автомобильное дело». В 1901 г. А. П. Нагель начинает издание журнала «Автомобиль», вскоре занявшего лидирующие позиции в своей нише. Однако этот журнал не стал первым среди автомобильных изданий.

На рубеже XIX и XX вв. в России появляется первый спортивный журнал универсального характера, т.е. посвященный большинству видов спорта. Издателем его выступил А. П. Нагель. Журнал назывался «Спорт», и вышел в свет в Санкт-Петербурге в 1900 г. Год спустя А. П. Нагель сконцентрировался на автоспорте и покинул журнал, порекомендовав его издание Г. А. Дюперрону. Под редакцией последнего журнал предлагал на суд читателя максимально широкий диапазон рассматриваемых спортивных дисциплин, гармоничное сочетание теоретических статей по различным видам спорта с актуальностью хроник, подробностью отчетов о прошедших соревнованиях, яркостью репортажей, оперативностью корреспонденции из разных регионов страны и мира. Вследствие неблагоприятного стечения обстоятельств издание журнала было остановлено в 1904 г., пережив краткое возобновление четырьмя годами позже. Приостановка выпуска журнала «Спорт» знаменует собой окончание второго этапа становления спортивной журналистики в России.

Третий этап становления спортивной журналистики в России берет свое начало после Первой русской революции, когда в результате манифеста Николая II от 17 октября 1905 г. в Российской империи были декларированы основные демократические права и свободы, проведена реформа печати и отменена государственная цензура. Результатом этого было появление большого количества новых спортивных периодических изданий, разнообразных как по форме, так и по содержанию. Толстые журналы, газеты, листки писали об автомобильном спорте, авиаспорте, гимнастике, футболе, большом теннисе и т.д. Выходили в свет как традиционные толстые иллюстрированные журналы, посвященные конному спорту и охоте («Конская охота» кн. Д. Д. Оболенского, «Журнал спорта» В. А. Гиляровского, «Конский спорт» Б. А. Суворина), так и различного рода информационные листки, основным предназначением которых было снабдить специальными сведениями

игроков на спортивном тотализаторе («Скаковой листок», «Беговой листок», «Скаковая книжка», «Спортивный листок», «Листок спортсмена», «Предсказатель», «Бега и скачки», «Фавориты» и др.).

Приметой времени стал бешеный интерес публики к аэронавтике и авиаспорту. Печатные издания не преминули откликнуться на потребности аудитории: даже газеты общей тематики того периода регулярно давали сообщения об очередных рекордах покорения воздушного пространства. В 1903 г. в Санкт-Петербурге начал выходить в свет ежемесячный журнал «Воздухоплаватель», содержащий в себе как научные статьи теоретического характера по различным вопросам авиации, так и хроники спортивных соревнований и авиашоу. Впоследствии журнал стал официальным органом Императорского Всероссийского аэроклуба и являлся таковым до своего закрытия в 1917 г.

Другими журналами на эту тему были «Вестник воздухоплавания», «Аэро и автомобильная жизнь» и другие журналы. Таким образом, в начале XX в. выходило порядка 10 наименований спортивных изданий по спортивному воздухоплаванию. Сравнительно немного было в тот период изданий, посвященных силовым видам спорта: «Сила и здоровье», «Красота и сила», «Геркулес». Журналы эти были, как правило, хорошо иллюстрированы, содержали много рекламы и спортивной беллетристики и имели целью привлечь внимание публики к выступлениям мастеров французской борьбы на аренах цирков.

Большому теннису был посвящен единственный выходивший в России до Октябрьской революции журнал «Лаун-теннис», официальный орган Всероссийского союза лаун-теннис-клубов. Однако широкого распространения он не получил ввиду элитного характера самой игры, а потому и сравнительно немногочисленного количества ее адептов.

Сравнительно поздно (в 10-е годы XX в.) в России приобрел популярность футбол. Это сказалось на том, что футболу были посвящены лишь газеты, имевшие по большей части сезонный характер («Футболист»,

Москва, 1913 г.; «Футболист», Санкт-Петербург, 1913–1914 гг.; «Футбол», Москва, 1914 г.; «Вестник Петроградской футбольной лиги», Петроград, 1916 г.).

И нельзя не отметить два наиболее успешных отечественных спортивных журнала первой половины XX в.: журнал «Русский спорт» и журнал «К спорту!». Оба этих журнала издавались в Москве, первый – с 1909 г., второй – с 1911 г. и прекратили свое существование в 1919 г. Так, «Русский спорт» редактировался А. Г. Юзбашевым, пока в 1911 г. его не сменила К. Л. Ковзан. Редактором журнала «К спорту!» был М. Чесноков при деятельном участии его сына Бориса. Журналы были одинаково популярны в свое время, различаясь лишь стилистикой публикуемого материала: в первом журнале статьи отличались серьезностью, обстоятельностью и теоретической глубиной, авторами их были наиболее авторитетные спортивные журналисты того времени; второй журнал носил более легкий, непринужденный характер, выражающийся в многочисленности кратких заметок, хроник, различного рода интервью.

Рассмотрев в данном параграфе становление отечественной спортивной журналистики, хотелось бы сделать ряд выводов (ПРИЛОЖЕНИЕ А). В процессе вычленения и последующего анализа этапов процесса становления спортивной журналистики обнаруживается четкая корреляция динамики развития русского социума XIX – начала XX вв. и динамики популяризации спорта в России в указанный период. Если на первом этапе занятия спортом имели военно-прикладной характер и детерминировались сословной принадлежностью «спортсмена», то последующие два этапа рисуют картину постепенной демократизации и либерализации спорта: количественное и качественное увеличение как его видов, так и его адептов. Из чего можно заключить, что поступательное развитие спортивной журналистики немислимо без развития общества. Становление спортивной журналистики в России было прервано Октябрьской революцией и смутой Гражданской войны, закономерно повлекшими за собой упадок в этой сфере деятельности. Дальнейшее развитие

спортивной журналистики пришлось начинать практически заново – в условиях другого государства (СССР) и другой социально-экономической формации (большевизм).

1.3 Роль СМИ в освещении событий спортивной тематики

Согласно ФЗ РФ от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации», средства массовой информации (СМИ) – это предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы [25].

В современных условиях СМИ объединяют в себе радиовещание, телевидение, прессу и Интернет [33]. Последнее средство коммуникации, *de jure* не отвечая формальным требованиям российского законодательства, *de facto* является мощнейшим источником информации для миллионов людей, поэтому наряду с традиционными СМИ Интернет также оказывает воздействие на аудиторию и понимается как одно из этих средств.

Будучи важной частью общей журналистики, спортивные СМИ прочно вписаны в контекст современных медиасистем. Большое разнообразие каналов, форм, средств и методов трансляции, конструирования и структурирования информации позволяет спортивным СМИ создавать оригинальные, востребованные массовым зрителем информационно-развлекательные продукты.

Именно спортивным СМИ принадлежит львиная доля заслуг в пропаганде идей Олимпизма, здорового образа жизни, трансляции гуманистических идей. Политический истеблишмент национальных государств также должен быть благодарен спортивным СМИ за услуги, невольно оказываемые последними в области укрепления патриотизма внутри этих стран благодаря освещению побед национальных команд и спортсменов.

СМИ вносят весомый вклад в популяризацию спортивных соревнований разных уровней. Спортивный имидж является важной частью внутри- и внешнеполитического имиджа государства. Популяризация с помощью СМИ физкультуры и спорта в сочетании с коллинеарной государственной политикой приводит к выбору населением здорового образа жизни, пониманию смысла труда спортсмена, патриотизму. Недооценка пропаганды в сфере физкультуры и спорта являет собой упущенный шанс оздоровления общества.

На сегодняшний день здоровый образ жизни прочно входит в общественную жизнь и сознание людей, чему немало поспособствовали спортивные СМИ. Так, например, здоровый образ жизни органически встроен в так называемую «американскую мечту», один из главных концептов американской ментальности. Спорт сейчас более популярен, чем политика в Америке. Известный статистический справочник «The World Almanac» стабильно одну десятую часть своего содержания уделяет спорту и спортивным достижениям, что фактически по объему превосходит аналогичные публикации по другим отраслям человеческой деятельности (будь то политика, экономика, культура и т.п.).

За последние пятнадцать лет в нашей стране осуществляется планомерная популяризация массового спорта. Происходит приобщение различных слоев населения к регулярным занятиям физической культурой. Быстрыми темпами развивается профессиональная спортивная деятельность, позволяющая государству уже сейчас иметь достаточное количество конкурентоспособных клубов, команд и отдельных спортсменов.

Проведение зимних Олимпийских игр в Сочи 2014 г. и Чемпионата мира по футболу 2018 г. дало возможность выполнить задачу по формированию целостной системы здорового образа жизни населения, в чем во многом заслуга именно отечественных спортивных СМИ.

В свою очередь, внедрение средствами массовой информации новейших цифровых, спутниковых и кабельных технологий способствует росту их конкурентоспособности на внешнем медиарынке, привлечению большей

аудитории (как отечественной, так и зарубежной в случае с каналом Russia Today), увеличению количества оригинальных решений в рамках спортивного коммуникационного процесса. Позитивную роль в attractiveness СМИ для аудитории играет их общедоступность универсальность и относительно низкая стоимость. По этому поводу С. М. Гуревич пишет: «Информационный рынок возникает тогда, когда у людей рождаются информационные потребности и удовлетворяющая их информация становится ценным товаром. С усилением информационных потребностей определенных общественных групп возрастает и спрос на продукцию СМИ» [22].

Базовые характеристики СМИ, в том числе и спортивные, очень удачно сформулированы Я. Н. Засурским в его книге «Система средств массовой информации России». Это «прежде всего:

- удовлетворение информационных потребностей личности, различных общественных групп и организаций, содействие их активному участию в процессах экономической, политической и культурной жизни общества;

- обеспечение взаимодействия, сотрудничества, координации и разделения труда между ними на основе совместно формируемых моделей поведения каждого социального субъекта;

- объективное и полное отражение условий жизни общества;

- сбор, производство и распространение информации в соответствии с динамикой общественного развития;

- привлечение к производству информации всех творчески активных сил, которые служат общественному прогрессу, создают и обогащают духовный потенциал общества;

- использование для массового информационного процесса современных информационных и коммуникационных технологий» [49].

Освещая спортивную жизнь, СМИ обеспечивают ее публичность, открытость аудитории, организуют пропаганду физической культуры и спорта, продвигают ценности здорового образа жизни, обеспечивая тем самым реализацию познавательных, образовательных, ценностных и организационных

процессов. В рамках спортивной медиакоммуникации СМИ призваны решить следующие задачи:

- создать максимально объективный образ спортивной деятельности;
- сконструировать парадигму ее познавательных характеристик;
- сформировать мнение и передать настроение общества, касательно тех или иных спортивных событий;
- выработать систему представлений о характере и особенностях развития того или иного вида спорта;
- сформировать имидж успешных в медийном плане спортивных личностей, групп, организаций;
- задать вектор направления в освещении поведения, мотивации и ментальных структур субъектов спортивной деятельности: спортсменов, околоспортивной общественности, различных аудиторных групп.

За счет поддержания интереса к спортивной сфере и в самой системе массмедиа происходит постоянная трансформация как на федеральном, так и на региональном уровне: вырабатываются разнообразные концепции и модели печатных изданий, телерадиопрограмм (от общественно-политических до специализированных), удовлетворяющие потребительские запросы аудитории.

Взаимодействие журналистики и спорта порождает особый дискурс, содержащий в себе код, который делает возможным восприятие реципиентом медиакоммуникации информационных структур на семиотическом уровне. Таким образом, СМИ осуществляют взаимодействие субъектов спортивной деятельности и ее непосредственных потребителей.

Итак, подведем итоги сказанному выше. В настоящее время СМИ играют едва ли не главную роль в популяризации различных видов спорта, высвечивая положительные и отрицательные стороны спортивного поведения и формируя тем самым отношение общества к спорту в целом. Именно поэтому спортивные СМИ способны не только формулировать и реализовывать концепции и модели различного рода продуктов (печатного, телевизионного, радиовещательного и т.д. характера), удовлетворяющих потребительские запросы аудитории, но

принимать непосредственное участие в процессе продвижения спортивной индустрии в медиaprостранстве России и зарубежных стран. СМИ являются посредником между производителем спортивных событий и их непосредственным потребителем, реализуя себя в этом ключе в качестве своего рода дистрибьютора. Именно от того, как спортивное событие будет освещено и преподнесено аудитории теми или иными СМИ, во многом будет зависеть его конечное восприятие и интерпретация непосредственным потребителем услуг этих СМИ.

2 Теоретический аспект спортивной журналистики

2.1 Цели, задачи и функции спортивной журналистики

Спортивная журналистика – это отрасль журналистики, предметом исследования которой является спорт во всем разнообразии и противоречиях его проявлений. Характер целей, задач, функций, форм и признаков спортивной журналистики напрямую зависит от характера спортивной деятельности, оказавшейся в фокусе ее внимания [2].

Смысл, условие осуществления и направление любого вида деятельности определяются ее целью. Цели спортивной журналистики варьировались в разное время в разных условиях. Так, например, широкая постановка цели спортивной журналистики предполагает содействие последней в гармонизации человеческого общества путем трансформации негативной энергии индивида, возникшей в результате какой-либо стрессовой ситуации, в комплекс связанных со спортом переживаний (например, в процесс «боления» за любимую команду).

Или, если взять период существования СССР, в течение которого спортивная журналистика являлась составной частью системы коммунистического воспитания, то целью ее было вовлечь в занятия физической культурой максимальное количество советских людей. Средствами же этого вовлечения были партийная пропаганда, агитация и организация (административный ресурс).

В настоящее время спортивная журналистика выступает в качестве подсистемы, как системы общей журналистики, так и системы спортивной деятельности. В этом контексте цель спортивной журналистики – обеспечить непрерывность процесса коммуникации между субъектами спорта для полноценного функционирования системы спортивной деятельности [8].

Субъектами спорта (и физической культуры) в ст. 5 ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» названы:

«1) физкультурно-спортивные организации, в том числе физкультурно-спортивные общества, спортивно-технические общества, спортивные клубы, центры спортивной подготовки, спортивные федерации, а также общественно-государственные организации, организующие соревнования по военно-прикладным и служебно-прикладным видам спорта;

2) образовательные учреждения, осуществляющие деятельность в области физической культуры и спорта;

3) оборонные спортивно-технические организации;

4) научные организации, осуществляющие исследования в области физической культуры и спорта;

5) Олимпийский комитет России;

6) Паралимпийский комитет России;

7) Сурдолимпийский комитет России;

8) Специальная олимпиада России;

9) федеральный орган исполнительной власти в области физической культуры и спорта, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, подведомственные этим органам организации;

10) федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие руководство развитием военно-прикладных и служебно-прикладных видов спорта;

11) профессиональные союзы в области физической культуры и спорта;

12) граждане, занимающиеся физической культурой, спортсмены и их коллективы (спортивные команды), спортивные судьи, тренеры и иные специалисты в области физической культуры и спорта в соответствии с перечнем таких специалистов, утвержденным федеральным органом исполнительной власти в области физической культуры и спорта» [56].

К субъектам спортивной коммуникации нужно отнести также:

- сотрудников центров пресс-служб;
- владельцев и персонал спортивных объектов;
- учредителей, руководителей и журналистов спортивных СМИ;
- болельщиков и любителей спорта, являющихся активными потребителями продуктов спортивных СМИ.

Для реализации поставленной цели спортивным СМИ необходимо решить следующие задачи:

1) – сообщать целевой аудитории максимально полную, объективную информацию о происходящих в мире спорта событиях;

2) – формировать путем раскрытия и последующей популяризации гуманистических идей и ценностей положительную социальную комплиментарность и толерантность по отношению к спорту;

- обеспечивать процесс непрерывного обмена достижениями между спортивной теорией и практикой;

- повышать уровень повышение спортивной грамотности широких слоев населения;

- внедрять передовые спортивные разработки теоретического и практического характера в массовый любительский спорт;

- принимать активное участие в разработке и организации спортивных мероприятий различного уровня;

- заниматься спортивным менеджментом и маркетингом.

В контексте цели и призванных реализовать ее задач спортивными СМИ выполняется ряд функций. Стоит особо отметить, что при их выполнении не только учитывается специфика предмета отображения, но и тождественность их аналогичным функциям спорта (соревновательная, культурная, интегративная, представительская, политическая, образовательная, управленческая и др.). В общем и целом, если рассматривать функции, выполняемые спортивной журналистикой в отрыве от практики их реализации, можно увидеть, что последние не являются уникальными и присущими только ей одной: они могут встречаться и в других отраслях журналистики.

Остановимся теперь подробнее на характеристике функций спортивной журналистики.

–Информационная функция является самой общей и универсальной из всех функций спортивных СМИ: она ИНФОРМИРУЕТ. Ее первостепенное значение связано, по мнению почетного вице-президента Олимпийского комитета России В. С. Родиченко, с «состязательностью, важнейшей характеристикой спорта, подразумевающей сравнение показателей, которое неизбежно носит информационный характер» [46].

–Пропагандистская функция спортивной журналистики заключается в целенаправленной деятельности по распространению и внедрению в общественное сознание спортивных знаний, ценностей, норм, традиций и информации об их пользе как для общества в целом, так и для отдельного его представителя.

–Агитационная функция во многом близка пропагандистской в плане приобщения к спорту как можно большего количества людей. Предполагает привлечение внимания к спорту широких масс населения и развития у них интереса к спортивной деятельности.

–Организационная функция призвана сформировать у людей потребность регулярно заниматься спортом, выступая при этом в качестве субъекта и одновременно средства комплектования рядов адептов физкультурно-спортивного движения. В качестве субъекта СМИ выступают организатором различного рода соревнований, в качестве средства – посредником между структурами, проводящими спортивные мероприятия, и их непосредственными участниками.

–Функция выражения и формирования общественного мнения сопряжена с двумя предыдущими функциями и заключается в создании и поддержании общественного мнения, необходимого для развития спорта, достигаемого путем раскрытия гуманистических ценностей последнего.

–Рекламная функция спортивной журналистики напрямую связана с рекламной функцией предмета ее отображения. Работает это следующим

образом: победы высококлассных спортсменов делают промоушен всему, что может быть прямо или косвенно связано с их победой – от страны, отправившей их на соревнования, до, например, шампуня, фирма-производитель которого выступила спонсором чемпиона. Спортивная журналистика также часто и широко использует представляющиеся ей в данном свете возможности влияния на формирование общественного мнения.

–Воспитательная функция призвана сформировать у целевой аудитории ценностные ориентиры, нравственные качества, повысить уровень ее физической и общей культуры. Реализация этой функции осуществляется посредством демонстрации примеров, наглядно показывающих взаимосвязь между благородством и победой, низостью и поражением.

–Просветительно-образовательная функция занимается телеологическим обоснованием спортивной деятельности: трансляцией вонне сведений о том, как и для чего человеку необходимо заниматься спортом. Давая научно обоснованные советы и рекомендации, распространяя проверенные и совершенные методики тренинга, спортивная журналистика способствует популяризации спорта.

–Эстетическая функция спортивной журналистики проистекает из внутренней природы самого спорта. Любой вид спорта в той или иной мере является бодибилдингом – строительством тела. Здоровое, сильное, гармонично сложенное тело, пожалуй, является лучшей мотивацией заняться спортом – особенно для юных неокрепших умов. А. Шварценеггер до сих пор остается примером для многих начинающих спортсменов по всей планете в такой же степени, как для него самого в юные годы примером был Ю. Власов.

–Развлекательная функция спортивной журналистики призвана отвлечь аудиторию от проблем повседневности, формируя атмосферу беззаботности и психологической релаксации.

–Гедонистическая функция направлена на получение наслаждения, физического или духовного от занятий спортом.

–Коммуникативная функция предполагает актуализацию, развитие и совершенствование навыков общения в контексте занятия спортом (например, в тренажерном зале), либо в контексте сопричастности какому-либо околоспортивному движению (например, общение футбольных фанатов друг с другом и оппонентами).

–Управленческая функция характеризуется постоянным и непрерывным воздействием на спортивный процесс и потребителей продукта этого процесса. О. С. Шустер писал на сей счет: «Управление заключается в непосредственном влиянии на саму аудиторию, потребляющую информацию, и в постоянном воздействии на социальные институты спорта» [61, с. 24].

–Мировоззренческая функция спортивной журналистики призвана способствовать духовному росту погруженного в контекст спортивной деятельности индивида на принципах толерантности и культурного плюрализма. Д. А. Туленков пишет по этому поводу: «По различным международным соревнованиям можно изучать географию. Спортивные журналисты, побывавшие на них, рассказывают не только о состязаниях, но и о том, что их окружает в той стране, где проходит турнир» [55].

Итак, в данном параграфе нами были выявлены и проанализированы цели, задачи и функции спортивных СМИ. Анализ целей показал их вариативный характер, прямо обусловленный местом и временем их полагания. Многообразие же выделенных функций спортивных СМИ во многом объясняется их соответствием как предмету изображения, так и функциям спортивной деятельности.

2.2 Специфика работы спортивного журналиста: правовой аспект

Феномен деятельности спортивных журналистов находится под пристальным вниманием современной юридической науки (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Насущной является задача изучить феномен спортивной журналистики и по возможности максимально облегчить труд спортивных журналистов, предоставив им, например, упрощенную возможность по сбору информации, либо иных преференций в области защиты прав и свобод как журналиста в отдельности, так и редакции в целом.

История официальной регламентации правового регулирования деятельности журналистов началась только 12 июня 1990 г., когда был принят закон СССР «О печати и других средствах массовой информации», и позднее – 27 декабря 1991 г. – закон РФ «О средствах массовой информации» [15].

Закон «О СМИ» является основным нормативно-правовым актом, регламентирующим порядок сбора информации журналистами, распространение этой информации, последствия, которые может повлечь за собой злоупотребление свободой массовой информации, а также закрепляет иные правовые аспекты. Положения данного закона распространяются, в том числе, и на спортивные средства массовой информации, учреждаемые в Российской Федерации и распространяемые как на территории РФ, так и за ее пределами, а также на спортивные средства массовой информации, создаваемые за пределами страны, но распространяемые на территории РФ. При этом, как следует из статьи 54 закона, гражданам России гарантируется беспрепятственный доступ к зарубежным спортивным ресурсам и иным средствам массовой информации.

Закон «О СМИ» регламентирует:

- 1) обеспечение гарантий свободы массовой информации;
- 2) организацию деятельности средства массовой информации; распространение массовой информации;
- 3) отношения средств массовой информации с гражданами и организациями;
- 4) права и обязанности журналиста;
- 5) межгосударственное сотрудничество в области массовой информации;

б) ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации.

Права журналиста, и спортивного в том числе, в нашей стране основаны на статье 29 Конституции Российской Федерации, которая гласит:

«1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.

2. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.

3. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.

4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.

5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается» [34].

Речь здесь, прежде всего, идет о праве журналиста свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию. Вместе с тем данное право может войти в противоречие с другими конституционными правами и свободами, например, о неприкосновенности частной жизни. Поэтому Верховный Суд РФ в вводной части Постановления Пленума ВС РФ от 15 июня 2010 года №16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» указал следующее: «При применении законодательства, регулирующего вопросы свободы слова и свободы массовой информации, судам необходимо обеспечивать баланс между правами и свободами, гарантированными статьей 29 Конституции Российской Федерации, с одной стороны, и иными правами и свободами человека и гражданина, также охраняемыми Конституцией Российской Федерации ценностями, с другой» [42].

Согласно статье 47 Закона «О СМИ» журналист имеет право:

- 1) искать, запрашивать, получать и распространять информацию;
- 2) посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы;
- 3) быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;
- 4) получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;
- 5) копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 настоящего Закона;
- 6) производить записи, в том числе с использованием средств аудио– и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;
- 7) посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение;
- 8) присутствовать на митингах и демонстрациях; проверять достоверность сообщаемой ему информации;
- 9) излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;
- 10) отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;
- 11) снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала;
- 12) распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи. Журналист пользуется также

иными правами, предоставленными ему законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации [43].

Обязанности журналиста Производны от его Прав и установлены статьей 49 закона «О СМИ». Журналист обязан:

1) соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;

2) проверять достоверность сообщаемой им информации;

3) удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;

4) сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;

5) получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или от его законных представителей;

6) при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки;

7) ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;

8) отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;

9) предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста;

10) соблюдать запрет на проведение им предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума при осуществлении профессиональной деятельности [37].

Журналист несет также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации

[27]. При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций. Государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг.

Примечательно, что все указанные выше определения применяются как к штатным сотрудникам редакций, так и к авторам, не связанным с редакцией средства массовой информации трудовыми или иными договорными отношениями, но признаваемых ею своими внештатными авторами или корреспондентами, но исключительно при выполнении ими поручений редакции.

Важно понимать, что внештатный представитель средств массовой информации располагает правами и обязанностями журналиста только в случае выполнения поручения служебных заданий. При отсутствии такого поручения (аккредитации) сотруднику редакции может быть отказано в доступе к той или иной информации.

Стоит отдельно пояснить те случаи, когда необходимо осветить незапланированное мероприятие, так или иначе связанное со спортом: деятельность спортсменов в «свободное от работы время», беспорядки в среде спортивных болельщиков и т.д. Спортивные журналисты, обладающие редакционными удостоверениями и выполняющие поручения редакций, имеют полное право на освещение публичных мероприятий вне зависимости от того, согласованы или нет эти мероприятия уполномоченными органами государственной власти или местного самоуправления [29]. Представители иностранных СМИ на территории Российской Федерации обязаны иметь карточку аккредитации МИД РФ и документ, удостоверяющий личность. При этом нельзя пользоваться своим статусом или удостоверением не для освещения такого события, а для участия в нем.

Кроме того, согласно сложившейся практике, лица, принимающие активное участие в воспрепятствовании законным действиям сотрудников

полицей, участвующие в мероприятии на стороне митингующих, вне зависимости от того, обладают ли они редакционными удостоверениями или нет, являются участниками несанкционированной акции и привлекаются к ответственности в соответствии с действующим законодательством.

1 октября 2013 г. вступили в силу поправки к Гражданскому кодексу Российской Федерации (ГК РФ), в том числе касающиеся охраны изображения граждан. За год формирования правоприменительной практики пока нельзя сказать, положительно эти поправки сказываются на деятельности спортивных массмедиа или отрицательно, но факт остается фактом – ответственность за незаконное использование изображений граждан ужесточилась.

Поскольку СМИ в целом, а спортивные в частности, постоянно работают с изображениями граждан (в данном случае спортсменов, тренеров, спортивных функционеров и руководителей спортивных клубов, организаций), вопрос соблюдения этих прав для юристов спортивных изданий стоит довольно остро.

Сразу оговоримся, что изложенное ниже не относится к фото- и видеосъемкам, проводимым в публичных местах – на спортивных мероприятиях аккредитованными журналистами. В силу своей аккредитации, выдаваемой представителям СМИ организатором мероприятия, спортивные журналисты имеют особый статус, позволяющий им снимать то, что происходит непосредственно на соревновании и в связи с ним. При условии, что это не нарушает тайну частной жизни и не вступает в противоречие с другими нормами права. В частности, журналист спортивного таблоида вряд ли сможет оправдать скрытую съемку в раздевалке у спортсменов или на тренерской установке перед игрой.

Важно понимать, что запрет на использование изображения гражданина без его согласия носит абсолютный характер. Публикация фотографий граждан в газетах и иных изданиях, видеозаписей в эфире телеканалов без их согласия нарушает их права, гарантированные Конституцией РФ. При этом сам факт фотографирования или осуществления видеозаписи представителем СМИ не нарушает права на сбор, хранение, обработку и распространение информации,

поскольку реализация прав и свобод одних лиц не должна приводить к нарушению прав и свобод других, а вот использование результатов такой деятельности возможно только при наличии согласия объекта съемки.

Примечательно то, что в части правовой охраны изображений закон не выделяет какие-либо отдельные категории граждан. Другими словами, в случае разрешения спорных моментов в суде жалобы о том, что истец является публичным лицом, не будут приняты во внимание и не повлияют на решение суда. Так, по одному делу суд указал, что организация при оказании платных услуг по подготовке обращений и жалоб в государственные и муниципальные органы использовала фотографии президента РФ, что представляет собой использование его изображения, следовательно, на такое действие требуется согласие гражданина.

Спорт – это эмоции. Практически все, интересующиеся спортом, становились свидетелями тех или иных словесных конструкций из уст спортсменов либо во время игры, либо «в сердцах» после нее в микст-зоне. Общая тенденция государственного регулирования СМИ с 2012 г. направлена на установление определенных культурных рамок для распространения информации. В этой связи законом установлен перечень запретов, направленных на недопущение злоупотребления свободой массовой информации, в который включены материалы, содержащие нецензурную брань (ФЗ №34–ФЗ «О внесении изменений в статью 4 Закона РФ «О СМИ» и статью 13.21 КоАП»). Кроме того, Кодекс РФ об административных правонарушениях в статье 13.21 устанавливает ответственность граждан, должностных и юридических лиц за изготовление или распространение продукции средства массовой информации, содержащей нецензурную брань – в сумме до 200 тысяч рублей.

Кодекс профессиональной этики журналиста содержит целый ряд этических норм, которыми следует руководствоваться при создании и использовании скрытых записей. Выделим некоторые такие положения:

1) журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений;

2) при выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации;

3) журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не предоставлять информацию и не отвечать на задаваемые им вопросы – за исключением случаев, когда обязанность предоставлять информацию оговорена законом;

4) только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения [44].

Понятие клеветы содержится в Уголовном кодексе Российской Федерации (статья 128.1). Клевета – распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию. В зависимости от содержания распространяемых заведомо ложных сведений, способа или места их распространения, ответственность для преступника (это Уголовное законодательство, и здесь речь идет уже не о нарушении, а о преступлении) доходит до 5 млн рублей штрафа.

Под честью понимается общественно-моральное достоинство, то, что вызывает и поддерживает общее уважение, чувство гордости. Достоинство – это совокупность свойств, характеризующих высокие моральные качества, а также сознание ценности этих свойств и уважения к себе. Репутация – создавшееся в обществе мнение о достоинствах и недостатках, способностях личности.

«Закон о СМИ» (статья 3) требует от журналиста соблюдения всеобщего принципа уважения прав, законных интересов, чести и достоинства других лиц

и организаций. Любое распространение сведений, наносящих вред чести, достоинству либо деловой репутации гражданина или организации, объединяется термином «диффамация» (diffamo – порочить, лишать доброго имени). В зависимости от соответствия распространяемых сведений действительности и субъективного отношения распространителя к своим действиям выделяют следующие виды диффамации:

1) распространение заведомо ложных порочащих сведений (умышленная, недостоверная диффамация или клевета);

2) неумышленное распространение ложных порочащих сведений (неумышленная недостоверная диффамация);

3) распространение правдивых порочащих сведений (достоверная диффамация).

Первый вид может повлечь за собой уголовную ответственность (статья 128.1 УК РФ), а также весь гражданско-правовой комплекс мер, направленных на возмещение вреда, причиненного чести, достоинству и деловой репутации. Однако данная статья в качестве субъективной стороны деяния подразумевает только прямой умысел.

Второй вид диффамации порождает право на ответ, опровержение и возмещение в гражданском порядке морального вреда и вреда, причиненного чести и достоинству, деловой репутации. Под моральным вредом понимается вред, причиненный гражданину в результате распространения средством массовой информации именно не соответствующих действительности сведений, порочащих честь и достоинство гражданина либо причинивших ему иной неимущественный вред. Следовательно, последний вид диффамации оставляет потерпевшему только право на ответ, предусмотренное ст. 46 Закона.

Результаты работы журналиста при условии приложения к ним каких-либо творческих усилий являются объектом авторских прав последнего, защищаемых законом. Порядок использования и защиты авторских прав в Российской Федерации определяется частью 4 ГК РФ.

Спортивный журналист строит свои отношения с редакцией СМИ либо на основании соответствующего трудового договора, либо договора внештатного сотрудника (договора подряда гражданско-правового характера), либо на основании устных договоренностей, которые в силу закона также порождают правовые последствия и четко распределяют права и обязанности сторон. Согласно статье 1286 ГК РФ, договор о предоставлении права использования произведения в периодическом печатном издании может быть заключен в устной форме.

Авторские права – право признаваться автором материала, созданного в рамках исполнения служебного задания или выполнения своих трудовых обязанностей (служебное произведение), – принадлежат непосредственно журналисту. Однако исключительное право на служебное произведение принадлежит работодателю, если трудовым или иным договором между работодателем и автором не предусмотрено иное. В случае, когда исключительное право на служебное произведение принадлежит автору, работодатель вправе использовать такое произведение способами, обусловленными целью служебного задания, и в вытекающих из задания пределах, а также обнародовать такое произведение, если договором между ним и работником не предусмотрено иное. При этом право автора использовать служебное произведение способом, не обусловленным целью служебного задания, а также хотя бы и способом, обусловленным целью задания, но за пределами, вытекающими из задания работодателя, не ограничивается. Работодатель может при использовании служебного произведения указывать свое имя или наименование либо требовать такого указания. За использование служебных произведений работодатель выплачивает автору таких произведений вознаграждение. Этот момент должен быть отдельно оговорен в трудовом или ином договоре. Как правило, у штатных сотрудников вознаграждение за использование служебных произведений включено в заработную плату, о чем должно быть прямо указано в трудовом договоре.

Итак, современная спортивная журналистика находится на стыке

информационного и развлекательного жанров. Во многом это определяет задачи правового поля, стоящие во главе угла спортивных СМИ и деятельности их сотрудников. Соблюдая все требования действующего законодательства, зачастую невозможно создать действительно сенсационный материал, эксклюзивность или глубина которого позволит в разы увеличить цитируемость или рейтинг издания. Политика спортивных СМИ определяется их главными редакторами, и задача юриста спортивного издания или телерадиоканала – представить первому всю полноту юридических последствий использования того или иного материала, тех или иных способов работы, но последнее слово всегда остается за главным редактором. Представленный материал содержит обзор по наиболее типичным вопросам правового аспекта деятельности спортивных журналистов.

2.3 Жанровые особенности спортивных медиатекстов

Публикации о спорте представлены практически во всех современных жанрах. «Жанр» в учебном пособии А. В. Колесниченко «Практическая журналистика» определяется как устойчивая форма журналистских произведений, где существуют три жанрообразующих признака – предмет, метод и функция. Под предметом понимается ответ на вопрос «Что отображается?», под методом – «Как?», под функцией – «С какой целью?» [32, с. 44]. Общепринятой классификации журналистских жанров не существует, например, на западе жанры делят на «событийные и «комментарийные», а в отечественных учебных пособиях – «информационные» (хроника, заметка, зарисовка, интервью, отчет, путевые заметки и репортаж), «аналитические» (корреспонденция, статья, обзор и рецензия) и «художественные жанры» (очерк, фельетон и памфлет).

На страницах газетной периодики спортивная журналистика тяготеет

традиционно к информационным жанрам, так как по своей сути является событийной, а это значит, что от журналиста важна оперативная передача сведений о соревнованиях и событиях вокруг них. Все это создает особые условия работы спортивного журналиста – максимально ускоренной стадии создания текста вплоть до подготовленного (или наоборот – экспромтного) транслирования результатов соревнований. К примеру, многие медиатексты, опубликованные в ежедневной общественно-политической газете «Известия Мордовия» во время Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™, создавались «на ходу», с помощью диктования по телефону.

Так, выпуск «Известий Мордовии» от 16 июня 2018 г. содержит на первой полосе текст под названием «Мы победили 5:0! Саранск ликует вместе со всей Россией» (ПРИЛОЖЕНИЕ Е): «В Саранске на фестивале болельщиков ФИФА за матчем Россия – Саудовская Аравия наблюдали тысячи людей. Площадкой для совместного просмотра матча стала Советская площадь. Совместно с жителями нашей республики в этот летний вечер за россиян болели гости из Перу и Дании. Со всех сторон доносилось (с латиноамериканским акцентом): «Оле-оле-оле, Русия, чемпион!». В преддверии торжественного открытия ЧМ-2018 на огромном экране к посетителям фан-феста обратился экс-форвард сборной России, а ныне главный тренер юношеской сборной страны Александр Кержаков. Он передал привет Саранску и поздравил присутствующих с началом грандиозного спортивного события. В знаменательный час ко всей стране обратился Президент России Владимир Путин. Владимир Владимирович отметил, что футбол в нашей стране имеет богатейшие традиции, напомнив, что первый футбольный матч в России состоялся в далеком 1897 г. «Добро пожаловать в Россию!», – пригласил весь мир на глобальный футбольный праздник В. В. Путин. Пока столица Мордовии наблюдала за матчем открытия, который закончился со счетом 5:0 в пользу России, в дорогу собирались участники первого саранского матча – национальные сборные Перу и Дании. Ключевая дата – 16 июня. Место события – стадион «Мордовия Арена». Начало – в 19:00 по московскому

времени. Далее у нас сыграют: 19 июня – Колумбия и Япония (15:00), 25 июня – Иран и Португалия (21:00), 28 июня – Панама и Тунис (21:00)» [17].

Данный медиатекст был озвучен по телефону в связи с тем, что номер через небольшой промежуток после окончания мероприятия должен быть отправлен в типографию, а перед этим сверстан, поэтому во время мероприятия связь с человеком из редакции поддерживалась постоянно, что позволяло своевременно вносить правки. С ситуациями подобного рода спортивный журналист сталкивается ежедневно, обозначая это как издержки профессии. Нельзя не подчеркнуть и тот факт, что важна не только оперативность, но также точность переданной информации и, конечно, знание всевозможных особенностей, касаемо различных видов спорта и его историю, включая выдающихся личностей.

Новости о спорте в современных печатных СМИ выходят в свет в форме заметки или корреспонденции. Оба жанра отличаются объемом и чаще всего посвящены одному определенному событию. Эти оперативные материалы присущи как специализированным спортивным, так и неспециализированным изданиям, где публикуются материалы о спорте [54]. К подобному формату прибегают все периодические издания, СМИ Республики Мордовия не исключение.

Наиболее часто спортивные журналисты используют жанр репортажа, для того чтобы максимально передать динамику и накал спортивных событий, донести до болельщиков эмоции и волнение участников соревнований, рассказать обо всех их перипетиях. Так исторически сложилось, что характерным признаком репортажа является эффект присутствия [45]. Только при условии, что читатель в момент контакта с медиатекстом переживает эмоции, что и журналист, а также визуально хорошо представляет происходящее и превращается в очевидца или даже участника событий, – всё это говорит об успешно выполненной задаче корреспондента. Для того чтобы успешно справиться с данной задачей, необходимо воспользоваться рядом приемов: актуализированное повествование (в настоящем времени); обилие

деталей, передающих общий эмоциональный фон; ритмичная фабульная последовательность событий; живые реплики участников; наконец – ярко выраженное «Я» журналиста, «что отражается и в общем стилистическом тоне, и в отборе лексики, и в синтаксическом строе репортажа» [31, с. 98].

Несмотря на то, что с появлением онлайн-репортажей и текстовых онлайн-трансляций на сайтах изданий, существование на газетных полосах информационного жанра – отчета – стало, по мнению некоторых ученых, бесполезным, все еще является одним из популярных на страницах современных печатных СМИ. Но отчет в этом случае имеет при этом черты репортажа или происходит конвергенция с аналитическими жанрами жанрам за счет включения в материал оценочных элементов, обобщений, прогноза и т.д., что усложняет в разы процесс его создания [1, с. 3].

К примеру, медиатекст в издании «Известия Мордовии» от 26 апреля 2019 г. «Мордовия» разошлась миром с «Факелом»: «Этот поединок был чрезвычайно важен для обеих команд в силу незавидного положения в таблице. В таких случаях обычно говорят, что это битва за виртуальные шесть очков. Но в итоге оба клуба положили себе на баланс по одному турнирному баллу. В силу кадровых проблем хозяевам вновь не удалось выставить на игру оптимальный состав. Вместо Игоря Климова, замененного ввиду травмы еще по ходу первого тайма гостевого матча со «Спартак-2» и не успевшего восстановиться, пару в центре обороны Сергею Сухареву составил Денис Поярков. На левом фланге защиты место дисквалифицированного Юрия Лебедева занял Павел Деревягин. <...> В ближайшее воскресенье, 28 апреля, подопечные Марата Мустафина сыграют на выезде с подмосковными «Химками». Начало матча в 17:00» [16, с. 20].

Распространенным и популярным на сегодняшний день в печатных СМИ подходом к подаче спортивной информации является жанр интервью, который предоставляет для спортивного журналиста широкие возможности. Выделяют такие разновидности данного жанра, как информационное интервью (предметом выступает конкретное событие из мира спорта, аналитическая

составляющая ситуации отсутствует), портретное интервью (цель – раскрытие деятельности и характера той или иной спортивной личности), экспертное интервью (первостепенное значение имеет мнение специалиста в той или иной области спорта по поводу опять же конкретного события), проблемное интервью (раскрываются негативные или проблемные стороны спорта) и блиц-интервью (в нем более всего ценится именно живой и непосредственный отклик «по горячим следам» случившегося) [50, с. 60].

Общение со спортсменами и тренерами требует особой подготовки, опыта, набора определенных качеств и навыков: «Самое главное качество интервьюера (им обладают далеко не все!) – умение слушать. Надо стараться узнать как можно больше о своем собеседнике, о его привязанностях, вкусах, взглядах на жизнь. Если предстоит взять короткое интервью, не нужно задавать слишком много собеседника вопросами. Достаточно подготовить один-два, но такие, чтобы ответы на них помогли раскрыться перед зрителями» [51, с. 20]. К примеру, в медиатексте в издании «Известия Мордовии» от 22 августа 2018 г. «Футбольный агент Олег Шигаев: «Нынешнее руководство ФК «Мордовия» способно вернуть команду на высокий уровень» читаем: «Есть такая профессия – представлять интересы футболиста. Одним из успешных и известных специалистов данной сферы в российском футболе является уроженец Мордовии Олег Шигаев. Семь лет назад он переехал в Москву учиться, и в тот момент даже не предполагал, что любимый вид спорта станет его непосредственной работой. Однако определяющим в выборе рода занятий стало знакомство с генеральным директором Prof-Sport Company Олегом Малезником. Проработав больше года скаутом агентства, наш земляк дорос до должности гендиректора компании. В преддверии матча 1/32 финала Олимп-Кубка России «Нефтехимик» – ФК «Мордовия» (22 августа, начало в 18:00) Олег Шигаев поделился собственными мыслями с корреспондентом «ИМ».

– Олег Владимирович, первый вопрос – традиционный. Всем интересно, как можно оказаться в подобной профессии?

– Во многом все произошло случайно. Знакомство с Малезником

подтолкнуло меня попробовать силы в скаутском деле. Ранее увлекался футболом, но никогда даже не думал, что смогу стать его составной частью. Все это казалось какой-то несбыточной мечтой. Свою работу начал, в общем-то, с того, что посещал все матчи, на которые получалось попасть, скрупулезно просматривал видеозаписи игр. В общем, тщательно отслеживал игру футболистов, попадавших в интересы компании. Спустя некоторое время Малежик перешел на другую работу и предложил мне руководящий пост. Первое, чему постарался уделить внимание, это ребрендингу, и теперь мы уже не Prof-Sport Company, а FM Sports Agency.

< ... >

– Какие клубы, на ваш взгляд, являются фаворитам текущего сезона в ФНЛ?

– «Тамбов», «СКА-Хабаровск», «Балтика». Калининградцы неудачно стартовали, но вверенная Валерию Непомнящему команда хорошо укомплектована. «Моряки» не скрывают своих амбиций, и сбрасывать их со счетов ни в коем случае нельзя. На фоне остальных также выделю «Сочи», «Нижний Новгород» и, естественно, «Мордовию». По селекции могу сказать, что саранская команда очень неплохо усилилась. Несмотря на цейтнот летнего межсезонья, новое руководство подобрало и подписало классифицированных исполнителей. <...>» [20, с. 20].

Спортивные журналисты в своих медиатекстах довольно-таки часто не ограничиваются только отражением хода соревнований или подготовки к ним, так как перед ними стоят задачи намного шире – донести до аудитории суть и смысл спортивного состязания со всеми его противоречиями, сложностями, нравственными уроками, драматизмом и т.д. Наиболее актуально это сейчас, когда болельщик может оперативно найти в Интернете необходимую информацию. Аналитические жанры наиболее эффективно справляются с этой задачей. В данном случае, считает известный исследователь речевых стратегий выражения эмоций В. Ю. Апресян, что важно наличие авторского взгляда, собственного мнения, аргументированной позиции – чем более полемичной,

тем лучше для газеты и интереснее читателю, тем острее и увлекательней будет смотреться поставленный в материале вопрос и предложенные журналистом варианты ответа на него [3].

Как пишет известный исследователь теории жанров А. А. Тертычный, для аналитических материалов имманентными признаками являются следующие: «...выяснение причин, условий развития событий и изменения ситуаций, оснований, мотивов, интересов, намерений, действий различных социальных структур; выявление современных противоречий тенденций развития, правильности, обоснованности разнообразных точек зрения, идей» [54]. Эти признаки характерны для всех жанров, выделяемых в аналитической журналистике (их насчитывают около двадцати), но наиболее часто в современных печатных СМИ используются при создании материалов о спорте такие жанры, как статья, комментарий и беседа. Глубоко проанализировать значимые, масштабные явления и процессы в мире спорта, выявить причинно-следственные связи между ними, сделать обобщающие и аргументированные выводы, спрогнозировать варианты развития ситуации позволяет жанр статьи. Но данный вид встречается в последнее время крайне редко, особенно на страницах, посвященных спорту в периодических изданиях Республики Мордовия. По сравнению с жанром статья-комментарий встречается значительно чаще, особенно в материалах о прошедших матчах. Комментарии главных тренеров, либо лиц, их заменяющих, позволяют узнать их отношение к прошедшей игре и т.д.

Художественно-публицистический способ в современной спортивной журналистике представлен на страницах периодики в форме колумнистики. Можно сказать, что авторская колонка в журнале или газете – это высшая форма проявления мастерства спортивного журналиста. Набор требований, предъявляемый к колумнистам (в России все же чаще говорят – спортивным обозревателям), широк и включает в себя, наравне с информированностью, умение анализировать ситуацию и прогнозировать ее развитие, наличие ярко выраженной позиции, владение собственным оригинальным стилем,

определенный авторитет и опыт работы в спортивной сфере. Публикации, которые можно отнести к жанру колонки, должны содержать обоснованное, аргументированное и занимательное изложение авторской точки зрения. Яркий пример качественной спортивной публицистики в современной российской прессе – это колонки Юрия Цыбанева в «Советском спорте», Елены Вайцеховской и Александра Беленького в «Спорт-Экспрессе».

Таким образом, подводя итог данному параграфу, могут быть и другие подходы к делению спортивных журналистских медиатекстов. Так, К. А. Алексеев считает возможным деления на материалы, посвященные классическим видам спорта или экстремальному спорту; профессиональному, любительскому или уличному. Но приоритетным, все же, остается деление на жанры, несмотря на их способности к слиянию и растворению друг в друге [2].

3 Своеобразие освещения спортивных тем и проблем (на примере газеты «Известия Мордовии»)

3.1 Спортивная тематика в пространстве средств массовой информации Республики Мордовия

Важнейшую роль в обеспечении спортивной коммуникации играют средства массовой информации [9]. Массмедиа рассказывают аудитории обо всех аспектах спортивной деятельности: результатах соревнований, физической и тактической подготовке, преодолении сложностей, личной жизни спортсменов. Именно СМИ формируют представления людей о спорте. Публикации в прессе популяризируют многие виды спорта, благодаря чему появляются новые источники их финансирования и целые программы поддержки спортсменов, создан конвейер рекламы выдающихся спортсменов. Без всего этого спорт не представлял бы такой значимости.

Прерогатива в раскрытии спортивной темы оставалась сначала за столичной прессой, так как провинциальная зарождалась постепенно [11]. Сегодня при анализе отечественного рынка СМИ мы наблюдаем, что в регионах ситуация практически не изменилась. Далек не каждый субъект РФ выпускает в своем медиапространстве специализированное спортивное издание. Так, к примеру, в Республике Мордовия в настоящее время не существует подобной периодики. При этом попытки создать спортивную газету на территории региона предпринимались не раз. Ярким представителем данной инициативы был В. Е. Старцев (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

Валерий Егорович – первый историк мордовского футбола, автор-составитель программ к матчам главной футбольной команды Мордовии, инициатор выпуска первых спортивных газет в регионе, член комиссии пропаганды Федерации футбола МАССР, а также автор множества заметок о спорте на страницах газеты «Советская Мордовия». Изучая публикации

В. Е. Старцева, можно обнаружить тот факт, что иногда автор подписывал медиатексты под псевдонимом С. Егоров. К примеру, статья, опубликованная в номере от 2 июля 1991 г. в рубрике «Футбол. Вторая лига» под названием «Разошлись миром» подписана именно этим псевдонимом.

1991 год для спортивной журналистики Республики Мордовии был ознаменован историческим событием. Помимо того, что тогда футбольная команда «Светотехника» добилась своего наивысшего достижения применительно к советской эпохе, заняв высокое 2-е место в зональном турнире второй лиги, по ходу данного футбольного сезона, в мае, вышло первое специализированное спортивное издание «В Атаку!». На первой полосе к читателям обращается сам В. Е. Старцев: «Сегодня Вы держите в руках номер футбольной газеты, впервые выпущенной за многолетнюю историю республиканского футбола и приуроченную к 30-летнему юбилею рождения саранской команды мастеров. <...> Сообщайте о пожеланиях, советах, предложениях, просьбах по адресу...» [58].

Первый пробный выпуск газеты был издан футбольным клубом мастеров «Светотехника» совместно с редакцией «Советская Мордовия» в очень трудных экономических условиях. Розничная цена этого номера составляла 65 копеек. Как отмечал сам издатель, «ради интереса футбола и дорогих болельщиков пошли на этот дорогостоящий (рекламной платой) выпуск, не суливший какой-либо финансовой выгоды <...>, но с надеждой, что это окупится в дальнейшем» [58, с. 1].

К сожалению, данный выпуск так и остался в истории своего существования единственным. Спустя несколько лет, в апреле 1994 г., под руководством пресс-атташе ФК «Светотехника» В. Е. Старцева вышел в свет первый номер спортивной газеты «Футбол плюс». Данное издание являлось ежемесячным совместным выпуском газеты «Республика молодая» и футбольного клуба «Светотехника» (Саранск).

С целью исключить излишние вопросы спортивной общественности, в № 1 «Футбола плюс» от апреля 1994 г. на первой полосе, в обращении к

читателям, дается пояснение к названию издания: «и пусть не смущают Вас факт превалирования в названии газеты «короля спортивных игр» – футбола. В публикациях ему, конечно же, будет уделяться повышенное внимание. Но путь на страницы нашей газеты широко открыт абсолютно всем видам спорта, культивируемым в Республике Мордовия, работам абсолютно всех журналистов и «внештатников», что выберут спортивную тематику» [24, с. 1].

Первый номер не претендовал на капитальную солидность по своему объему, содержанию и оформлению. Как отмечал Валерий Старцев, «в редакционном портфеле множество увлекательных и полезных для читателей планов, задумок, рубрик и публикаций» [24, с. 1]. В тот период главной задачей являлось завоевание симпатии спортивного читателя в республике. В 1994 г. вышло три номера данного издания. Цена еженедельника была договорной.

В 1995 г. издание приобрело не только периодичность – стало выходить раз в два месяца, но и свою аудиторию. В связи с тем, что в то время Интернет еще не был распространен и общедоступен, вокруг издания сформировался определенный круг единомышленников. В 1996 г. В. Е. Старцев, приобретя домашний компьютер, планировал перенести весь свой архив на дискеты, но не успел этого сделать. 10 ноября 1996 г. Валерий Егорович скоропостижно скончался в возрасте 49 лет.

Продолжить идеи футбольного архивариуса, переняв эстафетную палочку по выпуску издания, в полной мере не смог никто из желающих это сделать – ни ведущие спортивные журналисты, ни пресс-группа, работавшая на крупных спортивных событиях, проходивших на стадионе «Светотехника». Попытки присутствовали, но очень быстро сходили на «нет». Среди энтузиастов, желавших продолжить жизнь газете, можно выделить редактора отдела спорта газеты «Столица С» Андрея Мельникова. Именно он после смерти Старцева выпустил следующий номер «Футбола плюс». Позже, на волне мотогонимого бума в регионе (когда за Мордовию выступали все сильнейшие «рыцари кольца скорости»), в зимнее время, специально к соревнованиям, готовились новые

выпуски «Футбола плюс» – в основном, по инициативе и с участием известного стадионного диктора Владимира Шорчева. Было принято решение сохранить название, которое пришлось по душе многим. Хотя издание все больше стало напоминать сопроводительную информационно-справочную литературу, привязанную к конкретным соревнованиям.

Последняя попытка создать спортивную газету в Республике Мордовия была предпринята в начале апреля 2011 г. Идея исходила от известного журналиста и преподавателя Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева А. В. Дубровского. Но этот проект ограничился всего лишь тремя выпусками под названием «Спортивная Мордовия». Закрытие газеты было связано с тем, что инвесторы (рекламодатели) не сдержали свое слово. Увидим ли мы когда-нибудь еще специализированное спортивное издание в Мордовии – как, к примеру, выводимое в соседних Ульяновске (газета «Чемпион») или в Нижнем Новгороде («Футбол-Хоккей НН»)?! Этот вопрос по-прежнему актуален, но остается открытым.

Во многих регионах, включая Республику Мордовия, тема спорта прижилась в содержании изданий общей тематики. Наиболее часто спортивная информация располагается, как отмечают К. А. Алексеева и С. Н. Ильченко [Приложение В], «в виде разделов, полос, вкладок, специальных выпусков и отдельных публикаций, предназначенных для тех многочисленных поклонников спорта, чей интерес достаточно избирателен, непостоянен и ограничивается лишь наиболее крупными и значительными спортивными событиями и результатами» [2, с. 228].

В Республике Мордовия внимание спортивным событиям в различных масштабах уделяют на сегодняшний день такие печатные издания, как ежедневная газета «Известия Мордовии» (выходит по вторникам, средам и пятницам) и еженедельники – «Вечерний Саранск», «Столица С», «ТВ-неделя», «ТелеСемь». Материалы по спортивной тематике выходят и в районных газетах – в регионе выпускается 22 (двадцать два) подобных издания [Приложение Д]. Лучшими по полноте освещения темы среди печатных СМИ

нашей республики являются два еженедельника – «Вечерний Саранск» и «Столица С». При этом подход к данной теме у двух ведущих изданий абсолютно разный. Если «столичники» делают упор, в основном, на интерактивную группу жанров, то «Вечерка», в свою очередь, больше тяготеет к информационно-аналитической группе жанров. Оба подхода имеют право на жизнь, потому что равноценно прижились в среде спортивных болельщиков Мордовии [19].

На местном телевидении положение дел в сфере освещения спорта следующее. В Мордовии успешно функционируют, как отмечает А. С. Грызунова [19], три региональных телеканала – филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Мордовия», АНО «Народное Телевидение Мордовии» (НТМ) и частный «ТелеСеть Мордовии (10 канал)», размещающий свои программы на общедоверальном канале РЕН-ТВ. Третий из них определенно является ведущим, если говорить об освещении материалов спортивной тематики. Но постепенно достойную конкуренцию им начинает составлять программа «Спорт. Итоги недели», выходящая на НТМ с осени 2017 г. В 2018 г. данная передача сменила название и теперь именуется «Рекорд на Record'е». 28 марта 2015 г. в республике – на частоте 104,5 FM – впервые начала свое вещание спортивная радиостанция «Старт-FM», также являющаяся частной. В ее эфире выходят такие программы, как «Спорткомитет» и «Точка зрения».

Журналистов, специализирующихся преимущественно на спортивной тематике, на сегодняшний день в Республике Мордовия всего семеро – это Евгений Сулейманов («Вечерний Саранск»), Евгений Наумов («Столица С»), Владимир Кириллов и Александра Грызунова («Известия Мордовии»), Денис Гарин («ТелеСеть Мордовии (10 канал)» и радио «Старт-FM»), Никита Борискин и Максим Тузин (АНО «Народное телевидение Мордовии»).

На сегодняшний день одним из ведущих периодических изданий в Республике Мордовия является еженедельник «Вечерний Саранск». Информационно-аналитическое обозрение появилось в 1992 г. Днем рождения издания считается 4 ноября – дата выхода первого номера. Изначально эта

газета, как и другое видное издание нашего региона «Столица С», являлась коммерческим проектом. Несмотря на то, что газета определяет себя как информационно-аналитическое обозрение, не по всем направлениям до дня сегодняшнего сохранилась данная специализация. В полной мере она была выдержана лишь на этапе становления – в начальные три-четыре года работы. Если же говорить отдельно о рубрике «Спорт», то необходимо подчеркнуть, что в первые три года выхода газеты спортивные события на ее страницах практически никак не освещались, либо это делалось время от времени, по желанию некоторых авторов из числа заядлых болельщиков. В полноценном формате данная рубрика появилась в «Вечернем Саранске» в 1995 г. Сначала это было всего полполосы, а затем полоса, с 2000 г. – две полосы (мордовский спорт + российский). Начиная с 2007 г., спорту в издании начали уделять не менее трех полос, и порой их число доходило до шести полос в номере. В последние три года спортивная тематика в «ВС» обычно занимает 3-4 полосы.

Основателем отдела спорта в газете является Александр Костин – известный журналист, большинство публикаций которого приходятся на 1990-е годы и первую половину 2000-х гг. В 2005 г. Александр Костин покинул сферу журналистики, передав рубрику «Спорт» Евгению Сулейманову, хорошо зарекомендовавшему себя на тот момент, как в роли ассистента, так и в самостоятельной работе по аналогичной тематике в газетах «Аргументы и Факты – Мордовия» и «Республика Молодая». Под чутким руководством Евгения Сулейманова в газете «Вечерний Саранск» буквально расцвела тема футбола – «игры с мячом номер один». При этом постоянное место на спортивных страницах имеют и другие виды спорта. В самой подаче медиатекстов практически всегда прослеживается оригинальный авторский почерк. Публикации неизменно наполнены чувством глубокого патриотизма к Мордовии – малой родине автора, и находят активный положительный отклик среди читателей.

Считается, что именно Евгений Сулейманов ввел в используемый футбольный лексикон определение «гвардеец» (для обозначения особо

авторитетных игроков), после чего многие местные СМИ стали его активно употреблять. Но, как уточняет сам Евгений Альбертович, данную формулировку он перенял у первого историка мордовского футбола Валерия Егоровича Старцева, который в своей информационно-справочной литературе и в программках, выходявших к матчам «Светотехники» в 1980-1990-е годы, данным термином конкретизировано обозначал футболистов, сыгравших за главную команду Мордовии сто и более матчей в чемпионатах страны [19].

Касаемо еженедельника «Столица С», можно сказать, что это издание считает днем своего рождения 21 октября 1992 г. Первым редактором отдела спорта в этой газете был Андрей Мельников, с августа 2001 г. – на данной должности работает Евгений Наумов. Последние годы в издании спортивная тематика освещается двумя журналистами и ей уделяется как минимум четыре полосы. В разное время Наумову помогали корреспонденты Роман Юнязов, Светлана Терентьева, а сейчас эту функцию выполняет Николай Кандышев. Традиционно в рубрике «Спорт» присутствует как минимум одно интервью, что является отличительным моментом в сравнении с «Вечерним Саранском».

Остальные издания публикуют спортивную информацию от случая к случаю, чаще всего прибегая к такой форме, как заметка либо репортаж. А вот ежедневно общественно-политическая газета «Известия Мордовии» несмотря на тот факт, что выходит три раза в неделю, отстает от еженедельников. На сегодняшний день это стало наиболее остро заметно. Подробнее об этом мы расскажем в следующем параграфе.

3.2 Освещение спортивных тем и проблем в газете «Известия Мордовии»

«Известия Мордовии» – старейшая и единственная ежедневная общественно-политическая газета Республики Мордовия. Ее первый номер был

издан 28 августа 1918 г. Газета выходила в свет под разными названиями: «Известия Саранского Совета рабочих, крестьянских и красноармейских депутатов», «Саранская правда», «Пролетарская газета», «Трудовая жизнь», «Красное Знамя», «Завод и пашня», «Красная Мордовия», «Советская Мордовия», с марта 1994 г. – выходит под нынешним названием. Учредителями газеты «Известия Мордовии» являются Государственное Собрание Республики Мордовия, Правительство Республики Мордовия и коллектив редакции.

К сожалению, история не сохранила имени первого редактора газеты. Но известно, что самое продолжительное время, 21 год, газету «Советская Мордовия» редактировал П. В. Шавензов. Его сменил М. Н. Олухов, далее главными редакторами были А. А. Утешев, А. М. Пыков, А. Ф. Столяров, А. И. Пудин, В. В. Маресьев. Сейчас во главе редакции О. А. Каштанов – тридцать первый по счету редактор за все время существования газеты.

Известно, что первые номера издания выходили попеременно в частных саранских типографиях Кожевникова и братьев Сыромятниковых. Правда, теперь уже сложно выяснить, каким тиражом, поскольку такие данные тогда еще не указывались. Интересно, что первым редактором «Известий Саранского Совета крестьянских, рабочих и красноармейских депутатов» был внучатый племянник известного российского историка, профессора Московского университета Василия Осиповича Ключевского, внук родной сестры Елизаветы и пензенского священника И. В. Вирганского – Виктор Николаевич Вирганский. Как пояснила нам в личной беседе заведующая историческим отделом Мордовского краеведческого музея Светлана Телина, вместе с ним в газете работал его младший брат Борис.

История «Известий Мордовии» – это история республики, отраженная на газетной полосе, изложенная языком журналистики. Газета всегда остро чувствовала время, шла в ногу с эпохой, жила проблемами и успехами своих современников. В истории газеты, как и в обществе, были трудные годы, когда приходилось пересматривать формы и методы работы. Но, пройдя через поиски

и испытания, газета сохранила свое лицо, приумножая богатые традиции, заложенные сто лет назад.

Газета награждена орденом «Знак Почета», удостоена многих наград советского периода, неоднократно становилась победителем Всесоюзных, Всероссийских, региональных и республиканских журналистских и отраслевых конкурсов.

На сегодняшний день выпуски «Известий Мордовии» выходят три раза в неделю. Совокупный тираж газеты – по вторникам, четвергам и пятницам – около 20 тыс. экземпляров. По средам газета выходит в цвете на 24-х страницах. «Известия Мордовии» имеют самый большой подписной тираж и распространяются в районах республики. В редакционном коллективе работают высокопрофессиональные, лучшие в республике журналисты, многие из которых удостоены федеральных наград. В их числе – Ирина Злобина, Ольга Киреева, Валентин Пиняев, Александр Ефремов, Татьяна Никитина и Ирина Мазина. Среди её читателей – руководители и специалисты министерств и ведомств, предприятий и организаций, предприниматели и педагоги, ветераны войны и труда, словом, самые широкие слои населения республики.

Издание широко освещает политическую, социально-экономическую и культурную жизнь республики, публикует официальные документы, принимаемые органами всех ветвей власти республики, рассказывает о ветеранском движении, о лучших людях Мордовии. Если говорить непосредственно о спортивной тематике, то специализированного отдела, вплоть до 1997–1998 гг., в «Известиях Мордовии» не существовало. Периодически на страницах газеты появлялись заметки, упомянутые в предыдущем параграфе. Постоянным автором таких публикаций становился Валерий Старцев. Наряду с ним, тягу к перу проявляли другие активисты мордовского спорта. В основном, это были репортажи о спортивных событиях, а также элементы аналитики применительно к итогам соревнований различного уровня. Так, к примеру, в номере от 18 июля 1991 г. опубликован материал В. Е. Старцева под названием «Пробились в финал», в котором присутствуют

следующие строки: «Во второй раз воспитанники ДЮСШ СПО «Лисма» завоевали почетное право выступать в восьмерке сильнейших юношеских футбольных команд России. Вспомнив, что впервые такого успеха добились подопечные тренера Н. С. Зайкина. Более того, в сезоне 1988 г. они стали чемпионами! И вот на этот раз «сквозь трении к звездам» пробилась дружина старших юношей – команда тренера Ю. И. Уткина <...> Наверняка и этот «выпускной бал» откроет нашему футболу и болельщикам новых Никулиных, Федосовых, Смирновых... А на подходе к выпускным рубежам по-прежнему тесно: ведь уже в августе старт примет новый осенне-весенний чемпионат России 1991–1992 гг., где предстоит выступать очередному отряду юных футболистов нашей республики».

Специализированный отдел спорта появился в газете «Известия Мордовии» несколько позднее, нежели аналогичные отделы у еженедельников «Вечерний Саранск» и «Столица С» (в двух молодых, но уже популярных к тому времени изданиях это произошло в 1995 г.). Первым, кто начал работать в отделе спорта «Известий Мордовии», был журналист Евгений Кузин, о котором в настоящее время мало, что известно. В начале 2000-х гг. спортивный отдел возглавил Владимир Кириллов, работающий на данном направлении и по сей день. Его раннее творчество наполнено поисками интересных форм и тем. Необходимо отметить и тот факт, что изначально этот журналист работал на политическом направлении, к которому периодически возвращается. Вполне возможно, именно это обстоятельство и послужило первопричиной тому, что его спортивные публикации с течением лет стали отличаться сухостью, и в них крайне редко можно уследить по-настоящему авторскую составляющую. Например, заметка, опубликованная на сайте газеты «Известия Мордовии» 9 февраля 2017 г., выглядит следующим образом: «9 февраля в Хохфильцене (Австрия) стартовал чемпиона мира по биатлону. В смешанной эстафете сборная России в составе Ольги Подчуфаровой, Татьяны Акимовой, Александра Логинова и Антона Шипулина завоевала бронзовые медали. Представительница СШОР Мордовии по зимним видам спорта Ольга

Подчуфарова бежала первый этап. На огневых рубежах она отстрелялась чисто, а вот ходом немного уступила главным конкуренткам. Палочкой-выручалочкой сборной России стал Антон Шипулин, который блестяще выступил на заключительном этапе эстафеты. Для Ольги Подчуфаровой эта медаль стала первой за время ее выступлений на чемпионатах мира» [41].

Анализируя газетные полосы «Известий Мордовии» за последние пять лет, мы видим, что при верстке своих материалов автор старается использовать большого размера фотографии, а также уменьшает объем текста за счет размещения турнирных таблиц и всевозможных «врезок». К примеру, в № 104 от 26 сентября 2018 г. – «Футбол. Первенство ФНЛ», «Хоккей. Первенство ВХЛ» и т.д. [12, с. 21].

Владимир Кириллов – не единственный журналист, кто освещает в «Известиях Мордовии» спортивные события. Традиционно, на протяжении многих лет, про фигурное катание на страницах данного издания пишет исключительно редактор отдела культуры Мила Мельникова. В конце 2018 г. М. Мельникова работала на проходившем в Саранске Чемпионате России по фигурному катанию. Благодаря сайту газеты, поклонники данного вида могли следить за ходом соревнований в режиме реального времени – через материалы указанного автора. Опубликованный 20 декабря 2018 г. медиатекст позволяет аудитории оказаться в гуще событий: «Болельщиков, заполнивших трибуны саранского Ледового дворца, именитых и действующих отечественных фигуристов приветствовал Глава Мордовии Владимир Волков:

– Для нас большая честь уже в третий раз принимать у себя столь престижные соревнования. Такое доверие свидетельствует о признании заслуг нашей республики в различных видах спорта. Фигурное катание у нас в регионе начало развиваться лишь десять лет назад. Но уже имеются хорошие результаты. Подтверждением тому служит участие воспитанника мордовской школы фигурного катания Вячеслава Катичева в этом чемпионате страны, – отметил Глава РМ. – В Мордовии создана отличная спортивная инфраструктура. Сейчас в регионе помимо этого Ледового дворца работают

9 крытых ледовых арен. Скоро еще одна современная арена появится в Универсальном зале в Саранске. Его трибуны будут вмещать около 8 тысяч человек. И мы будем рады снова видеть всех вас в Саранске!

Глава республики пожелал участникам чемпионата честной, бескомпромиссной борьбы. И пусть саранский лед принесет спортсменам удачу! Заслуженный тренер СССР Татьяна Тарасова призналась: «Мы не впервые как гости приезжаем в Саранск, но чувствуем себя здесь как дома. Здесь уже с успехом проводились состязания российского и международного уровня. И на этот раз саранская публика увидит выступления отечественных фигуристов мирового уровня. Этот чемпионат – самый ответственный для наших спортсменов. Потому что по его итогам будет сформирована команда страны, которая будет защищать спортивную честь России в Европе и мире» [12].

Новый виток в истории освещения спортивных событий в издании приходится на момент создания полноценного сайта «Известий Мордовии» – со своими уникальными медиатекстами, а не только материалами из газеты [Приложение Ж]. С декабря 2014 г. новая платформа стала отличаться от привычного вида, и постепенно на ней были опробованы совершенно новые для региона методы подачи информации (применительно к спорту – прежде всего, текстовые онлайн-трансляции с футбольных матчей). Данный формат был предложен новым сотрудником отдела сайта Александрой Грызуновой. Впоследствии она стала единственным автором данного проекта, проведя порядка 10-ти онлайн-трансляций с матчами футбольного клуба «Мордовия» в Премьер-лиге. Счетчики, установленные на каждой странице сайта, позволяли увидеть заинтересованность аудитории. Однако из-за возникших технических проблем на сайте данный проект пришлось приостановить.

Позже сайт пережил два ребрендинга, последний из которых датирован концом юбилейного для редакции 2018 г. Благодаря многочисленным трансформациям сайта, журналисты редакции (в частности, пишущие о спорте) стали работать намного оперативнее, чем раньше, стараясь как можно быстрее

передать информацию с места событий. При этом переучить журналистов, привыкших работать для печатной версии, было очень непростым занятием.

Долгое время не существовало разделения обязанностей внутри отдела спорта «Известий Мордовии». Это произошло лишь в октябре 2018 года. Так, например, хоккейный клуб остался за редактором отдела Владимиром Кирилловым, а деятельность футбольного клуба было поручено освещать Александре Грызуновой. Это позволило корреспондентам точно сосредоточиться на своих отдельно взятых участках работы, благодаря чему каждый клуб получил более пристальное внимание со стороны издания.

Специфика «Известий Мордовии», их общественно-политическая модель, зачастую отражается и на публикуемых материалах. Например, скандальная тема с допингом в российской легкой атлетике практически не нашла отражения на страницах данного издания. Позже наблюдались лишь заметки, посвященные противодействию распространения допинга в спорте. В качестве примера приведем медиатекст, опубликованный на сайте газеты под названием «В Мордовии антидопинговой работе уделяется большое внимание» от 9 июня 2017 г.: «В нашей республике реализуется дополнительная общеразвивающая программа «Профилактика применения допинга», рекомендованная для образовательных организаций, – рассказывает начальник отдела антидопингового и информационного обеспечения ГБУ РМ «Центр спортивной подготовки» Екатерина Орлова <...> Противодействие допингу предполагает работу в различных направлениях: совершенствование методов антидопингового контроля, разработка нормативной базы и т.д. Не менее актуально и такое направление деятельности, как создание и реализация обучающих и воспитательных программ, формирующих установку о недопустимости допингов и раскрывающих другие возможности для обеспечения роста спортивных результатов <...> Журналисты «ИМ» побывали на одном из таких семинаров. Его участниками выступили спортсмены СШОР по теннису Ш. А. Тарпищева. Для самых юных дарований это мероприятие

проходит, как правило, в игровой форме, с теми, кто постарше – в деловом формате с обязательным фото- и видеорядом».

Отсутствие аналитики в спортивных публикациях напрямую ведет к тому, что читатель теряет к ним интерес. Такие материалы однозначно выглядят пресными, а, следовательно, не способны завоевать внимание читателей.

О том, как общественно-политическая ежедневная газета «Известия Мордовии» справилась с освещением крупных мировых футбольных турниров, будучи представителем региональной прессы, мы рассмотрим в следующем параграфе.

3.3 Специфика освещения Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ журналистами газеты «Известия Мордовии»

Спортивные соревнования разного уровня и масштаба привлекали внимание аудитории с древних времен, когда возникли первые состязания - как способ выявления наиболее сильных, ловких и умелых [13]. Средства массовой информации с самого своего создания уделяли пристальное внимание результатам таких соревнований, информируя общество о победителях и призерах, организаторах и участниках, преуспевших и проигравших. Спортивная медиакоммуникация, как один из видов коммуникации, была охарактеризована в работах зарубежных ученых еще в конце 60-х – начале 70-х гг. прошлого столетия, когда впервые внимание было обращено на характер взаимодействия между средствами массовой информации и спортом. Примерно в середине 1970–1980-х гг. серьезные попытки в изучении спортивной медиакоммуникации стали предприниматься и в отечественной науке. К их

числу относятся работы П. А. Виноградова, А. В. Оганесяна, В. С. Родиченко, А. В. Седова, Е. А. Войтик [10], И. Е. Ивановой [26] и других авторов.

Современный спорт принято условно делить на три категории: 1) массовый спорт; 2) профессиональный спорт; 3) спорт высших достижений [8]. Спортивная информация тесно связана с понятиями информационные потребности и тематические интересы. Потребности в такой информации социальны по своей природе и обуславливаются в первую очередь содержанием, структурой исследуемой сферы общества. Как пишет французский социолог П. Бурдьё, «нельзя изучать спортивное потребление <...> независимо от продуктового потребления или досугового потребления в целом» [5]. Поэтому тематические интересы являются субъективным отражением и выражением информационных потребностей.

Проведение Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г. в России подарило нашей стране не только современную инфраструктуру в городах-организаторах, но и новые тенденции к развитию журналистики, преимущество спортивной. Что примечательно, ровно за 60 лет до этого отечественные СМИ провели свои первые репортажи с мирового футбольного чемпионата. Произошло это одновременно с дебютным выступлением сборной СССР – на турнире 1958 года в Швеции.

Летом 2018 г. Россия впервые в истории стала страной-хозяйкой масштабного футбольного турнира. В отличие от опыта большинства других стран, принимавших мундиаль, большой акцент был сделан на освещении самой подготовки к мировому чемпионату. В этих целях были созданы сразу два солидных портала: официальный сайт турнира под эгидой Международной федерации футбола – FIFA World Cup 2018 Russia [39], а также туристический портал ЧМ–2018 [40].

Р. М. Гатаулин считает, что «любое крупное спортивное событие, например, Чемпионат мира по футболу, служит своего рода барометром или катализатором уровня спортивных комментариев» [14]. Все крупнейшие спортивные медиа-холдинги нашей страны представили своей аудитории

специализированные разделы, посвященные Чемпионату мира по футболу FIFA 2018 в России. Ярким примером этому может служить страница ЧМ–2018 (<https://www.sovsport.ru/world-cup>) на официальном сайте «Советского спорта» – старейшего из ныне действующих спортивных периодических изданий нашей страны (дата выхода первого номера – 20 июля 1924 г.). Невзирая на почтенный возраст, издание активно привлекает целевую аудиторию на собственные ресурсы в интернете. В дни российского мундиала в специальном разделе можно было ознакомиться с весьма эмоциональными заметками, которые увлекали оригинальным стилем и простотой изложения одновременно. Отличительной чертой выставяемого контента стала работа в группах. Одни репортеры были заняты описанием происходящего на чаше стадиона, другие – освещали городской антураж, предварявший проведение матчей. Данной схемой пользовались практически все издания, разница наблюдалась лишь в количестве задействованных журналистов и в жанровой подаче.

Еще в преддверии ЧМ–2018 российская пресса широко и подробно освещала его «генеральные репетиции». Ни одно сопутствующее мероприятие не ускользнуло от пристального внимания СМИ, а такие грандиозные события, как Кубок Конфедераций FIFA 2017 и Финальная жеребьевка Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России, получали масштабное информационное сопровождение – как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Впрочем, как показала практика, прикоснуться к глобальной мировой истории было не так просто. Процесс аккредитации журналистов на главное футбольное событие четырехлетия Международная федерация футбола традиционно считается насыщенным и трудоемким. Как пишет А. С. Грызунова, свое желание на соискание мест на медиатрибунах и позициях для фотосъемки необходимо было обозначить за два с половиной года до старта чемпионата, а затем постараться охватить как можно больше мероприятий, напрямую связанных с проведением турнира. При этом буквально до последнего момента не было ясно, получит ли заявка одобрение FIFA.

Сообщалось только о том, что наблюдается повсеместный повышенный интерес, в связи с чем необходимо запастись терпением в ожидании окончательного решения. Однако даже наличие именного бэйджа не являлось последним пунктом аккредитационного марафона и отнюдь не гарантировало возможность посещения каждого из запланированных матчей. Необходимо было дожидаться письма на электронную почту с указанием конкретного места на медиа-трибуне. Оповещения приходили лишь за два-три дня до матча. Если же этого не случалось, приходилось бронировать свободные квоты накануне игры – в порядке живой очереди в медиа-центре стадиона. Вместе со специальными билетами, в дополнение к аккредитации FIFA, предоставлялся доступ на послематчевые мероприятия. Необходимо было выбрать между пресс-конференцией и микст-зоной, где футболисты общались с журналистами на полпути между раздевалкой и автобусом [18].

В России так же, как и в других странах мира, широко развита спортивная печать – газеты, журналы, бюллетени и другие периодические издания, основной задачей которых является пропаганда спорта, физической культуры и здорового образа жизни [10]. Но если на федеральном уровне подобные издания присутствуют в достаточном количестве, то в регионах, как правило, они встречаются редко. Так, к примеру, как мы уже говорили ранее, в Республике Мордовия до сих пор не существует специализированного спортивного издания. Между тем, при анализе рынка средств массовой информации Мордовии можно заметить характерную черту – спортивная тематика пользуется популярностью и доверием в периодических изданиях. В ведущих газетах под нее стабильно отводится от двух до пяти полос. Безусловно, в момент проведения крупных спортивных мероприятий в регионе спорту, и конкретно футболу, предоставлялось дополнительное пространство, а анонсы ключевых событий выходили на передовицах. Все это говорит о высокой заинтересованности и понимании важности происходящего редакционным составом изданий, а также о продуктивной позиции руководства республики, уделяющего развитию спорта внутри региона обособленное

внимание. Лучшими по полноте освещения спорта среди печатных СМИ в Республике Мордовия, как мы обозначили выше, можно назвать два еженедельника – «Вечерний Саранск» и «Столицу С».

В современном мире все большее предпочтение отдается электронным СМИ. Данная тенденция прослеживается и на территории Республики Мордовия. В ходе анализа медиатекстов мы выяснили, что решение о включении Саранска в список 11-ти городов-организаторов Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России дало существенный толчок к развитию электронных версий печатных периодических изданий. Это обстоятельство вполне можно расценивать как цифровую трансформацию журналистики в регионе, ее движение к более прогрессивным мультимедийным и конвергентным образцам. Одна из главных проблем, которая стояла перед руководителями печатных СМИ, решивших покорять электронное пространство – это различный подход к работе у журналистов печатных и электронных СМИ. Различие заключается не только в формате публикаций, но и в оперативности написания, что напрямую отражается на стиле и подаче материалов [28]. Мобильность и оперативность играет огромную роль в современной журналистике. Основной задачей было научить газетчиков в преддверии Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России готовить полноценный (и что не менее важно, качественный контент), поступающий в глобальную сеть в режиме реального времени.

За сравнительно небольшой отрезок времени наиболее плавно переучить свой редакционный коллектив удалось, на наш взгляд, ежедневной общественно-политической газете «Известия Мордовии». Наблюдая становление нового витка вековой истории данного печатного бренда, можно отметить, как положительные, так и негативные моменты произошедшего перевоплощения. С целью увеличения посещаемости, являющейся одним из ключевых показателей эффективности работы интернет-портала, «ИМ» стали прибегать к тизерам для создания интриги, что не вызвало восторг постоянной аудитории, привыкшей к совершенно иному подходу. Но в то же время это

позволило привлечь потенциально нового читателя. Другим положительным моментом, произошедшим вследствие изменений, стало создание тематических лонгридов, что позволило удержать внимание аудитории на более длительный срок. Применить данный инструмент на сайте газеты в русле ЧМ–2018, а также проверить готовность редакционного состава позволило проведение Кубка Конфедераций FIFA 2017. Редакция представила на суд пользователей своего сайта лонгрид под названием «Казань в дни матчей Кубка Конфедераций – глазами журналистов «ИМ» [30], где явно прослеживалась попытка эффективной коммуникации (ПРИЛОЖЕНИЕ И). Такой подход вызвал живой положительный отклик, в том числе – в аккаунтах издания в социальных сетях. Однако в дальнейшем этот прием в его полноценном виде не прижился. Попытки сделать нечто подобное во время проведения мундиала выглядели не столь масштабно. К примеру, еженедельник «Столица С» повторно опробовал данный маневр и в печатной версии газеты вышел обобщенный материал о ЧМ–2018 под названием «4 матча, которые потрясли Саранск» [60, с. 42–43.]. К электронным средствам массовой информации, наряду с интернет-источниками, относятся радио и телевидение. Но возможность работать непосредственно на матчах Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России была представлена только журналистам ВГТРК «Россия» (по федеральной линии). Остальные телекомпании вынуждены были освещать лишь то, что происходило вокруг матчей, так как снимать на стадионе правилами FIFA им не разрешалось. Справедливости ради необходимо сказать, что, несмотря на существовавший запрет, каждый телеканал смог передать в своих эфирах неподдельные эмоции и тот потрясающий драйв, что царил вне стадиона.

На радиостанции «Старт-FM» в эфире выходят две занимательные программы – «Спорткомитет» и «Точка зрения». В дни проведения ЧМ–2018 эфиры были посвящены исключительно главному событию, стихийно захватившему город Саранск. Наиболее ярко на примере данных эфиров можно было проследить модель «двухступенчатого потока коммуникации», разработанную П. Ф. Лазарсфельдом в конце 1940-х гг. и ее дальнейшие

модификации. В результате обозначенных исследований, напомним, было установлено, что прямого влияния СМИ на аудиторию не происходит. Воздействие опосредуется межличностной коммуникацией, т.е. от средств массовой коммуникации идеи распространяются к «лидерам мнений», а уже через них – ко всей остальной аудитории. Гости, приглашаемые в студию к известным в Республике Мордовия журналистам Денису Гарину и Эльдару Галееву для обсуждения происходящего на ЧМ–2018, как раз и выступали «лидерами мнения». Это позволяло влиять на аудиторию и отчасти менять ее мнение, а также популяризировать интерес к мундиалу как к объекту важного наследия (не только для региона, но и для страны в целом).

О важности проведения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в нашей стране в средствах массовой информации сообщалось заблаговременно. По подшивкам печатных изданий Мордовии – с момента решения о присуждении Саранску статуса города-организатора и до открытия фестиваля болельщиков FIFA Fan Fest – детально прослеживаются все этапы подготовки к проведению масштабного футбольного праздника (от сообщений со всевозможных совещаний по решению различного рода проблем до возведения стадиона «Мордовия Арена»). К примеру, еженедельник «Вечерний Саранск» на своих спортивных страницах дал развернутое представление восьми командам, которым волею жребия предстояло сыграть в столице Мордовии. Открывал цикл публикаций «Они приедут в Саранск» – материал о сборной Перу под названием «Потомки воинственных инков» [53, с. 46–47]. Редактор отдела спорта Евгений Сулейманов в присущей только ему авторской манере провел параллель между историей и современностью перуанской команды. Попутно читателям предлагалось ознакомиться с интересными фактами, способными заинтересовать не только людей, разбирающихся в футболе, но и простых обывателей. Заключительный материал серии вышел в № 22 (1344) от 6 июня 2018 г. (стр. 44–45), и был посвящен самой топовой из команд – сборной Португалии. Все вышеперечисленное подчеркивает высокую квалификацию региональных журналистов, достойный уровень их подготовленности к

мундиалю. Например, по мнению исследователя Р. Л. Гутцайт: «В ситуативном футбольном комментарии оценка «плохо – хорошо» основывается не только на логических критериях, но и на эмоциях, которые испытывает комментатор» [23].

Для того, чтобы рассмотреть особенности освещения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России в СМИ Республики Мордовия, помимо уже озвученных, остановимся на трех главных изданиях – «Известия Мордовии», «Вечерний Саранск» и «Столица С». Последние два из них выходят с периодичностью один раз в неделю (в среду и во вторник соответственно), первое – трижды в неделю (по вторникам, средам и пятницам). Каждая из газет имеет электронную версию. Одним из ключевых отличий является подход к освещению матчей Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. Если еженедельники помимо атмосферы вокруг турнира затрагивали основную составляющую матчей на стадионе «Мордовия Арена» (непосредственно сам футбол), то «Известия Мордовии» ставили перед собой иную задачу. Так, в газете «Известия Мордовии» номере № 73 (25682) от 17 июля 2018 г. в материале «Работа СМИ на чемпионате заслужила высокую оценку» была обозначена позиция руководства издания относительно освещения мундиалю. По словам генерального директора – главного редактора АУ «Известия Мордовии» Олега Каштанова, накануне чемпионата мира перед журналистами ставилась задача писать не столько про матчи (а также отражать их статистику), сколько про реакцию гостей и жителей столицы республики. Именно это и было воплощено на полосах печатного издания. Анализируя выпуски «ИМ» за время ЧМ–2018, можно прийти к выводу, что информация о том, что происходило по ходу матчей непосредственно на поле, была минимизирована. Еженедельники выбрали другую стратегию информационного освещения, предоставив достаточно места и для атмосферы праздника, и непосредственно для отчетов с матчей. Для подробного изложения происходящего на стадионе, оба еженедельника использовали развороты, дополняя текст фотоиллюстрациями надлежащего качества. Для наглядного примера можно

обратиться к № 24 (1346) «Вечернего Саранска» от 21 июня 2018 г. к материалу «Самурайское счастье» (стр. 48–49) и к номеру № 26 (1340) «Столицы С» от 26 июня 2018 г. к публикации под названием «VERY Матч» (стр. 42–43). Каждое из рассматриваемых изданий по-разному представлено в интернет-пространстве. Менее активным на сегодняшний день является аналитическое обозрение «Вечерний Саранск» (<http://www.vsar.ru>), но в дни проведения матчей небольшие отчеты о них появлялись, в том числе и на сайте издания. В оперативной подаче новостей в Интернет между собой конкурируют сайты газет «Известия Мордовии» и «Столица С».

Еженедельник «Столица С» (<https://stolica-s.su>) в освещении событий Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России решил использовать на своем электронном ресурсе программу для текстовых онлайн-трансляций, что можно считать одной из самых удачных форм для своевременных сообщений. Впрочем, для мордовской журналистики это отнюдь не новый, а хорошо забытый прием. Ранее, в 2015 году, онлайн с матчей футбольного клуба «Мордовия» в Премьер-лиге проводили «Известия Мордовии». А однажды текстовая онлайн-трансляция велась с церемонии оглашения ежегодного Послания Главы Республики Мордовия Государственному собранию РМ. Все это указывает на то, что руководство еженедельника «Столица С» старается грамотно развивать свое издание, извлекая все лучшее, в том числе, и из опыта своих коллег. Итоговые публикации по матчам ЧМ-2018, проходившим в Саранске, в пространстве глобальной сети выходили с интервалом не позже 15-20 минут после финального свистка арбитра.

На официальном сайте «Известий Мордовии» (<https://izvmor.ru>) выкладывались отчеты с предматчевых пресс-конференций и фоторепортажи с предматчевых тренировок, а сами дни больших футбольных сражений превращались в текстовую онлайн-трансляцию, но несколько иного формата, нежели в «Столице С». Редакционный состав публиковал новости о происходящем на подступах к стадиону и любопытные заметки по ходу матча, композиционно разделив его на 5 составных частей – дебютная

двадцатиминутка, перерыв, итоговый отчет, пресс-конференция тренера номинальных хозяев и пресс-конференция тренера номинальных гостей. Как правило, на подобных мероприятиях присутствовали и ведущие футболисты национальных сборных. Правда, периодически наблюдалось, что в действиях редакционного состава не всегда присутствовала слаженность, так как время от времени информация в различных текстах повторялась. Возможно, это происходило по причине некорректно поставленных задач, что может свидетельствовать о шероховатостях в подготовке к освещению событий мирового чемпионата, об отсутствии гармонии в распределении функций журналистов. Казалось, что подобный опыт работы на мировом первенстве должен был научить корреспондентов «Известий Мордовии» работать слаженно в команде, но проведенный 8 июня 2019 г. матч отборочного турнира Чемпионата Европы – 2020 между сборными России и Сан-Марино показал, что не все шероховатости со стороны редакционного коллектива устранены. Так, медиатекст о прошедшем матче опубликованный в № 62 от 11 июня 2019 г. в газете «Известия Мордовии» под названием «Сборная России и Мордовия подарили сказку» не имеет в содержании информации о том, как проходил данный матч, в то время как другие издания уделили этому внимание. В публикации Владимира Кириллова обозначена позиция в отношении освещения данного события: «Рассказывать о самой игре, пожалуй, нет надобности. Счастливчики, попавшие на стадион, еще долго обсуждали ажиотаж, царивший на арене до, во время и после матча. Все были в восторге. Многие о Саранске и Мордовии в этот день узнали и телезрители». Данная позиция, абсолютно неверная, так как корреспондент, будь он федеральный или региональный журналист, должен уметь чувствовать тенденции и стремиться насытить необходимой информацией выбранную им аудиторию» [7]. А здесь автор намеренно опускает главную составляющую этого спортивного события – ход игры, тем самым лишая потенциального читателя полной информации.

Итак, подведем итоги. В ходе ретроспективного анализа специфики освещения журналистами республиканских изданий Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ нами были выявлены как позитивные, так и не совсем удачные моменты. Последние, на наш взгляд, не являются чрезмерно грубыми и вопиющими, однако, несомненно, коллегам-журналистам необходимо учесть оные. Позитивного, конечно же, было гораздо больше. Порадовали методологически грамотные и коммерчески успешные решения журналистов еженедельников «Известия Мордовии» и «Столица С» в плане размещения и презентации материалов в электронных версиях этих изданий. Оперативность поступления информации и передача ее в тираж также была на высоком уровне. А поскольку это первый опыт местных СМИ по освещению спортивных мероприятий международного уровня, то можно с уверенностью констатировать, что этот опыт в целом удался (ПРИЛОЖЕНИЕ К).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Появление спортивной журналистики на международном информационном рынке обусловлено процессами научно-технического прогресса и глобализации общества и стало возможным лишь к началу XX в. Отправной точкой здесь послужило возрождение Олимпийских игр и формирование идеологии Олимпизма.

Появление спортивной прессы в России явилось результатом развития отечественной журналистики в XVIII и особенно XIX в. Рассмотрев в бакалаврской работе становление отечественной спортивной журналистики, был сделан ряд выводов. В процессе вычленения и последующего анализа этапов процесса становления спортивной журналистики обнаруживается четкая корреляция динамики развития русского социума XIX – начала XX вв. и динамики популяризации спорта в России в указанный период. Становление спортивной журналистики в России было прервано Октябрьской революцией и смутой Гражданской войны, закономерно повлекшими за собой упадок в этой сфере деятельности. Дальнейшее развитие спортивной журналистики пришлось начинать практически заново – в условиях другого государства (СССР) и другой социально-экономической формации (большевизм).

В настоящее время СМИ играют едва ли не главную роль в популяризации различных видов спорта, высвечивая положительные и отрицательные стороны спортивного поведения и формируя тем самым отношение общества к спорту в целом. Именно поэтому спортивные СМИ способны не только формулировать и реализовывать концепции и модели различного рода продуктов (печатного, телевизионного, радиовещательного и т.д. характера), удовлетворяющих потребительские запросы аудитории, но принимать непосредственное участие в процессе продвижения спортивной индустрии в медиапространстве России и зарубежных стран. СМИ являются посредником между производителем спортивных событий и их непосредственным потребителем, реализуя себя в этом ключе в качестве своего

рода дистрибьютора. Именно от того, как спортивное событие будет освещено и преподнесено аудитории теми или иными СМИ, во многом будет зависеть его конечное восприятие и интерпретация непосредственным потребителем услуг этих СМИ.

Также в бакалаврской работе нами были выявлены и проанализированы цели, задачи и функции спортивных СМИ. Анализ целей показал их вариативный характер, прямо обусловленный местом и временем их полагания. Многообразие же выделенных функций спортивных СМИ во многом объясняется их соответствием, причём, как предмету изображения, так и функциям спортивной деятельности.

На сегодняшний день современная спортивная журналистика находится на стыке информационного и развлекательного жанров. Во многом это определяет задачи правового поля, стоящие во главе угла спортивных СМИ и деятельности их сотрудников. Соблюдая все требования действующего законодательства, зачастую невозможно создать действительно «горячий» материал, эксклюзивность или глубина которого позволит в разы увеличить цитируемость или рейтинг издания. Политика спортивных СМИ определяется их главными редакторами, и задача юриста спортивного издания или телерадиоканала – представить первому всю полноту юридических последствий использования того или иного материала, тех или иных способов работы, но последнее слово всегда остается за главным редактором. Представленный материал содержит обзор по наиболее типичным вопросам правового аспекта деятельности спортивных журналистов.

Также в фокусе нашего внимания находились и жанровые особенности спортивных медиатекстов. Публикации о спорте представлены практически во всех современных жанрах. Но общепринятой классификации журналистских жанров не существует, например, на западе жанры делят на «событийные» и «комментарийные», а в отечественных учебных пособиях – «информационные» (хроника, заметка, зарисовка, интервью, отчет, путевые заметки и репортаж), «аналитические» (корреспонденция, статья, обзор и рецензия) и

«художественные жанры» (очерк, фельетон и памфлет). Могут быть и другие подходы к делению спортивных журналистских медиатекстов. Например, на материалы, посвященные классическим видам спорта или экстремальному спорту; профессиональному, любительскому или уличному. Но приоритетным, все же, остается деление на жанры, несмотря на их способности к слиянию и растворению друг в друге.

Важнейшую роль в обеспечении спортивной коммуникации играют средства массовой информации. Прерогатива в раскрытии спортивной темы оставалась сначала за столичной прессой, так как провинциальная зарождалась постепенно. Сегодня при анализе отечественного рынка СМИ мы наблюдаем, что в регионах ситуация практически не изменилась. Далеко не каждый субъект РФ выпускает в своем медиaprостранстве специализированное спортивное издание. Так, к примеру, в Республике Мордовия в настоящее время не существует подобной периодики. При этом попытки создать спортивную газету на территории региона предпринимались не раз. Ярким представителем данной инициативы был В. Е. Старцев.

Во многих регионах, включая Республику Мордовия, тема спорта прижилась в содержании изданий общей тематики. Внимание спортивным событиям в различных масштабах в Мордовии уделяют на сегодняшний день такие печатные издания, как ежедневная газета «Известия Мордовии» (выходит по вторникам, средам и пятницам) и еженедельники – «Вечерний Саранск», «Столица С», «ТВ-неделя», «ТелеСемь». Материалы по спортивной тематике выходят и в районных газетах – в регионе выпускается 22 (двадцать два) подобных издания. Остальные издания публикуют спортивную информацию от случая к случаю, чаще всего прибегая к такой форме, как заметка либо репортаж.

На местном телевидении положение дел в сфере освещения спорта следующее. В Мордовии успешно функционируют три региональных телеканала – филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Мордовия», АНО «Народное Телевидение Мордовии» (НТМ) и частный «ТелеСеть Мордовии (10 канал)»,

размещающий свои программы на общенациональном канале РЕН-ТВ. 28 марта 2015 года в Республике Мордовия – на частоте 104,5 FM – впервые начала свое вещание спортивная радиостанция «Старт-FM», также являющаяся частной. В ее эфире выходят такие программы, как «Спорткомитет» и «Точка зрения».

В практической части бакалаврской работы мы представили ретроспективный анализ специфики освещения журналистами республиканских изданий Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™. Нами были выявлены как позитивные, так и не совсем положительные моменты.

Таким образом, спорт – это медиакоммуникационный феномен, который включает в себя коммуникацию стран-участниц в пространстве спорта и политики, коммуникацию аудиторий спорта и медиа, коммуникацию внутри спортивного и журналистского сообществ, вовлекает СМИ в производство особого типа контента, удовлетворяющего не только потребность в получении оперативной информации о событиях, но и в диалоге с аудиторией и внутри аудитории по поводу людей и событий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Азнаурова Э. С. Прагматика текстов различных функциональных стилей / Э. С. Азнаурова // Общественно-политический и научный текст как предмет обучения иностранным языкам. – М. : Наука, 1987. – С. 3–20.
- 2 Алексеев К. А. Спортивная журналистика / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. – М. : Аспект Пресс, 2016. – 427 с.
- 3 Апресян В. Ю. Речевые стратегии выражения эмоций в русском языке / В. Ю. Апресян // Русский язык в научном освещении. – 2010. – № 2 (20). – С. 34–38
- 4 Большая Советская Энциклопедия 1969–1978 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bse.uaio.ru/BSE/0902.htm> (дата обращения: 01.06.2019). – Загл. с экрана.
- 5 Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. – М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.
- 6 Визитей Н. Н. Физическая культура и спорт как социальное явление / Н. Н. Визитей. – Кишинев : Орион, 1986. – 330 с.
- 7 Войтик Е. А. Региональные СМИ в системе массовых спортивных коммуникаций: предметно-тематические и структурные особенности : дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / Е. А. Войтик. – М., 2008. – 197 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/comassovykh-sportivnykh-kommunikatsii-predmetno-tematicheskie...> (дата обращения: 10.05.2019). – Загл. с экрана.
- 8 Войтик Е. А. Спортивная журналистика : учеб.-метод. пособие / Е. А. Войтик. – Томск : Томск. гос. ун-т, 2004. – 205 с.
- 9 Войтик Е. А. Спортивная информация как понятие и ее роль в масс-медиа [Электронный ресурс] / Е. А. Войтик // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2011. – № 20. – С. 59–62. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/sportivnaya-informatsiya-kak-ponyatie-i-ee-rol-v-mass-media> (дата обращения: 02.05.2019). – Загл. с экрана.

- 10 Войтик Е. А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. / Е. А. Войтик. – Томск : Томск. гос. ун-т, 2013. – 239 с.
- 11 Войтик Е. А. Тема спорта в региональных СМИ / Е. А. Войтик // Вестн. Моск. ун-та. – 2007. – № 6. – С. 86–88.
- 12 Газета «Известия Мордовии» : республиканское общественно-политическое издание. – Саранск : Дом печати, 2018. – № 104. – 24 с.
- 13 Гатаулин Р. М. Имиджевые спортивные проекты и их влияние на систему российской журналистики [Электронный ресурс] / Р. М. Гатаулин // Вестн. ун-та (гос. ун-т упр.). – 2014. – № 15. – С. 266–269. – Режим доступа: <http://vestnik.guu.ru/wp-content/uploads/sites/17/2016/07.pdf> (дата обращения: 05.05.2019). – Загл. с экрана.
- 14 Гатаулин Р. М. Профессия спортивного телекомментатора в условиях развития современной медиасреды [Электронный ресурс] / Р. М. Гатаулин // Актуальные проблемы медиаисследований. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. – С. 17–19. – Режим доступа: http://nammi.ru/sites/default/files/Tezis_2014.pdf#page=17 (дата обращения: 28.04.2019). – Загл. с экрана.
- 15 Городов О. А. Основы информационного права России = Fundamentals of information law of Russia : учеб. пособие / О. А. Городов. – СПб. : Юрид. центр Пресс, 2003. – 303 с.
- 16 Грызунова А. С. «Мордовия» принимала в Саранске воронежский «Факел» / А. С. Грызунова // Известия Мордовии. – 2019. – № 54. – С. 1.
- 17 Грызунова А. С. «Мы победили 5:0! Саранск ликует вместе со всей Россией» / А. С. Грызунова // Известия Мордовии. – 2018. – № 55. – С. 1.
- 18 Грызунова А. С. Особенности освещения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в СМИ Республики Мордовия [Электронный ресурс] / А. С. Грызунова // Огарев-online. – 2019. – № 1. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/osobennosti-osveshheniya-chempionata-mira-po-futbolu-fifa-2018-v-smi-respubliki-mordoviya> (дата обращения: 13.06.2019). – Загл. с экрана.

- 19 Грызунова А. С. Творчество корреспондента Евгения Сулейманова в аспекте спортивной журналистики Республики Мордовия [Электронный ресурс] / А. С. Грызунова // Огарев-online. – 2018. – № 3. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/tvorchestvo-korrespondenta-evgeniya-sulejmanova-v-aspekte-sportivnoj-zhurnalistiki-respubliki-mordoviya> (дата обращения: 10.06.2019). – Загл. с экрана.
- 20 Грызунова А. С. Футбольный агент Олег Шигаев: «Нынешнее руководство ФК «Мордовия» способно вернуть команду на высокий уровень» / А. С. Грызунова // Известия Мордовии. – 2018. – № 59. – С. 20.
- 21 Гурвич И. Американская печать / И. Гуревич. – М. : Изд. «Книга по Требованию», 2012. – 468 с.
- 22 Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ [Электронный ресурс] / С. М. Гуревич. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text11/34.htm> (дата обращения: 13.05.2019). – Загл. с экрана.
- 23 Гутцайт Р. Л. Эмотивность и оценочность телевизионного футбольного комментария [Электронный ресурс] / Р. Л. Гутцайт // Медиаскоп. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/951> (дата обращения: 30.14.2019). – Загл. с экрана.
- 24 Еженедельник «Футбол плюс». – Саранск, 1994. – № 1. – 9 с.
- 25 Закон о средствах массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/smi> (дата обращения: 18.05.2019). – Загл. с экрана.
- 26 Иванова И. Е. Спортивный медиатекст : смысловые доминанты, механизмы создания / И. Е. Иванова // Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер. Филология. – 2013. – № 1. – С. 176–183.
- 27 Иззатов Т. Ш. Механизм реализации конституционного права граждан на информацию в Российской Федерации : дис. ... канд. юр. наук / Т. Ш. Иззатов; МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2002. – 159 с.
- 28 Ильченко С. Н. Спорт и электронные медиа : аспекты коммуникативного взаимодействия [Электронный ресурс] / С. Н. Ильченко //

Вестн. С.-Петерб. ун-та. – 2009. – № 4. – С. 232–236. – Режим доступа : <http://lib.convdocs.org/docs/index-170797.html> (дата обращения: 05.05.2019). – Загл. с экрана.

29 Информационно–образовательное пособие для спортивных журналистов «Спорт. Лицом к лицу». – М. : Единый информационный центр, 2014. – 320 с.

30 Казань в дни матчей Кубка Конфедераций – глазами журналистов «ИМ [Электронный ресурс] // Известия Мордовии : [официальный сайт газеты]. – Режим доступа: <https://izvmor.ru/long/kazan-v-dni-matchey-kubka-konfederatsiy-glazami-zhurnalistov-im> (дата обращения: 20.04.2019). – Загл. с экрана.

31 Кайда Л. Г. Стилистические ресурсы современного спортивного репортажа / Л. Г. Кайда, Г. Я. Солганик. – М. : Мысль, 1989. – 230 с.

32 Колесниченко А. В. Практическая журналистика: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Изд-во Москв. ун-та, 2008 – 179 с.

33 Конспект лекций А. В. Якушева : Пособ. для подгот. к экзаменам. – М. : А-Приор, 2011. – 144 с.

34 Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://constitution.kremlin.ru> (дата обращения: 18.05.2019). – Загл. с экрана.

35 Михайлов С. А. Спортивная журналистика : учеб. пособие / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 223 с.

36 Мухин Ю. Несвобода слова : как нам затыкают рот / Ю. Мухин. – М. : Яуза-пресс, 2011. – 316 с.

37 Обязанности журналиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/10164247/paragraph/359:1> (дата обращения: 16.05.2019). – Загл. с экрана.

38 Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка : 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : А ТЕМП, 2006. – С. 196.

39 Официальный сайт FIFA World Cup 2018 Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fifa.com/worldcup/index.html> (дата обращения: 13.05.2019). – Загл. с экрана.

40 Официальный сайт Туристического портала Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://welcome2018.com/en> (дата обращения: 15.10.2018). – Загл. с экрана.

41 Подчуфарова стала бронзовым призером чемпионата мира [Электронный ресурс] // Известия Мордовии : [официальный сайт газеты]. – Режим доступа: <https://izvmor.ru/novosti/sport/olga-podchufarova-stala-bronzovym-prizerom-chempionata-mira> (дата обращения 25.05.2019). – Загл. с экрана.

42 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации “О средствах массовой информации”» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/1795394/> (дата обращения: 18.05.2019). – Загл. с экрана.

43 Права журналиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/10164247/paragraph/334:1> (дата обращения: 15.04.2019). – Загл. с экрана.

44 Правовые и этические нормы в журналистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psyera.ru/pravovye-i-eticheskie-normy-raboty-zhurnalista_8410.htm (дата обращения: 19.05.2019). – Загл. с экрана.

45 Пром Н. А. Спортивный репортаж как речевой жанр газетно-публицистического стиля / Н. А. Пром // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота. – 2008. – № 2 (2). – С. 96–101.

46 Родиченко В. С. Спортивные соревнования: информация, управление / В. С. Родиченко. – М. : Наука, 1978. – 520 с.

47 Российский шахматный союз // Шахматный журнал. – 1891. – № 11–12. – 272 с.

48 Санкт-Петербургские ведомости : газета. – СПб. : Прибавление. – 1775. – № 57. – 10 с.

- 49 Система средств массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text/61.htm>. (дата обращения: 17.05.2019). – Загл. с экрана.
- 50 Скоряпши В. И. Техника спортивного интервью / В. И. Скоряпши. – М. : Мысль, 1990. – С. 20–55.
- 51 Скоряпши В. И. Техника спортивного интервью // Спорт в зеркале журналистики : О мастерстве спортивного журналиста / В. И. Скоряпши / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Мысль, 1989. – С. 98–120.
- 52 Словарь журналистских терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://jourdom.ru/news/8934> (дата обращения: 19.05.2019). – Загл. с экрана.
- 53 Сулейманов Е. Потомки воинственных инков / Е. Сулейманов // Вечерний Саранск. – 2018. – № 11 (1333), 21 марта. – С. 46–47.
- 54 Тертычный А. А. Жанры спортивной журналистики в современных печатных СМИ / А. А. Тертычный // Eartist : [сайт, посвященный журналистике, рекламе и PR]. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 15.05.2019). – Загл. с экрана.
- 55 Туленков Д. А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления [Электронный ресурс] // Журналистика. Молодые исследователи: межвуз. сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 3. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2004. – С. 173–180. – Режим доступа: <http://sportd.narod.ru/nauka/stat1.htm> (дата обращения: 03.05.2019). – Загл. с экрана.
- 56 Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»
- 57 Футбол как объект гуманистического исследования : сб. статей / сост. и ред. В. И. Столяров, Е. В. Стопникова. – М. : Наука, 2002. – С. 12 – 20.
- 58 Футбольный экспресс «В Атаку!» : спортивное издание. – 1991. – № 1. – 4 с.

59 Хомяков А. С. Спорт, охота [Электронный ресурс] // Полное собрание сочинений А. С. Хомякова : в 3 т. – М., 1900 – Т. III. – С. 119–129. – Режим доступа: http://imwerden.de/pdf/khomyakov_polnoe_sobranie_tom3_1900.pdf (дата обращения: 14.05.2019). – Загл. с экрана.

60 Четыре матча, которые потрясли Саранск // Столица С. – 2018. – № 28 (1342). – С. 42–43.

61 Шустер О. С. Средства массовой информации и спорт / О. С. Шустер. – СПб. : Феникс, 1998. – С. 24–30.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(справочное)

Фотоиллюстрация обложек спортивных газет в России



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

(справочное)

Правовые основы деятельности журналиста



ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛИСТА

ТИМОФЕЙ ШЕРБАКОВ
Директор филиальной правовой дирекции
ФГУП РАМИ «РИА Новости»

Для России текущее десятилетие богато на большие спортивные события. Проведение XXII зимних Олимпийских игр и XI Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году, право России на проведение Чемпионата мира по футболу в 2018 году — это не только возможность представить страну и ее достижения всему миру, но и огромная нагрузка на структуры и ведомства, которые задействованы в организации мероприятий.

Так, например, перед юристами стоит задача внимательнее изучить феномен деятельности спортивных журналистов, предоставить им право на службу: в части упрощения сбора информации, защиты прав журналистов при непосредственном осуществлении ими деятельности, а также защиты интеллектуальных прав журналиста и редакции.

ЗАКОН РФ «О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»

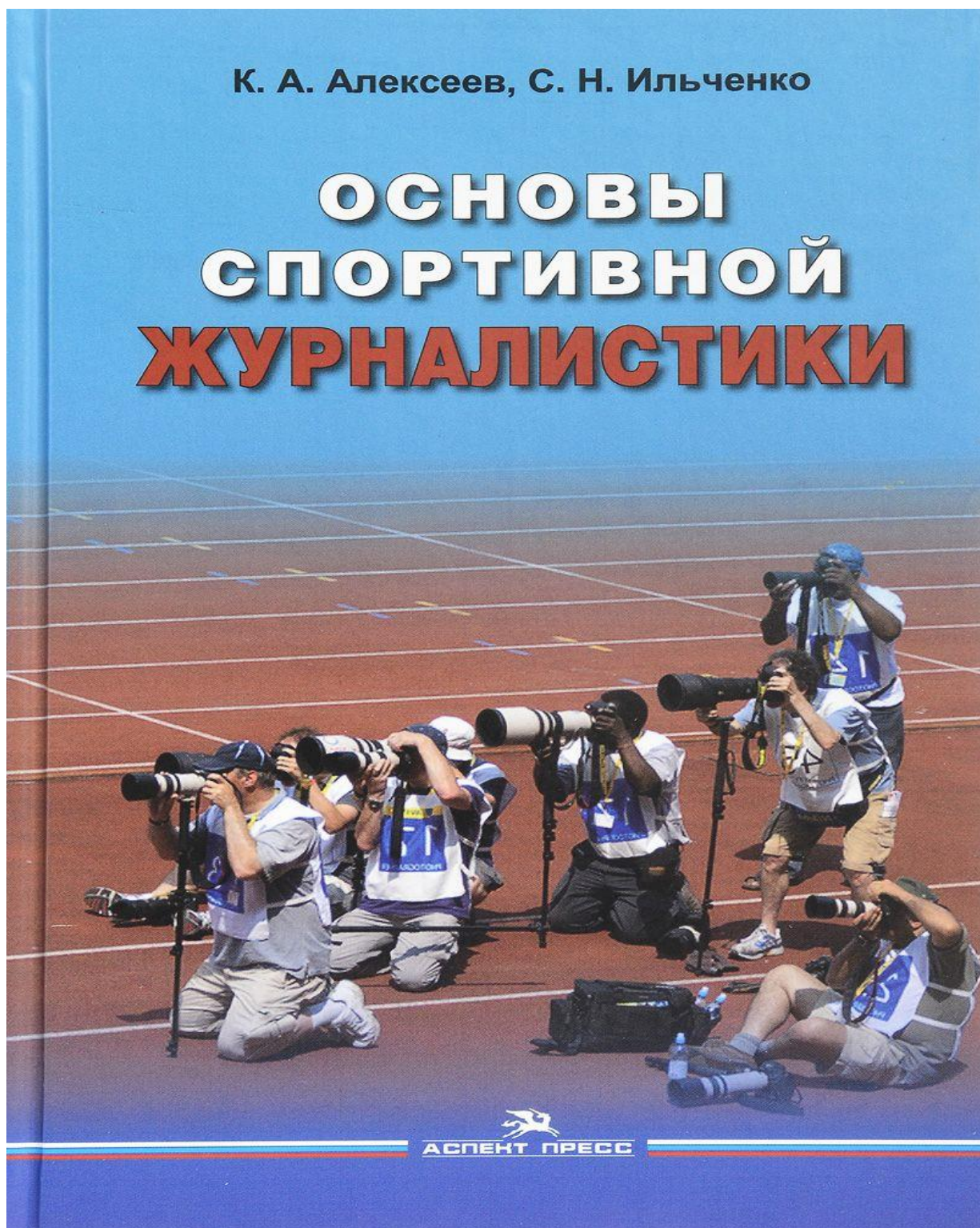
Спортивная журналистика развивалась в России и в Советском Союзе параллельно со спортом. Однако история официальной регламентации

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(справочное)

Обложка книги «Основы спортивной журналистики»

(авторы: К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко)



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

(справочное)

Фотография газет В. Е. Старцева «В Атаку!» и «Футбол плюс»



ПРИЛОЖЕНИЕ Д

(справочное)

Фотоиллюстрация обложек газет Республики Мордовия



ПРИЛОЖЕНИЕ Е

(обязательное)

Фото обложки газеты «Известия Мордовии»:
«Мы победили 5:0! Саранск ликует вместе со всей Россией»



ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

(обязательное)

Скриншот главной страницы сайта «Известия Мордовии»

The screenshot shows the homepage of the website 'Известия Мордовии'. At the top left is the logo 'ИМ Известия Мордовии'. To the right are flags of various countries. Below the logo is a navigation bar with links: 'НОВОСТИ', 'РЕПОРТАЖИ', 'ИНТЕРВЬЮ', 'СТАТЬИ', 'РЕКЛАМА', and 'ПРЕДПРИЯТИЯ'. A yellow banner below the navigation bar contains the text: 'Важное: Когда в Саранске откроются новые «бережливые» поликлиники?'. The main content area is divided into two columns. The left column is a vertical list of news items, each with a timestamp and a brief headline. The right column features a 'НОВОСТЬ ДНЯ' (News of the Day) section with a large image of a church and a headline: 'В Мордовии отреставрируют старинный храм в неовизантийском стиле'. Below this are two smaller images: one of two men and one of a woman in a red dress with a floral headpiece.

ИМ Известия Мордовии

🏠 **НОВОСТИ** РЕПОРТАЖИ ИНТЕРВЬЮ СТАТЬИ РЕКЛАМА 🇷🇺 ПРЕДПРИЯТИЯ

Важное: Когда в Саранске откроются новые «бережливые» поликлиники?

НОВОСТЬ ДНЯ

В Атяшевском районе Мордовии заложили храм
⌚ 12:38 // 17 июня 2019

Мордовия оказалась на втором месте в России по уровню распространённости онкологических заболеваний
⌚ 12:22 // 17 июня 2019

Михаил Бабич стал заместителем министра экономического развития России
⌚ 12:18 // 17 июня 2019

Участников чемпионата России по пахоте в Саранске ждёт уникальная шоу-программа
⌚ 11:57 // 17 июня 2019

В Мордовии отреставрируют старинный храм в неовизантийском стиле

hchestvo/v-mordovii-otrestavriuyut-starinnyj-khram-neovizantijskom-stile

ПРИЛОЖЕНИЕ И

(обязательное)

Скриншот лонгрида «Казань в дни матчей Кубка Конфедераций – глазами журналистов «ИМ»



Казань в дни матчей Кубка Конфедераций - глазами журналистов «ИМ»

izvmor.ru

ПРИЛОЖЕНИЕ К

(обязательное)

Полосы, посвященные ЧМ-2018 в России в «Известиях Мордовии»



ОТЗЫВ

о бакалаврской работе

студента Грызуновой Александры Сергеевны,
(Фамилия, Имя, Отчество (полностью))

обучающейся по направлению подготовки, факультета

42.03.02 Журналистика (профиль «Журналистика»), филологический

Код, наименование направления подготовки /специальности, факультет

на тему «Особенности освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем (на примере медиатекстов газеты «Известия Мордовии»).

Творческая работа»

Актуальность (выбор темы) выпускной квалификационной работы А. С. Грызуновой обусловлена тем, что пресса как одно из наиболее значимых средств массовой информации, формирует общественное мнение, определяет ценностные ориентации читателей, популяризируя современный спорт и спортсменов. Прошедшие матчи Кубка конфедераций FIFA 2017 в России™ и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ дали возможность увидеть наглядно насколько готова к освещению таких событий региональная пресса, а также выявить специфику ее медиатекстов на примере изданий Республики Мордовия, где до сегодняшнего дня не существует специализированного спортивного издания.

Особенности выбранных материалов и полученных результатов (новизна, обоснованность используемых методов, оригинальность поставленных задач, уровень исследовательской части): в процессе работы над исследованием А. С. Грызуновой исследовались спортивные публикации (около 500 медиатекстов) в региональных СМИ, которые размещались в газете «Известия Мордовии» (выборка составлена за период с 28 августа 1918 года по 17 июня 2019 года). Задачи ВКР точны, грамотно выделены, последовательны и помогают прийти к заявленной цели. Весомой новизной исследования стал анализ собственных материалов, которые были опубликованы А. С. Грызуновой в газете «Известия Мордовия».

Достоинства и недостатки ВКР. Работа выполнена добротнo, высок процент самостоятельности суждений проведенного исследования. Хорошее владение навыками анализа. Все это демонстрирует автора работы как сложившегося исследователя.

Теоретическая и практическая значимость ВКР. Теоретическая значимость работы заключается в целостном и всестороннем рассмотрении вопроса становления спортивной журналистики, её теоретических аспектов.

Степень самостоятельности, ответственности и инициативности студента при написании ВКР. Работа выполнена студентом самостоятельно, аккуратно оформлена. По теме ВКР дипломницей было подготовлено несколько докладов: на конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва (2019 г.), опубликовано 2 статьи в электронном издании «Огарёв-online».

Владение методами и приемами, применяемыми в сфере своей профессиональной деятельности. Бакалаврская работа демонстрирует набор навыков и умений, приобретенных обучающейся за время обучения, степень компетентности высокая. А. С. Грызунова уже 4 года является штатным корреспондентом газеты «Известия Мордовия», сотрудничает со средствами массовой информации Республики Мордовия.

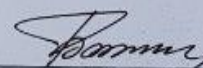
Степень внедрения результатов исследования – частичная.

Анализ отчета проверки ВКР на наличие заимствований – 81,44% (оригинальность), 12,11% (цитирования), 6,45% (заимствования).

Оценка профессиональной подготовленности выпускника и соответствие работы требованиям, предъявляемым к исследованиям такого рода (рекомендация к защите). Выпускная квалификационная работа (в форме бакалаврской работы) А. С. Грызуновой соответствует всем нормам и требованиям, предъявляемым к подобного рода работам в вузе, рекомендуется к защите и заслуживает оценки «отлично».

Научный руководитель:
Бакеева Диана Анваровна,
канд. культурологии, б/зв.,
доцент кафедры журналистики
филологического факультета
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»
ФИО, ученая степень, ученое звание, должность

«11» июня 2019 г.


(подпись)

Личную подпись Бакеева заверяю
Зам. декана Грызунова
«17» июня 2019 г.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ

о бакалаврской работе

студентки Грызуновой Александры Сергеевны,
обучающейся по направлению подготовки
42.03.02 Журналистика (профиль «Журналистика»),
на тему

«Особенности освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем
(на примере медиатекстов газеты «Известия Мордовии»). Творческая работа»

Актуальность исследования А. С. Грызуновой заключается в том, что в настоящее время популярность и спрос на спортивную тематику среди массовой аудитории стабильно растут. В силу развития digital-глобализации, спортивная журналистика занимает ведущие позиции не только в печатных изданиях, на телевидении и радио, но и на просторах глобальной сети, что доказывает безусловные преимущества интернет-СМИ в силу их удобства и доступности для пользователей. Вместе с этим, современная спортивная журналистика – это совокупность весьма специализированных направлений, наполненная новыми видами, форматами и жанрами, которые еще недостаточно изучены и представляют собой поля для научных и творческих изысканий.

В ходе исследования А. С. Грызунова обращает внимание на то, что состоявшиеся в последнее время в России крупные спортивные события, главным из которых стал Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 года, способствовали как всеобщей пропаганде спорта и здорового образа жизни, так и параллельному выходу на новый уровень региональной спортивной журналистики - в частности, на тех территориях, где эти глобальные спортивные форумы были организованы. В качестве примера рассмотрены публикации и материалы, выходившие в ведущих СМИ Республики Мордовия - в преддверии и во время проведения матчей ЧМ-2018, а также после его завершения.

В заключении автор исследования подчеркивает, что на сегодняшний день средства массовой информации играют едва ли не главную роль в популяризации различных видов спорта, формируя тем самым отношение общества к спорту в целом. Поэтому спортивные СМИ способны не только формулировать, но и реализовывать концепции и модели различного рода медиапродуктов, удовлетворяющих потребительские запросы аудитории, но и принимать прямое участие в процессе продвижения спортивной индустрии в медиапространстве России и зарубежных стран.

Автором были выявлены и проанализированы цели, задачи и функции спортивных СМИ. Анализ целей показал их вариативный характер. Многообразие выделенных функций объясняется их соответствием как предмету изображения, так и функциям спортивной деятельности. Не оставлены без внимания и жанровые особенности спортивных медиатекстов.

Нельзя не отметить тот факт, что А. С. Грызуновой была проведена большая творческая работа. На основе полученного опыта автор продемонстрировал отличную способность формулировать собственную точку зрения по рассматриваемой проблеме. Сформулированные в работе выводы обоснованы и могут быть использованы в профессиональной деятельности современного журналиста.

Необходимо отметить системный подход к исследованию проблемы, логичное изложение, качественное, глубокое и всестороннее изучение темы.

Стиль изложения выпускной квалификационной работы носит научный характер.

Всё вышесказанное позволяет нам сформулировать своё отношение к работе следующим образом: выпускная квалификационная работа А. С. Грызуновой выполнена на высоком теоретико-практическом уровне, в соответствии с требованиями к оформлению подобного рода научных работ, рекомендована к защите и заслуживает оценки «отлично».

Редактор отдела спорта
ОАО «ИД «Вечерний Саранск»

17.06 .2019 г.



Е. А. Сулейманов

Акт внедрения

Настоящим актом подтверждается факт внедрения результатов дипломной работы Александры Сергеевны Грызуновой «Особенности освещения в региональных СМИ спортивных тем и проблем (на примере медиатекстов газеты «Известия Мордовии»). Творческая работа» в производственный процесс.

Материалами, которые легли в основу исследования, послужили медиатексты, созданные А.С. Грызуновой в общественно-политической газете «Известия Мордовии» в период с 2015 по 2019 годы.

Произведенный анализ работы спортивного отдела регионального периодического издания, рекомендации по улучшению и интенсификации работы региональных СМИ в процессе освещения спортивных мероприятий международного масштаба позволяют говорить об актуальности и практической ценности результатов исследования.

Шеф-редактор
газеты «Известия Мордовии»



Т.Г. Налетова