РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Данилова Мария Николаевна, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, ведущий специалист по связям с общественностью холдинга Ginza Project (г. Москва, Россия); e-mail: maria.danilova@outlook.com

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СПОРТИВНЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

В статье описываются ключевые события в истории отечественных спортивных медиа с учетом технологического фактора, который оказал влияние на развитие СМИ. Автор рассматривает то, как появление и совершенствование различных медиакоммуникационных каналов отразилось на характере освещения спортивных соревнований. Новые технические средства изменили поставку спортивного контента и повысили зрелищность спортивных медиамероприятий. Особое внимание уделяется особенностям функционирования спортивных СМИ в цифровой среде. Сетевые спортивные издания объединили в себе газетные жанры, телевизионную зрелищность, коммерческую площадку для продвижения спортивных товаров, интерактивные возможности общения с аудиторией и спортсменами.

Ключевые слова: *спортивные медиа, медиаканалы, технологии, коммуникации.*

Maria N. Danilova, PhD student at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, a Leading Public Relations Expert of the Ginza Project Holding; e-mail: maria.danilova@outlook.com

THE IMPACT OF TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN SPORTS MEDIA COMMUNICATIONS

The article describes the key events in the history of Russian sports media taking into account the technological factor that has influenced media development. The author examines how the emergence and improvement of various media communication channels have affected sports coverage. New technical means have changed the delivery of sports content and increased the spectacular nature of sports media events. Particular attention is paid to the features of sports media operations in the digital environment. Online sports magazines appear to be a combination of newspaper genres, the spectacular nature of television, a commercial platform for promoting sports goods and interactive opportunities for communication with the audience and athletes.

Key words: *sports media, media channels, technologies, communications.*

Введение

Процесс становления российской спортивной журналистики неразрывно связан с появлением новых технических возможностей и медиаканалов. На каждом историческом этапе развития технологии приводили к революционным преобразованиям, меняли форматы работы редакций и предоставляли широкие возможности для освещения спортивных событий, повышая зрелищность спортивных медиамероприятий.

Спортивные медиакоммуникации в последние годы все чаще становятся объектом внимания зарубежных исследователей. Взаимодействию спортивной сферы с медиа в области развития технологий посвящены книги «Спорт, культура и СМИ: нерушимая тройка» Д. Роу (2003) и «Медиаспорт» под общей редакцией Л. Веннера (1998). Авторы последней рассматривают эволюцию развития спортивной коммуникации как движение от модерна к постмодерну, для которого характерна насыщенная технологическая среда и в котором реальную повседневную жизнь все больше и больше заменяет онлайн-существование (Wenner, 1998: 14–26).

Новые медиатехнологии как особенность феномена спортивной среды в США и странах Европы анализируются в книге «Спорт, медиа, культура: глобальные и локальные измерения» А. Бернштейна и Н. Блейна (2002). О слиянии медиаканалов, телевизионных трансляций и спортивных симуляционных игр, а также о новом витке развития спортивных коммуникаций – киберспорте – пишут авторы книги «Игра для победы: спорт, видеоигры и культура игры» (Brookey, Oates, 2015). Во всех вышеперечисленных трудах так или иначе затрагивается роль технологического фактора, оказавшего влияние на развитие спортивной журналистики.

Если говорить об отечественной научной сфере, то стоит отметить труды Московской научной школы. Обзор публикаций показывает, что исследования спортивной журналистики до недавнего времени были посвящены преимущественно истории развития, современному состоянию, типологическим и содержательным особенностям спортивных коммуникаций. Например, динамика развития спортивной журналистики в России рассматривается в работе «Спортивная печать РФ. Формирование новой системы: 90-е годы» В.В. Баранова (2001). Система спортивных журналов исследуется в кандидатской диссертации «Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристи-

ки» Е.А. Слюсаренко (2003). Тема спортивного туризма раскрывается в статье А.А. Ревенко «Предпосылки возникновения и этапы становления печатных изданий о путешествиях» (2016: 7–18). Спортивная тематика в зарубежных медиа – объект исследований Б.Ю. Волкова (2011), (2012). Лингвистическим и композиционно-стилистическим аспектам спортивного репортажа как разновидности спортивного дискурса посвящены труды В.Т. Маркова «Языковые особенности и логико-семантическое устройство текстов спортивного репортажа» (2014) и «Текст спортивного репортажа как разновидность устной публичной речи» (2016).

В меньшей степени в исследованиях представлен такой аспект, как влияние технологий. Например, технологии современной спортивной фотожурналистики изучает М.А. Ващук в работах «Проблемы развития отечественной спортивной фотографии (конец XIX – середина XX века)» (2016: 71–76) и «Организация работы национального фотопула на Олимпийских играх в Сочи 2014» (2014: 36–45). О внедрении в медиаиндустрию новых технологических решений и применении в спортивной журналистике алгоритма обработки вербальной информации пишет коллектив исследователей факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова в работе «Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию» (Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва Н.А., 2017).

Кроме того, современное состояние спортивного медиасегмента отражено в работах К.А. Алексеева и С.Н. Ильченко (2013), Е.А. Войтик (2016), С.А. Михайлова (2005) и др.

Ряд научных статей посвящен отдельным ключевым моментам, связанным с воздействием технологий на развитие спортивных СМИ: «Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного взаимодействия» С.Н. Ильченко (2009: 232–236), «К вопросу о специфике работы электронных спортивных СМИ» Т.Б. Яковлевой и Е.В. Казанкиной (2014: 40–44), «Функционирование спортивных СМИ в социальных медиа. Спортивная журналистика в эпоху Web 3.0» Е.В. Маметьева (2017: 179–184), «Особенности подачи спортивной информации в СМИ с помощью инфографики» А.А. Крыловой (2016: 100106) и др. Однако пока нет работ, в которых описывался бы процесс трансформации спортивных медиа в области технологических инноваций. Представленная научная статья ориентирована на восполнение существующих пробелов.

Итак, рассмотрим, как появление различных медиакоммуникационных каналов отразилось на развитии отечественной спортивной журналистики и характере освещения спортивных событий.

Пресса

В конце XIX и в первые десятилетия XX в. основным медиаканалом служила пресса. Как пишет К.А. Алексеев, «к концу XIX в. спортивная журналистика насчитывала около 60 журналов, газет и спортивных приложений к изданиям общего профиля. К 1917 г. число спортивных изданий выросло более чем в три раза» (Алексеев, 2008: 15).

В Европе и России выходили газеты и журналы, как посвященные какому-либо одному виду спорта, так и «универсальные» издания. Появились и достаточно своеобразные формы периодики, например информационные листки, которые содержали краткие информационные жанры и снабжали игроков всей необходимой информацией (Алексеев, 2008: 20).

Советская периодика изобиловала различными жанрами. Так, в 20-е и 30-е гг. события на мировой и национальной спортивной арене освещались в различных репортажах, отчетах, обозрениях, интервью, заметках, портретных очерках. На риторику и наполнение спортивной прессы сильное влияние оказывала международная политическая обстановка: например, накануне Второй мировой войны предпочтение отдавалось видам спорта, так или иначе связанным с военным делом (Туленков, 2005: 311–312). В конце 40-х гг. спорт в СССР постепенно начинает выходить из международной изоляции. В 1948 г. внимание партийного руководства смещается со спортивных соревнований внутри страны на спорт высших достижений: целью советских спортсменов становятся победы на мировых первенствах. Соответственно, меняется и спортивная журналистика. Периодическая печать, начиная с этого периода, характеризуется широким жанровым разнообразием: очерки, эссе, аналитические статьи и обзоры, беседы, рассказы, темы которых затрагивают крупные спортивные мероприятия, появляются в массовых периодических изданиях.

Спортивные радиотрансляции

Пресса была фактически единственным каналом спортивной медиакоммуникации до момента появления системы радиовещания. Первые спортивные радиотрансляции состоялись уже в нача-

ле 20-х гг. XX в. В 1929 г. был проведен первый в России репортаж с российско-украинского футбольного матча на стадионе «Динамо» в Москве[1]. К концу 1920-х гг. радио стало массовым источником спортивной информации. В то же время при освещении масштабных спортивных событий большое значение приобретает кино. Например, по итогам II Зимних олимпийских игр 1928 г. в Санкт-Морице был снят с участием спортсменов фильм «Белый стадион», который был показан и в Советском Союзе.

Радио оставалось главным медиаканалом, с помощью которого освещаются спортивные события, до конца 50-хх гг. В 1954 г. проходит велогонка Мира, в которой принимают участие советские спортсмены, а с места событий передается радиотрансляция. Олимпийские игры 1952 г. в Хельсинки и 1956 г. в Мельбурне также комментируются в радиоэфире[2]. С 1950-х гг. начинаются регулярные радиотрансляции шахматных чемпионатов. Спорт стал основным «заказчиком» внестудийных радиопередач с мест проведения соревнований, стимулировав развитие таких трансляций. Однако в этот период начинается постепенная трансформация документальной киносъемки в телевидение.

Телевидение: сделать спорт доступным для массовой аудитории

Масштабным спортивным мероприятием, на котором были апробированы возможности телевидения, стала летняя Олимпиада 1936 г. в Берлине. Была опробована и внедрена новейшая система телевизионной трансляции в прямом эфире[3].

В 1960-е и 1970-е гг. телевидение, благодаря зрелищности, значительно опережает радио. Этот процесс происходит постепенно и характерен, в первую очередь, для СССР, США, европейских стран. Телевидение становится неразрывно связано со спортом высших достижений, развитие спутниковой связи позволило проводить трансляции с крупных международных встреч. Московская Олимпиада стала особенным событием для отечественной спортивной журналистики как с точки зрения технологий, так и с точки зрения комментирования. Специально было построено здание Олимпийского телерадиокомплекса, увеличившее мощность советского телевидения более чем в два раза. Освещать Олимпиаду приехали более пяти тысяч журналистов, трансляция велась более чем в 100 стран[4] мира.

С наступлением XXI в. в телеэфире, как и во второй половине XX в., наряду с трансляциями зарубежных соревнований, показы-

вают и отечественные спортивные репортажи. К этому моменту формируется пул лидеров спортивного телевещания: это были каналы «Россия», НТВ, «Первый канал», ТВЦ, РЕН-ТВ. Первым национальным телеканалом, полностью посвященным спортивной жизни, стал канал «Спорт», созданный в 2003 г. медиахолдингом ВГТРК.

Глобальным спортивным мероприятием, во время освещения которого телеканалы начали использовать цифровые технологии, стала Олимпиада в Ванкувере в 2010 г. Самым инновационным в этом смысле считается ТК «Спорт». Телеведущий, пресс-атташе сборной России по хоккею Александр Кузмак в рамках встречи представителей медиа «Спорт в медиа: как готовиться к ЧМ 2018», организованной «ХакПак» (HackPack), так оценил работу канала «Спорт»: «Для меня было прорывом, когда канал “Спорт” показывал Олимпиаду в Ванкувере в виртуальной студии. Это были абсолютно новые технологии, фантастический опыт. До сих пор на российском телевидении никто этого не повторил»[5].

Речь идет о мобильной виртуальной студии с зеленым полотном вместо традиционного хромокея. Стало возможным показывать в студии панорамы, таблицы с результатами соревнований, проецировать в студию 3D-изображения олимпийских объектов, например участков трасс, на которых нет камер, и создавать максимальный эффект присутствия во время разговора с журналистами и спортсменами. Как объяснил директор производственно-технической дирекции ВГТРК Александр Афанасьев в интервью телеканалу «Россия 24», студия позволила ведущим ощутить себя виджеями, которые помогают зрителям оказаться там, где происходят наиболее интересные события, оперативно менять эти места[6].

Кроме того, эксперты могли наглядно разбирать ошибки в матчах: «Когда эксперты или комментаторы анализируют отдельные моменты, с помощью видеопланшета они могут остановить картинку и нарисовать схему: как располагались защитники, где им нужно было находиться в этот момент, куда должны были двигаться форварды. Идет разбор, и все это зрители видят на экране»[7]. В том же 2010 г. ВГТРК запустила олимпийский цифровой канал в формате HD.

Аудитория крупных спортивных соревнований с приходом эпохи телевидения достигла небывалых размеров. Например, за Олимпиадой в Сочи 2014 г., по данным «Первого канала», наблюдали три миллиарда телезрителей из более чем двухсот стран на

пяти континентах[8]. Растет и количество представителей радио- и телевизионных СМИ, аккредитованных на Летние и Зимние олимпиады. Если, по данным МОК[9], на Летней олимпиаде 1980 г. в Москве присутствовало почти 3 тыс радио- и тележурналистов, то на Олимпиаде-2000 в Сиднее их было уже более 10 тыс, а на Олимпиаде-2014 в Лондоне – 21 тыс.

На сегодняшний день телеканалы можно разделить на те, которые транслируют спортивные события «по случаю» (т. е. спорт не является их главной темой), и те, которые специализируются на спорте. К первым можно отнести уже упомянутые выше «Первый канал», «Россию 1», НТВ, РЕН ТВ, «Пятый канал». Вторые делятся на три категории: а) федеральные общедоступные российские телеканалы – представлен спортивным субхолдингом «Матч»; б) спутниковые и кабельные российские каналы – КХЛ ТВ, «Футбол»; в) иностранные каналы, вещающие на территории России – «Евроспорт 1» (Eurosport 1), «Евроспорт 2» (Eurosport 2), «Евроспорт-ньюс» (Eurosport News) и другие.

Если говорить о радиоэфире, то сегодня спортивные события в той или иной мере отражаются на каналах «Спорт FM» (частота 93,2), «Радио Зенит», «Вести FM», «Старт FM», «Радио России», «Радио Балтика». Из указанных радиоканалов на спорте специализируются три: «Спорт FM», «Радио Зенит», «Старт FM», остальные включают в эфир спортивные информационные блоки или транслируют передачи о спорте.

Спортивные СМИ в цифровой среде

Очередным знаковым событием в развитии спортивной журналистики стало появление Интернета. Точкой отсчета в становлении интернет-журналистики исследователи называют 1995 г., когда появились первые издания, не имеющие аналогов в печати (Машкова, 2006).

Интернет смог объединить все каналы медиакоммуникации – с той точки зрения, что все они теперь находятся в едином «хранилище информации». Это еще более сблизило медиаканалы, привело к появлению гибридов разных жанров, а почти все спортивные издания, теле- и радиоканалы стали дублировать свою деятельность в Интернете. Онлайн-среда эксплуатирует не только зрелищность и массовость спортивных соревнований, но работает, главным образом, на создание интерактивных элементов, которые

объединяют аудиторию сильнее, чем телевидение, и удерживают у экрана компьютера. Интернет-технологии предоставляют возможность смотреть соревнования в записи и дают право выбирать, чему именно уделить внимание в данный момент. Онлайн-коммуникации на сегодняшний день, безусловно, – один из *основных драйверов* развития спортивной журналистики. Их роль заключается в том, что они:

- увеличивают количество людей, которым доступна информация, и одновременно количество доступных точек зрения на то или иное событие;
- увеличивают оперативность, эксклюзивность, актуальность информации;
- включают в создание контента самих потребителей информации. Например, сами спортсмены могут комментировать, освещать те или иные события, очевидцы спортивных событий могут предоставлять фото- и видеоконтент.

Онлайн-тексты вмещают в себя большой объем разноплановой информации: журналистские наблюдения, анализ документов, статистические данные и инфографику, фото- и видеоматериалы, комментарии экспертов и взгляд самого журналиста на событие. Все это дополняют технические возможности: гиперссылки, подборка публикаций на заданную тему, возможность подписки на новости из этой темы, перепост в социальные сети, возможность оставить комментарий и добавить в избранное. Обилие комментариев под темой выступает как продолжение журналистского отображения действительности, когда читатель может добавить факты, мнения, комментарии, оценки к прочитанному, увеличивая информационную и эмоциональную насыщенность текста.

Таким образом, сетевые спортивные издания объединили в себе газетные жанры, телевизионную зрелищность, коммерческую площадку для продвижения спортивных товаров, интерактивные возможности общения с аудиторией и самими спортсменами.

Сетевая спортивная журналистика: персонализация информации

Первое десятилетие после кризиса 1998 г. можно считать периодом бурного развития российских сетевых изданий. Появляются первые два спортивных портала – профессиональный спортивный интернет-проект «Спортс.ру» (Sports.ru) и специализированный новостной портал о различных видах спорта «Спорт-экспресс» (Sport-express.ru), на котором также выклады-

вается архив одноименной газеты. В 2002 г. свое «представительство» в Интернете открывает «Советский спорт» на портале *Sovsport.ru*.

Развитие специализированных спортивных проектов началось только с 2005 г., когда был запущен *«Чемпионат.com»*. Портал выбрал стратегию перепечатки чужих новостей, однако уже в 2006 г., благодаря появлению своей аудитории, сформировался штат собственных авторов. Сейчас это российский интернет-портал о спорте, охватывающий темы футбола, хоккея, тенниса, баскетбола, бокса, авто- и мотоспорта, мини-футбола и других видов спорта. Он занимает первое место по посещаемости среди спортивных сайтов Рунета. Средняя ежесуточная аудитория — более 300 тыс посетителей и 3 млн просмотров. Весной 2008 г. «Чемпионат» достиг соглашения с компанией «НТВ-Плюс» о приобретении прав на показ видеороликов чемпионата России по футболу. Является главным информационным интернет-партнером Российского футбольного союза, сотрудничает со многими спортивными клубами и организациями.

В 2006 г. появляется агентство спортивной информации «Весь спорт» по адресу *Allsportinfo.ru*. Ориентированное на освещение событий в различных видах спорта, агентство пока не отличается высокой посещаемостью (по крайней мере, по статистике Liveinternet)[10]. В 2007 г. был запущен сайт «Спортбокс» *(Sportbox.ru),* который изначально был проектом ВГТРК и поэтому не занимался перепечаткой новостей. Важно, что сайт первым начал делать лицензионные прямые трансляции различных спортивных событий, в интерактивном режиме брал комментарии у экспертов, спортсменов, тренеров. «Спортбокс» также публикует блоги комментаторов телеканала «Россия 2».

«Спортбокс» сегодня объединяет новостной сайт, видеопортал, сайт спортивной статистики, спортивный форум, продажу билетов на спортивные мероприятия, сайт спортивных онлайн-игр, блоги, конкурсы и фотогалереи. Основное внимание «Спортбокс» уделяет *видеоконтенту*, постоянно осуществляя прямые видеотрансляции спортивных событий, а также производя большое количество дополнительного материала (нарезки лучших моментов матчей, новостные сюжеты и т. п.).

Среди конвергентных проектов на общенациональном уровне также можно назвать «Футбол-плюс-хоккей» и www.fhplus.ru, «Спорт день за днем» и www.sportsdaily.ru, журнал «PROспорт» и

портал prosports.ru. Конвергентные проекты, основанные на электронном вещании (телевидение и радио), в чистом виде не встречаются.

Итак, прорывные технологии внедряются в деятельность редакций начиная с 2012 г. Это принципиально изменило концепцию и философию работы медиа, которые объявили курс на *персонализацию информации* в зависимости от меняющихся предпочтений пользователей. Флагманом в этом смысле являлось информационное агентство РИА Новости, которое стало национальным хост-агентством и фотопулом зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи. РИА Новости полностью переоснастило свой сайт, по максимуму используя мультимедийные технологии, например фотографии в 360 градусов со стадионов. Вслед за агентством инновации проникли и в другие СМИ и медиапроекты, в том числе спортивные.

С появлением новых возможностей цифровой среды неотъемлемой частью сетевых спортивных СМИ становятся *спортивные блоги*. В них чаще представлены спортсмены, тренеры, журналисты, редакторы, другие специалисты в области спорта, а также коллективные блоги. Часто в блогах информация появляется раньше, чем на лентах информационных агентств, записи в сетевых дневниках содержат эксклюзивные подробности, фото-, видеоматериалы. Ярким примером в этом сегменте является портал *«Спортс.ру»* – «платформа для общения о спорте во всех его проявлениях»[11].

На сегодня «Спортс.ру» считается крупнейшим в Рунете сообществом спортивных болельщиков. Он первым из российских изданий открыл блог профессиональных тренеров и спортсменов, запустив проект *«Трибуна»* – своеобразный аналог спортивной социальной сети. «Трибуна» объединяет более миллиона пользователей, которые обсуждают спорт в своих дневниках, на форумах, в статусах. Для авторов редакция разработала подробную инструкцию работы на сайте[12], пользовательское соглашение[13], обеспечивающее права на контент и объясняющее правила использования информации.

На примере «Спортс.ру» рассмотрим то, как различные средства и элементы сайта, которые появились благодаря развитию технологий, изменили формат взаимодействия с читателями:

– *Адаптивная верстка сайта* – структура сайта подстраивается под размеры окна просмотра. Повысилось удобство использования материалов на мобильных устройствах: при изменении масштаба меняется расположение блоков.

– *Интерактивные опции* – повышают оперативность получения информации. На «Спортс.ру» пользователю достаточно навести курсор на итоговый счет матча, чтобы узнать, кто забил гол. Аналогичным способом можно раскрыть ветку комментариев и увидеть, кому и на что отвечают. Последние матчи команд обозначены цветными кружками: зеленый цвет – победа, желтый – ничья, красный – поражение. При наведении курсора на кружок появляется подсказка с данными о сопернике, счете и ссылкой на онлайн матча.

– *RSS-потоки* – этот формат экспорта новостей и материалов позволил подписываться на все обновления по какой-либо тематике в условиях постоянного роста количества информации на сайте. RSS-поток внедряется в любой браузер и состоит из заголовков новостей, которые в то же время являются ссылками на полные версии этих новостей. RSS нужен для того, чтобы автоматически получать уведомления о том, что на Sports.ru появились новые тексты.

– *Личный кабинет* – регистрация аккаунта, который увеличивает персонализацию сайта. Возможность использовать настройки, позволяющие организовать материалы под запросы пользователя и создавать личную ленту. Происходит селекция информации.

– *Собственный блог* – возможность писать тексты самому, а также создавать персональную ленту блогов, подписавшись на отдельных авторов.

– *Доступ к социальным сетям* – читатели делятся ссылкой в социальных сетях из любого места на сайте «Спортс.ру».

– *Фотогалерея* – подборка фотографий, с помощью которых можно оценить масштаб и окунуться в атмосферу спортивного события, рассмотреть его детали.

Кроме того, «Спортс.ру» в качестве новой формы общения с пользователями применяет основанную на реальных данных и статистической базе широкую линейку фэнтези-игр (fantasy-игр), в которых любители спорта могут проявлять свои менеджерские способности[14].

В «Спортс.ру» популярны *кроссмедийные форматы* представления информации. Это выводит спортивную онлайн-коммуникацию на новый уровень взаимодействия с аудиторией. Так, в общей сложности разработаны 160 приложений. Два из них – на платформах IOS (iPhone, iPad, Apple Watch) и Android. Первое – «Спортс.ру», аналог сайта. Второе на 13 языках – Scores & Video – это не просто приложение для показа футбола в реальном времени, его цель – воссоздать атмосферу стадиона и улучшить опыт просмотра матчей.

Спецпроекты

Мультимедийные технологии способствовали появлению *спецпроектов*. Работа со спецпроектами отвечает запросам аудитории, интересующейся спортивной тематикой нерегулярно. Как правило, посвящены они крупным спортивным событиям – Олимпиадам и чемпионатам. Спецпроекты включают в себя не только журналистский, но и пользовательский контент, мультимедийные и игровые сервисы. Для конвергентных СМИ, помимо тематических проектов, характерно развитие творческих и сервисных проектов. Это могут быть фотоконкурсы, игровые приложения, конкурсы, голосования и прочие интерактивные формы. Подобные формы развлечения призваны удержать текущую аудиторию, не дать ей заскучать, а также стимулировать привлечение новой. Ни один из спецпроектов в сетевых СМИ широкой тематики не прекратил работу, например, после завершения Олимпиады, продолжая следить за подготовкой к следующей Олимпиаде, за спортсменами-призерами, за соревнованиями в олимпийских видах спорта и т. п. В качестве примера можно привести «Спорт Сторис» (Sport Stories) – первый лайф-стайл интернет-проект о спорте от РИА Новости[15]. Сетевые спецпроекты и в будущем будут более успешно конкурировать с телевизионными трансляциями событий, приоритет будет у проектов, адаптированных для потребления с мобильных телефонов.

Социальные сети и мессенджеры в спортивных коммуникациях

В последнее десятилетие как в России, так и за рубежом особую роль в спортивной онлайн-коммуникации играют социальные сети. Так, исследователи ставят вопрос о форме взаимодействия спортивной журналистики и социальных сетей: являются ли последние конкурентами спортивной журналистике, ведь в сетях пользователи способны общаться со спортсменами или представителями спортивных клубов напрямую, узнавать новости из первых рук, не обращаясь к спортивным изданиям. Кроме использования соцсетей в качестве площадки для общения, клубы начинают рассматривать их как самостоятельный инструмент маркетинга. Это усиливает конкуренцию между спортивными СМИ и клубами, которые перетягивают на себя определенную часть аудитории. Например, коллектив ученых из Польши и Латвии изучал, как польские спортивные клубы Топ-лиги в течение трех лет развивали свою деятельность в «Инстаграме». Исследова-

тели пришли к выводу, что «Инстаграм» с учетом преимуществ приложения – от цифровых фильтров до интеграции с другими социальными сетями и возможности размещать видео – является эффективным средством создания уникального стиля, позитивного имиджа и продвижения бренда клуба, позволяет управлять сложившейся группой фанатов и привлекать новую аудиторию. Основными элементами продвижения стали фотографии и видеоролики, посвященные тренировкам, соревнованиям, пресс-конференциям клуба, рекламным и благотворительным кампаниям, личной жизни спортсменов и другим важным событиям (Siguenciaa, Hermana et al., 2016: 73–80).

Исследователи Ноллеке, Гриммер и Хорки выделили три формы взаимодействия социальных сетей и спортивной журналистики (Nölleke, Grimmer & Horky, 2017: 509–526). Первая форма – конкуренция, о которой говорилось выше, и которая обусловлена тем, что сети и журналистика могут давать потребителям одну и ту же информацию. Вторая – интеграция, в ходе которой социальные сети используются самими спортивными изданиями для распространения информации. Фактически сети становятся отдельным каналом распространения. Третья форма – взаимодополняемость, когда сети и газеты/журналы/онлайн-СМИ используют друг друга в качестве источника информации. В ходе исследования, проводившегося среди немецких журналистов, было выявлено, что последние, понимая вероятность конкуренции, все же расценивают сети, скорее, как взаимодополнение. На подобное видение оказывает влияние в том числе то, что информация, предоставляемая через социальные сети, все же отличается от чисто «журналистской». Однако по мере развития сетей тенденция может меняться.

В настоящее время все без исключения отечественные спортивные медиа имеют собственные аккаунты в соцсетях. Основные площадки: «Вконтакте», «Фейсбук», «Твиттер», «Одноклассники», «Инстаграм», «Ютюб» и другие. В меньшей степени пока что используются мессенджеры. Основные среди них – это «Телеграм» и «Вайбер» . В пабликах сосредоточена наиболее активная часть аудитории спортивных медиа, которая участвует в дискуссиях и обсуждениях новостей и спортивных событий, конкурсах, опросах, делает прогнозы на матчи различных команд. В сообществах доминирует неформальный стиль общения, что сокращает дистанцию между редакцией медиа и читателями. На страницах спортив-

ных СМИ в соцсетях пока еще размещаются новости в коротком формате с фотографией или видео и ссылкой на основной сайт издания. Однако, например, в сети «Вконтакте» доступна платформа для создания лонгридов – длинных текстов с медиавложениями[16]. Издателей обещают не ограничивать в верстке материалов, им позволят встраивать рекламу, подключать редакционные метрики. Эти нововведения станут очередным толчком к дальнейшей трансформации спортивных сетевых СМИ.

Выводы

Таким образом, обзор различных событий, связанных с эволюцией медиаканалов, показывает, что технологические новшества всегда оказывали и продолжают оказывать влияние на спортивную коммуникацию в целом.

На каждом историческом этапе развития они (технологии) приводили к революционным преобразованиям, меняли форматы работы редакций и предоставляли широкие возможности для освещения спортивных событий, повышая зрелищность спортивных медиамероприятий. В первое десятилетие XX в. основным медиаканалом остается пресса. В начале 20-х гг. появляются первые спортивные радиотрансляции. До конца 50-х гг. радио остается главным медиаканалом, с помощью которого освещаются спортивные события. На смену радио приходит телевидение, его возможности впервые апробируются еще в 1936 г. во время летней Олимпиады в Берлине. В 1960-е и 1970-е гг. телевидение, благодаря зрелищности, начинает значительно опережать радио по популярности. Мощный толчок в развитии спортивной журналистики происходит в 80-е гг. С точки зрения технологий выдающимся событием для отечественного спортивного вещания стала Московская Олимпиада. В 90-е гг. начинается постепенное формирование пула лидеров спортивного телевещания (каналы «Россия», НТВ, «Первый канал», ТВЦ, РЕН ТВ), появляются спутниковые и кабельные российские каналы. Кроме того, на территории России вещают иностранные телеканалы. В конце 90-х и в первом десятилетии XXI в. возникают специализированные спортивные радио и ТВ, и в этот же период идет бурное развитие Интернета, новых медиа, мобильных систем, которые меняют поставку спортивного контента. Начинают работу профессиональный спортивный интернет-проект «Спортс.ру», специализированный новостной пор-

тал о различных видах спорта «Спорт-экспресс», «Советский спорт» на портале Sovsport.ru и прочие.

Олимпиада в Ванкувере в 2010 г. становится глобальным спортивным мероприятием, во время освещения которого телеканалы используют цифровые технологии. ВГТРК запускает олимпийский цифровой канал в формате HD. В начале второго десятилетия XXI в. прорывные технологии повсеместно внедряются в деятельность редакций. С появлением новых возможностей цифровой среды неотъемлемой частью сетевых спортивных СМИ становятся спортивные блоги, развиваются кроссмедийные форматы представления спортивной информации, активно используется пространство социальных сетей.

Ключевая особенность современных спортивных медиа заключается в том, что сетевые издания объединяют вокруг своих порталов и аккаунтов в соцсетях спортивных болельщиков, которые не просто потребляют информацию, но и интенсивно ее продуцируют, т. е. участвуют в создании контента. Это не было доступно при использовании традиционных каналов коммуникации и принципиально меняет характер спортивных коммуникаций.

Примечания

[1] *Кононыхин С.Н.* Спорт на радио и телевидении. Исторический очерк // Виртуальный музей радио и телевидения. Режим доступа: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=79 (дата обращения: 12.06.2017).

[2] Там же.

[3] Там же.

[4] *Соломатина О.* Олимпиада-80: взгляд из-под «железного занавеса» // РИА Новости. 29.04.2016. Режим доступа: https://ria.ru/75_radio/20160429/1423072938.html (дата обращения: 12.06.2017).

[5] Кратко о встрече «Спорт в медиа: как готовиться к ЧМ 2018» // Журналист. Режим доступа: http://jrnlst.ru/sport-in-media (дата обращения: 20.11.17).

[6] *Романова А.* Команда ВГТРК приступила к работе на Олимпиаде // Вести // Россия 24. 11.02.2010. Режим доступа: https://www.vesti.ru/doc.html?id=341263&p=10&sort=1&cid=1 (дата обращения: 20.11.17).

[7] По ту сторону кадра: как работает ТВ на Олимпиаде // РИА Новости. 27.02.2010. Режим доступа: https://olymp2010.ria.ru/olympvideo/20100227/211148205.html (дата обращения: 20.11.17).

[8] Рекорды Сочинской Олимпиады // Первый канал. Режим доступа: https://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro/pro-olimpiadu/rekordy-cochinskoy-olimpiady (дата обращения: 12.06.2017).

[9] Сайт международного Олимпийского комитета // Режим доступа: https://www.olympic.org/ (дата обращения: 12.06.2017).

[10] Данные по домену allsportinfo.ru.ru // 1stat.ru. Режим доступа: http://www.1stat.ru/?domain=allsportinfo.ru (дата обращения: 12.06.2017).

[11] О Sports.ru // Sports.ru. Режим доступа: https://www.sports.ru/docs/about/ (дата обращения: 10.11.17).

[12] Сообщество Sports.ru. Простые правила, которые сделают сайт и вашу жизнь лучше // Sports.ru. Режим доступа: https://www.sports.ru/tribuna/blogs/zhaglagdonks/1476847.html (дата обращения: 10.11.17).

[13] Информация для правообладателей // Sports.ru. Режим доступа: https://www.sports.ru/docs/contentinfo/ (дата обращения: 10.11.17).

[14] Фэнтези // Sports.ru. Режим доступа: https://www.sports.ru/fantasy/ (дата обращения: 10.11.17).

[15] Sport Stories // РИА Новости. Режим доступа: https://rsport.ria.ru/sportstories/ (дата обращения: 10.11.2017).

[16] *Хабибрахимов А.* «ВКонтакте» представила платформу для создания лонгридов и добавила просмотр статей внутри соцсети // vc.ru. 26.09.17. Режим доступа: https://vc.ru/26761-vkontakte-predstavila-platformu-dlya-sozdaniya-longridov-i-dobavila-prosmotr-statey-vnutri-socseti (дата обращения: 15.11.17).

Библиография

Алексеев К.А. Спортивная пресса России XIX начала XX вв.: историко-типологический анализ. Автореф. дисс. ... канд. фил. наук. СПб, 2008.

Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика. М.: Юрайт, 2013.

Баранов В.В. Спортивная печать РФ. Формирование новой системы: 90-е годы: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001.

Ващук М.А. Организация работы национального фотопула на Олимпийских играх в Сочи 2014 // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2014. № 2. С. 36–45.

Ващук М.А. Проблемы развития отечественной спортивной фотографии (конец XIX – середина XX века) // Извест. Уральск. федеральн. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования науки и культуры. 2016. № 2. С. 71–76.

Войтик Е.А. Спортивный медиатекст: закономерности становления и парадигма развития: дисс. ... докт. филол. наук. СПб, 2016.

Волков Б.Ю. Признаки «массовой печати» в испанских спортивных газетах // Медиаскоп. 2012. № 2.

Волков Б.Ю. «Радио Марка» и спортивная тематика в радиовещании Испании // Медиаскоп. 2011. № 3.

Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва Н.А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиаскоп. 2017. № 2.

Ильченко С.Н. Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного взаимодействия // Вестн. СПбГУ. Сер. 9, 2009. Вып. 4. С. 232–236.

Крылова А.А. Особенности подачи спортивной информации в СМИ с помощью инфографики // Молодой ученый: вызовы и перспективы. М., 2016. С. 100–106.

Маметьев Е.В. Функционирование спортивных СМИ в социальных медиа. спортивная журналистика в эпоху Web 3.0 // Медиасреда. № 12. Челябинск, 2017. С. 179–184.

Марков В.Т. Языковые особенности и логико-семантическое устройство текстов спортивного репортажа // Коммуникативные исследования. 2014. № 1. С. 113–124.

Марков В.Т. Текст спортивного репортажа как разновидность устной публичной речи // Альманах мировой науки. 2016. № 201(5). С. 103–104.

Машкова С.Г. Интернет-журналистика: учеб. пособие. Тамбов: Изд-во Тамбовск. гос. техн. ун-та, 2006.

Михайлов С.А. Спортивная журналистика. СПб, 2005.

Ревенко А.А. Предпосылки возникновения и этапы становления печатных изданий о путешествиях // Вестн. Новосибирск. гос. ун-та. Сер. История. Филология. 2016. Том 15. № 6. С. 7–18.

Слюсаренко Е.А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики. Дис... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2003.

Туленков Д.А. Советская физкультурно-спортивная журналистика во второй половине 1930 гг.: особенности функционирования // Журналистика 2004: СМИ в многополярном мире. М., 2005. С. 311–312.

Эдельман Р. Серьезная забава. История зрелищного спорта в СССР. М.: Советский спорт, 2008.

Яковлева Т.Б., Казанкина Е.В. К вопросу о специфике работы электронных спортивных СМИ // Наука и современность. № 30. Новосибирск, 2014. С. 40–44.

Bernstein A., Blain N. (2002) *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimensions.* New York: Routledge. Taylor and Francis Group.

Brookey R.A., Oates T.P. (2015) *Playing to Win: Sports, Video Games, and the Culture of Play.* Bloomington, Indiana: Indiana University Press.

Nölleke D., Grimmer C.G. & Horky T. (2017) News Sources and Follow-up Communication. *Journalism Practice* 11(4): 509–526.

Rowe D. (2003) *Sport, Culture & Media: The Unruly Trinity.* Glasgow: McGraw-Hill Education.

Siguenciaa L.O., Hermana D. et al. (2016) The Role of Social Media in Sports Communication Management: an Analysis of Polish Top League Teams' Strategy. *Procedia Computer Science* 104: 73–80.

Wenner L. (1998) *MediaSport.* London: Routledge. Taylor and Francis Group.

Notes

Dannye po domenu allsportinfo.ru [Data on the allsportinfo.ru domain]. (In Russian). Available at: http://www.1stat.ru/?domain=allsportinfo.ru (accessed: 12.06.17).

Fentezi [Fantasy]. (In Russian). Available at: https://www.sports.ru/fantasy/ (accessed: 10.11.2017).

Informatsiya dlya pravoobladateley [Information for Rights Holders]. (In Russian). Available at: https://www.sports.ru/docs/contentinfo/ (accessed: 10.11.2017).

Khabibrakhimov A. (2017) *«VKontakte» predstavila platformu dlya sozdaniya longridov i dobavila prosmotr statey vnutri sotsseti* [VKontakte Presented a Platform for Creating Longreads and Added a Review of Articles Inside the Social Network]. (In Russian). Available at: https://vc.ru/26761-vkontakte-predstavila-platformu-dlya-sozdaniya-longridov-i-dobavila-prosmotr-statey-vnutri-socseti (accessed: 15.11.2017).

Kononykhin S.N. *Sport na radio i televidenii. Istoricheskiy ocherk* [Sports on Radio and Television. A historical essay]. (In Russian). Available at: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=79 (accessed: 12.06.2017).

Kratko o vstreche «Sport v media: kak gotovit'sya k ChM 2018» [Briefly about the Meeting "Sports in the Media: How to Prepare for the 2018 World Cup"]. (In Russian). *Zhurnalist*. Available at: http://jrnlst.ru/sport-in-media (accessed: 20.11.17).

O Sports.ru [About Sports.ru]. (In Russian). Available at: https://www.sports.ru/docs/about/ (accessed: 10.11.2017).

Po tu storonu kadra: kak rabotaet TV na Olimpiade [Beyond the Frame: How TV works at the Olympics]. (In Russian). Available at: https://olymp2010.ria.ru/olympvideo/20100227/211148205.html (accessed: 20.11.17).

Rekordy Sochinskoy Olimpiady [Records of the Sochi Olympics]. (In Russian). Available at: https://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro/pro-olimpiadu/rekordy-cochinskoy-olimpiady (accessed: 12.06.17).

Romanova A. (2010) *Komanda VGTRK pristupila k rabote na Olimpiade* [The VGTRK Team Started to Work at the Olympics]. (In Russian). Available at: https://www.vesti.ru/doc.html?id=341263&p=10&sort=1&cid=1 (accessed: 20.11.17).

Sayt mezhdunarodnogo Olimpiyskogo komiteta [The IOC Website]. (In Russian). Available at: https://www.olympic.org/ (accessed: 12.06.17).

Solomatina O. (2016) *Olimpiada-80: vzglyad iz-pod «zheleznogo zanavesa»* [Olympics-80: a Look from under the "Iron Curtain"]. (In Russian). Available at: https://ria.ru/75_radio/20160429/1423072938.html (accessed: 12.06.2017).

Soobshchestvo Sports.ru. Prostye pravila, kotorye sdelayut sayt i vashu zhizn' luchshe [Community Sports.ru. Simple Rules that Will Make the Website and Your Life Better]. (In Russian). Available at: https://www.sports.ru/tribuna/blogs/zhaglagdonks/1476847.html (accessed: 10.11.2017).

Sport Stories. Available at: https://rsport.ria.ru/sportstories/ (accessed: 10.11.2017).

References

Alekseev K.A. (2008) *Sportivnaya pressa Rossii XIX nachala XX vv.: istoriko-tipologicheskiy analiz. Avtoref. diss. ... kand. fil. nauk*. [Russian Sports Press of

the 19th – Early 20th Centuries: Historical and Typological Analysis. Abstract of PhD philol. sci. diss.] (In Russian). St. Petersburg.

Alekseyev K.A., Il'chenko S.N. (2013) *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports Journalism]. (In Russian). Moscow: Yurayt Publ.

Baranov V.V. (2001) *Sportivnaya pechat' RF. Formirovanie novoy sistemy: 90-e gody. Dis. ... kand. filol. nauk* [Russian Sports Press. Formation of a New System: the 90s. PhD philol. sci. diss.] (In Russian). Moscow.

Bernstein A., Blain N. (2002) *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimensions.* New York: Routledge. Taylor and Francis Group.

Brookey R.A., Oates T. P. (2015) *Playing to Win: Sports, Video Games, and the Culture of Play.* Bloomington, Indiana: Indiana University Press.

Edel'man R. (2008) *Ser'eznaya zabava. Istoriya zrelishchnogo sporta v SSSR* [Serious Fun. The History of Spectacular Sports in the USSR]. (In Russian). Moscow: Soviet Sport Publ.

Il'chenko S.N. (2009) Sport i elektronnye media: aspekty kommunikativnogo vzaimodeystviya [Sports and Electronic Media: the Aspects of Communicative Interaction]. (In Russian). *Vestnik SPbGU* 9(4): 232–236.

Krylova A.A. (2016) Osobennosti podachi sportivnoy informatsii v SMI s pomoshch'yu infografiki [Presentation of Sports Information in Mass Media with the Help of Infographics]. (In Russian). In: *Young scientist: challenges and prospects*. Moscow: Internauka Publ.

Mamet'ev E.V. (2017) Funktsionirovanie sportivnykh SMI v sotsial'nykh media. sportivnaya zhurnalistika v epokhu Web 3.0 [Operation of Sports Media in Social Media. Sports Journalism in the Web 3.0 Era]. (In Russian). *Mediasreda* 12: 179–184.

Markov V.T. (2016) Tekst sportivnogo reportazha kak raznovidnost' ustnoy publichnoy rechi [A Sports Reportage Text as a Variety of Oral Public Speech]. (In Russian). *Almanac of world science*, 201(5): 103–104.

Markov V.T. (2014) Yazykovye osobennosti i logiko-semanticheskoe ustroystvo tekstov sportivnogo reportazha [Linguistic Features and the Logical and Semantic Framework of a Sports Reportage Text]. (In Russian). *Communicative Studies* 1: 113–124.

Mashkova S.G. (2006) *Internet-zhurnalistika* [Internet Journalism]. (In Russian). Tambov: Tambov St. Technical Univ. Publ.

Mikhaylov S.A. (2005) *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports Journalism]. (In Russian). St. Petersburg: V. A. Mikhaylov Publ.

Nölleke D., Grimmer C.G. & Horky T. (2017) News Sources and Follow-up Communication. *Journalism Practice* 11 (4): 509–526.

Revenko A.A. (2016) Predposylki vozniknoveniya i etapy stanovleniya pechatnykh izdaniy o puteshestviyakh [The Background and Formation Stages of Travel Publications]. (In Russian). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Filologiya* 15(6): 7–18.

Rowe D. (2003) *Sport, Culture & Media: The Unruly Trinity.* Glasgow: McGraw-Hill Education.

Siguenciaa L.O., Hermana D. et al. (2016) The Role of Social Media in Sports Communication Management: an Analysis of Polish Top League Teams' Strategy. *Procedia Computer Science* 104: 73–80.

Slyusarenko E.A. (2003) *Spetsializirovannye zhurnaly o sporte: tipologicheskie i profil'nye kharakteristiki. Dis. ... dokt. filol. nauk* [Specialized Magazines about Sports: Typological and Profile Characteristics. Dr. philol. sci. diss.]. (In Russian). Moscow.

Tulenkov D.A. (2005). Sovetskaya fizkul'turno-sportivnaya zhurnalistika vo vtoroy polovine 1930 gg.: osobennosti funktsionirovaniya [Soviet Physical Education and Sports Journalism in the Second Half of the 1930s: Functioning Features]. (In Russian). *Journalism 2004: Mass media in the multipolar world*: 311–312. Moscow.

Vashchuk M.A. (2014) Organizatsiya raboty natsional'nogo fotopula na Olimpiyskikh igrakh v Sochi 2014 [Organizing the Work of the National Photo Pool at the Olympic Games in Sochi 2014]. (In Russian). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* 2: 36–45.

Vashchuk M.A. (2016) Problemy razvitiya otechestvennoy sportivnoy fotografii (konets XIX - seredina XX veka) [Development Problems of National Sports Photography (the Late 19th – Mid 20th century)]. (In Russian). *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta*. Seriya 1. Problemy obrazovaniya nauki i kul'tury 2: 71–76.

Volkov B.Yu. (2012) Priznaki «massovoy pechati» v ispanskikh sportivnykh gazetakh [Signs of the "Mass Press" in Spanish Sports Newspapers]. (In Russian). *Mediascope* 2.

Volkov B.Yu. (2011) «Radio Marka» i sportivnaya tematika v radioveshchanii Ispanii [Radio Marka and Sports Topics in Spanish Radio Broadcasting]. (In Russian). *Mediascope* 3.

Voytik E.A. (2016) *Sportivnyy mediatekst: zakonomernosti stanovleniya i paradigma razvitiya. Dis. ... dokt. filol. nauk* [Sports Media Text: Formation Patterns and the Development Paradigm. Dr. philol. sci. diss.] (In Russian). St. Petersburg.

Wenner L. (1998) *MediaSport*. London: Routledge. Taylor and Francis Group.

Yakovleva T.B., Kazankina E.V. (2014) K voprosu o spetsifike raboty elektronnykh sportivnykh SMI [Towards the Specificity of Electronic Sports Media]. (In Russian). *Science and modernity* 30: 40–44.

Zamkov A.V., Krasheninnikova M.A., Lukina M.M., Tsynareva N.A. (2017) Robotizirovannaya zhurnalistika: ot nauchnogo diskursa k zhurnalistskomu obrazovaniyu [Robotic Journalism: from Scientific Discourse to Journalistic Education]. (In Russian). *Mediascope* 2.

Поступила в редакцию
16.02.2018