

Система российских специализированных спортивных интернет-медиа

Научный руководитель – Колесниченко Александр Васильевич

Эшкинина Ульяна Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: marsipelamin@mail.ru

В настоящее время спортивная часть интернета представлена практически четырьмя тысячами сайтов. Исследователи анализируют отдельные аспекты функционирования спортивных интернет-медиа - спортивную информацию [1], инфоповоды [3], аудиторию [7], роль в медиакommunikации [4], тренды [6], контент и визуальную составляющую [5], их трансформацию [2]. Однако цельного понимания того, что представляет собой система спортивных интернет-СМИ, до сих пор нет. Проведенное исследование затрагивает внутреннюю ее часть - специализированные спортивные интернет-медиа, и изучает их структуру, типологию и особенности развития.

В выборку вошли 100 наиболее посещаемых специализированных ресурсов из рейтинга спортивных сайтов LiveIntenet, соответствующие следующим критериям: освещение одного или нескольких смежных видов спорта, регулярное обновление информации на сайте, преобладание журналистских материалов. Были охвачены как специализированные спортивные интернет-СМИ, обладающие официальной аккредитацией, так и порталы, не имеющие статуса средств массовой информации, но адресованные любителям и профессионалам определенных видов спорта и фактически выполняющие функции СМИ. Сайты анализировались по нескольким аспектам: количество материалов в день/неделю; число посетителей в месяц; официальная регистрация в качестве СМИ; время существования. А также была предпринята попытка классификации специализированных спортивных интернет-изданий.

Ключевые выводы исследования:

- в систему специализированных спортивных интернет-СМИ входят специализированные профессиональные интернет-издания, специализированные массовые интернет-издания, клубные интернет-медиа, сайты федераций видов спорта, фан-сайты, а также коммуникационные и статистические площадки;

- большинство специализированных спортивных интернет-медиа не являются официальными СМИ. 86% проанализированных ресурсов не имеют свидетельства электронной регистрации в качестве средства массовой информации. Однако это не уменьшает их значимости для спортивной аудитории. Они выполняют все функции СМИ;

- у некоторых видов спорта отсутствует свое интернет-медиа. 100 исследованных порталов представляют лишь 26 видов, из которых отчетливо выделяются наиболее популярные (футбол, хоккей и боевые искусства), относительно популярные (лыжные виды, конный спорт, шахматы, бильярд, формула - 1, волейбол, настольный теннис, бодибилдинг) и непопулярные (художественная гимнастика, фигурное катание, легкая атлетика, фехтование, туризм, скалолазание, бадминтон, большой теннис, баскетбол, каноэ, синхронное плавание, велосипед, американский футбол, пляжный футбол, киберспорт).

- система специализированных спортивных интернет-СМИ объединяет специализированные спортивные интернет-медиа, имеющие абсолютно разные количественные показатели. Наблюдаются весомые отличия по числу публикуемых материалов (от 1-го в неделю

до более 50-ти в сутки), количеству посетителей (от нескольких тысяч до более двух миллионов в месяц), по году издания (от ресурсов, образованных в конце прошлого века, до только созданных).

Полученные результаты позволяют представить специализированные спортивные интернет-СМИ единой системой, характеризующейся общностью типологических признаков, сходным целевым назначением и идентичными выполняемыми функциями.

Источники и литература

- 1) Алексеев, К.А., Ильченко С.Н. Основы спортивной журналистики: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2016.
- 2) Бабюк М. И. Особенности трансформации российских спортивных медиа в условиях кризиса 2014 – 2015 гг. Актуальные проблемы медиаисследований-2016: междунар. науч.-практ. конф. НАММИ. – М., 2016.
- 3) Войтик Е. А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI века / науч. ред. Б. Я. Мисонжников. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2013.
- 4) Данилова М.Н. Спорт как медиакоммуникационный феномен // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 3. С. 519–538.
- 5) Крылова А.А. Особенности подачи спортивной информации в СМИ с помощью инфографики // Молодой ученый: вызовы и перспективы. 2016. № 2. С. 100–106.
- 6) Легкова Е.А., Попова Е.О. Медиатренды современной спортивной журналистики через призму интернет-СМИ // Мировая журналистика: единство многообразия, 2018. С. 401-406.
- 7) Михайлов С. А., Мостов А. Г. Спортивная журналистика: учеб. пособие. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2005.