

СОДЕРЖАНИЕ

Введение………………………………………………………………..................3

1. История создания и развития спортивной периодики до

1991 года

* 1. Становление спортивной периодики в дореволюционный период……………5
  2. Советский этап развития спортивной печати…………………………………...8

1. Специфика развития современной спортивной прессы

2.1 Общее состояние спортивной периодики в современной России………..…..15

2.2 Ведущие периодические издания………………………………………………24

Заключение……………………………………………………………….………27

Список использованных источников……………………………….………..…29

**Введение**

Прежде, чем вникать в определенную сферу журналистской деятельности, безусловно, следует дать дефиницию явлению, с которым предстоит работать. Термину «спортивная журналистика», Д. А. Туленков предложил следующее определение: «Спортивная журналистика — это социально значимая деятельность по сбору, обработке и распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, Интернет), опирающаяся на специальный̆ предмет рассмотрения, описания, анализа и аудиторию» [[1]](#footnote-1). Таким образом, объект спортивной журналистики – спорт как явление, а также люди, события, словом, вся социокультурная жизнь, связанная со спортом.

Таким образом, цель спортивной журналистики — информировать аудиторию о спорте. Этой цели данная отрасль журналистики служит уже многие-многие века, условно начиная с описаний Олимпийских игр в «Илиаде» и «Одиссее».

Появление спортивной прессы стало закономерным этапом эволюции отечественной журналистики в XIX в. Стремительный промышленный взлет России во второй половине столетия, бурное развитие науки и техники, демократизация читательской аудитории, повышение уровня образованности и культуры, появление новых увлечений и интересов — все это способствовало генезису специальной печати, отражавшей события всех отраслей науки, экономики и культуры. Спортивная пресса, формировавшаяся в рамках единого процесса развития журналистики, подчинявшаяся общим законам, оперативно откликавшаяся на требования времени, заняла в это время прочное место в отряде специализированной периодики.

**Степень изученности темы.** Особенности функционирования спортивной журналистики в нашей стране, конечно же, были предметом специального научного исследования. Однако наличие в советском время исключительно идеологизированных подходов к изучению темы, связанной со спортивной печатью, не может быть названо объективным. Однако в последнее время выходит все больше учебных пособий и научных работ по спортивной журналистике, в их числе назовем: «Спортивная журналистика» К.А. Алексеева и С.Н. Ильченко; «Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в.» Е.А. Войтик, диссертация В.В. Тулупова «Репрезентация феномена спорта в процессе массовой социальной коммуникации».

**В данной работе** проанализированы особенности развития спортивных печатных изданий в нашей стране.

Об **актуальности** свидетельствует то, что на сегодняшний день спортивная журналистика, как и объект ее освещение все более популярен. Это происходит в связи с ростом престижа России как одного из мировых спортивных лидеров, а также массовым развитием спорта в России; в том числе благодаря проведению Олимпийских игр в Сочи в 2014 г., предстоящего чемпионата мира по футболу в 2018, а также в связи с тем, что Санкт-Петербург будет представлять Россию на чемпионате Европы в 2020г.

**Объектом исследования** выступает отечественная журналистика.

**Предмет исследования** спортивная журналистика.

**Методами исследования** послужили историко-хронологический и контекстуальный методы анализа истории спортивной журналистики.

**Цель данной работы состоит** в выделении характерных тенденций в развитии спортивной журналистики

Для достижения поставленной цели выделены следующие **задачи**:

1. Изучение литературы по проблеме исследования

2. Выявление тенденций в развитии спортивной периодики в России

3. Анализ современного состояния спортивной прессы в нашей стране

**Значимость исследования** заключается в создании базы для проведения дальнейшего практического изучения особенностей развития спортивной журналистики в России.

**Структура работы:** Работа состоит из введения, основной части, состоящей из двух глав, заключения, списка использованных источников.

1. История создания и развития спортивно периодики до

1991 года

* 1. Становление спортивной периодики в дореволюционный период

Основываясь на исследованиях Константина Алексеева и Сергея Ильченко[[2]](#footnote-2): предлагаем выделить следующие этапы в развитии Российской спортивной журналистики:

1. Дореволюционный; вторая половина (1820-е - 1920-е годы);
2. Советский; (1920-е годы – 1991);
3. Постсоветский, современный; ( 1991– наше время).

Появление спортивной прессы стало закономерным звеном эволюции отечественной журналистики в XIX в. Известно, что первым изданием, довольно регулярно писавших о спорте, была "Северная пчела" Фаддея Булгарина. Действительно, в одном из материалов он даже растолковал это понятие: «С учреждением яхт-клуба, скачек у нас начался развиваться английский спорт. Этим словом называют все гимнастические упражнения и забавы, сюда же принадлежит псовая охота, фехтовани6, рыболовство, мореплаванье»[[3]](#footnote-3). Более того, по сведениям знатока истории Санкт-Петербурга Петра Столпянского, "самое слово "спорт" введено было в наш язык <...> в 1851 г. редактором тогдашней "Северной пчелы" Булгариным".[[4]](#footnote-4)

Открывает ряд отечественной специализированной спортивной периодики "Еженедельник для охотников до лошадей", выходивший в Москве в 1823—1827 гг. Пожалуй, эта одна из наиболее интересных и характерных черт спортивной печати в нашей стране. Интересно, что именно конный, или «конский», как говорили в 19в. спорт, открыл историю спортивной печати. Это был наиболее популярный из всех видов спорта в России 19в., ведь войны, которые постоянно вела Российская Империя, требовали улучшать уровень мастерства наездников и подготовку кавалерии. Так, сферы увеличений были преобразованы в спортивные соревнования. Заметим также, что Великий князь Дмитрий Павлович даже входил в российскую делегацию конников на Олимпийских играх в Стокгольме в 1912 г. Поскольку спорт был занятием для обеспеченных слоев общества, то и журналистика носила своего рода элитарный характер. Ведь читать такие издания было интересно в основном офицерам и людям, интересующимся конным спортом. Выделим также экономическую сторону – в стране в то время падало количество конезаводов и их владельцы стремились усерднее продвигать свой «продукт».

Также можно отметить и то, что, например, шахматы (и параллельно с ними — шашки) традиционно имели очень широкое распространение среди образованных слоев в начале 20-го века, а знаменитый шахматный "маэстро" Михаил Чигорин издавал и редактировал в Санкт-Петербурге сначала "Шахматный листок", затем "Шахматный вестник", которые вывел на очень высокий профессиональный уровень. Чигорин видел его задачу в распространении шахматных знаний в России и объединении русских шахматистов. Также публиковались статьи по теории и истории шахмат, литературные материалы; наиболее интересные из них — «Курс дебютов» и «Курс концов», «Теория шахматных задач».

Однако не стоит думать, что в России спортивная журналистика развивалась лишь через специализированые издания. Широко освещал эту тему журнал «Спорт». На его страницах был представлен максимально широкий жанровый диапазон. Отчеты со спортивных состязаний, хроника, репортажи, а также большие теоретические статьи по разным вопросам спорта. Выходил журнал под редакций Георгия Дюперона, «отца спортивной журналистики»,[[5]](#footnote-5). Он – человек потрясающей работоспособности (После закрытия «Спорта» сотрудничал со многими спортивными изданиями, печатался и в советское время, не прекращая свою деятельность вплоть до самой смерти в 1934г.), историк спорта, заложивший основание разработке теоретических взглядов на типологию, классификацию и историю спортивной периодики.

Ко времени февральской революции 1917 г. в России выходило около полутора десятков спортивных печатных изданий. Но сложные экономические и политические условия, связанные с революциями и войной, не давали спортивной журналистике развиваться. Так, бумага стала дорожать, штат сотрудников упразднялся, а потому все печаталось на бумаге крайне низкого качества. На этом первый этап истории спортивной журналистики подошел к своему завершению.

1.2 Советский этап развития спортивной печати

Реинкарнацией спортивной периодики стал советский период. В это время делается серьезный акцент на развитие массовой физической культуры. Физкультурники рассматривались как будущие защитники советского государства. Спортивная журналистика развивается в контексте идеологии; ее первостепенная задача заключалась в привлечении масс людей в спорт, при соблюдении принципов пропаганды, агитации и организации.

Первым советским спортивным журналом стала «Физическая культура», появившийся в 1921 году. Годом позже в стране создается первое издание информативного плана – «Известия спорта», где события освещались в качестве хроники и корреспонденций. От первых изданий оттолкнемся к следующей тенденции – создатели этой периодики стремились начать историю спортивной журналистики заново, пересобрать ее вне западных и предыдущих образцов, поскольку первые – чужды по идеологическим соображениям; вторые – «насквозь пропитаны убогими мелкомещанскими традициями некультурного пошиба»[[6]](#footnote-6)

К 1925 году спортивная пресса начинает развиваться в двух направлениях и связано это с разделением целевой аудитории: первое – журнал, освещающий научно-методические вопросы, предлагающий материалы для специалистов, занимающихся подготовкой спортсменов, - тренеров («Физическая культура»). Второе направление – еженедельники или двухнедельники, обусловленные интересом массовой аудитории. (Известия спорта.). Со временем появляются культовые газеты и журналы, вроде «Советского спорта», «Шахматы в СССР», «Турист».

Развитие и продвижение комплекса ГТО требовало информационного обеспечения и не удивительно что целый ряд спортивных изданий включились в эту информационно идеологическую работу. То есть массовый спорт стал частью государственной политики под лозунгом «От значка ГТО – к золотой олимпийской медали». Уже в то время зарождалась тенденция продвижения имиджа отдельных спортсменов с целью создания из них примеров для подражания. Примером этому являются братья Старостины. Печать превращала спортсменов в кумиров, и, как ни странно, их рекорды начинали стимулировать массовое спортивное движение.

Нельзя не выделить и еще одно старейшее спортивное издание, организованное в 1928 году, - «Физкультура и спорт». Журнал содержал научно-популярный материал, технико-методические статьи, и практические советы, наряду с богатым отделом информации. Таким широким кругом охвата тем журнал должен был привлечь самую широкую аудиторию: «… и инструктора-методиста, и организатора, и кружковца-активиста, и рядового начинающего физкультурника, и одновременно представлял бы интерес и для начинающего читателя.»[[7]](#footnote-7)

Именно еженедельник «Физкультура и спорт» стал первым общесоюзным спортивным изданием, ведь он расходился по всему Советскому Союзу общим тиражом 60 тыс. экземпляров.( в 1930 году). Этот еженедельник был лидером среди периодической продукции одноименного издательства. Тут выделим еще одну тенденцию – дифференцированность. Так, то же издательство выпускало газеты и журналы, рассчитанные на удовлетворение различных аудиторных потребностей: «Теория и практика физической культуры», «Физкультивист», «Физкультура в школе», «На суше и на море», « Спартак» и многие другие.

Прежде всего, для 20-30 гг. 20 в. Характерны постоянные обсуждения в печати: нужен ли тот или иной спорт советскому обществу? В частности, деятели спорта спорили о судьбе футбола, тенниса, фехтования, бокса, гимнастики, борьбы.[[8]](#footnote-8) Например, рассматривались варианты игры в футбол без ворот, голов и обводок, поскольку это развивало нездоровый дух обмана и грубости.

В Итоге советскими идеологами было установлено, что особенной пролетарской физической культуры не существует. Хоть спорт и создан в буржуазных странах, но в результате советской «обработки» спорт очищается, приобретает новое содержание. Как итог – большинство видов спорта остались без внешних изменений, но обрели дополнительную политическую и идеологическую окраску.

Отсюда проистекает следующее специфическое свойство советской спортивной печати, - ее политизированность. Иначе говоря, изучая издания вроде «Физкультуры и спорта», «Красного спорта», «Физкультивиста», можно сделать вывод, что вся спортивная журналистика направлена, во-первых, на укрепление физического здоровья граждан: во-вторых – на их идеологическое воспитание. «Огромна роль физкультурной печати в деле воспитания масс. Борьба за четкую линию, за участие в повседневной общественно-политической жизни страны, широкая информация о жизни и борьбе наших пролетарских спортивных организаций на Западе – все это должно содействовать воспитанию полноценных бойцов и строителей социализма».

Следствием идеологического наполнение спортивной прессы было огромное количество лозунгов. Они встречались и в тексте, и в качестве заголовков, и как элемент полосы. Приведем несколько примеров лозунгов: «Спорт – искусный воспитатель мужества, смелости, решительности и упорства» ( «Красны спорт»); «Чем больше у нас будет спортивных площадок, тем меньше придется строить больниц» («Известия спорта»); «Поднять ярость масс против физкультголовотяпов» ( (Физкультура и спорт»)[[9]](#footnote-9).

Нельзя не упомянуть и о том, как освещался в спортивной прессе спорт за границей. В дореволюционный период развитие спорта в России протекало в общемировых рамках, однако после Великой Октябрьской Социалистической Революции наша страна огородилась от всего мира. Так, произошло четкое разделение – есть буржуазный спорт и есть пролетарский, красный, советский спорт.

Первые советские издания с самого начала взялись освещать буржуазный спорт, но в виду недостатка информации и нежелания руководства Советского Союза отпускать журналистов за рубеж, освещение западного спорта со временем тухло. К тому же неприятие советского государства на Западе привело к отсутствию пролетарских представителей на международных спортивных соревнованиях, а поскольку нет участников – нет и повода писать о них. Однако не следует думать, что западный спорт в этом периоде вообще не освещался. Так, «Красный спорт» регулярно и хорошо говорил о зарубежном спорте. Там были статьи о канадском хоккее и кубке Стэнли, об английском футболе и стадионе «Уэмбли» , велогонке Тур де Франси о многом другом. Появлялись публикации о встрече советских спортсменов с представителями рабочих союзов тех стран, где эти рабочие союзы были традиционно сильны и многочисленны. Существовал во многих изданиях отдел «За рубежом», публиковавший аналитические статьи, новости, материалы о тактике и технике разных видов спорта. Соседствовали с этими публикациями материалы о коррумпированности, бесчеловечности нравов, расовой дискриминации.

Но, к сожалению, все интересные тенденции ближе к завершению 30-х годов не получили надлежащего развития и даже прекратились в конце десятилетия. В 1938-39 гг. «Красный спорт», «Физкультура и спорт» и другие издания были втянуты в общую борьбу против врагов народа. Так, номера 31-36 «Красного спорта» были посвящены «право-троцкистским блоком». То есть, большая часть содержания не имела отношения к спорту. Также издания характеризовались появлением доносительскими материалов.

На этом фоне зарождался и укреплялся культ личности Сталина. Его имя упоминалось практически в каждом номере, в том числе в литературных произведениях, не имеющих отношения к спорту.

Итак, накануне Великой Отечественной войны советская журналистика практически состояла из общественно-политических и физкультурно-спортивных изданий.

Развитие спортивной журналистики было прервано в июне 1941 года, когда прекратилась деятельность физкультурников и журналистов в связи с уходом на войну. Спортивные издания же с начала войны продержались максимум несколько месяцев и и освещали мобилизацию советских физкультурников и подвиги спортсменов на войне.

В 1945 г., после окончания войны, были возрождены журнал «Физкультура и спорт» и газета «Красный спорт», вместе с некоторыми другими изданиями.

Новый толчок в развитии спортивная пресса получила после того, как советские спортсмены вышли на мировую арену, начав учувствовать в Олимпиадах, чемпионатах мира и Европы. Задачи продвижения спорта, его высших достижений стали требовать совершенствования системы распространения информации учебно-методического характера. В итоге появился ряд методических изданий, направленных на усиление развития «советской спортивной школы». В1955 г. Начал выходить новый ежемесячный журнал «Спортивные игры». Его задача была в следующем: « Журнал призван помогать решать спортсменам решать в области спортивных игр основные задачи , поставленные Коммунистической партией, советским правительством, всем советским народом. Само название журнала определяет круг видов спорта, которые найдут отражение на его страницах. Это Баскетбол, футбол, теннис, хоккей с шайбой, водное поло и тд.».[[10]](#footnote-10)

Линейку популярных спортивно-методических изданий продолжило в 1960 г. Появление приложения к газете «Советский спорт» воскресника «Футбол». Сразу после его появления журнал приобрел сверхпопулярность. В нем читатель знакомился с широкой географией мирового футбола из Англии, Испании, Италии, Бразилии и прочих мировых футбольных держав. Спустя семь лет «Футбол был реорганизован в новый журнал под названием «Футбол-хоккей». Изменение политики и названия издание обусловлено тем, что Леонид Брежнев, Генеральный секретер ЦККПСС в 1966-82 годах, больше любил хоккей, чем футбол.

Во многом благодаря спортивной печати советский спорт использовался как идеологическое средство. Так, Н.П. Бродская отмечала, что Яркие спортивные достижения советских спортсменов давали повод для законной гордости советским гражданам за свою страну, воспринимались как редкая возможность непосредственного сопоставления социалистического и капиталистического образов жизни, и сравнение это очень часто оказывалось не в пользу последнего» .[[11]](#footnote-11)

В 70-80-х годах спортивная журналистики, также как и государство переживало эпоху застоя. Причем речь тут не о тиражах («Советский спорт» с тиражом в 4 млн. экз. Бил мировые рекорды), а о развитии спортивной печати как явления. В 1975 году выходило не более трех десятков спортивных изданий. По прежнему на ведущих ролях была газета «Советский Спорт» с приложением «Футбол-Хоккей», журналы «Физкультура и спорт» и «Спортивные Игры».

Закономерным окончанием советского периода спортивной журналистики стали сложные экономические условия и слабое финансирование массового спорта. Некоторые спортсмены и тренеры мигрировали из страны. Так начался кризис не только спортивной журналистики, но и кризис спорта. Как итог - значительно снизился интерес аудитории к спортивной журналистике и к объекту ее отображения – спорту.

Ключевым событием, подтвердившим изменение государственное отношение к журналистике в общем и спортивной журналистике в частности стал, вышедший в 1990г. Закон СССР «О печати и других средств массовой информации» Тремя принципиальными особенностями закона о печати 1990 года были: отмена цензуры (статья 1 – "свобода печати"); плюрализм учредительства и то, что закон носит не разрешительный, а заявительный (регистрационный) характер (то есть на открытие издательства или СМИ не надо получать разрешение, а нужно только зарегистрироваться в соответствующем органе).

Подводя итог советскому периоду спортивной печати скажем, что она имела сложную, вместе с тем и крайне интересную историю, не схожую с ее мировыми аналогами. Но бурный рост и следующий за ним период консервации поставил вопрос о выработке новой идеологии, или полной ее отмены для освещения спорта, поскольку прежняя с каждым годом становилась все менее эффективной. Как мы видим, государство менялось, и спортивная журналистика трансформировалась вслед за ним, следуя всем экономическим и политическим тенденциям.

1. Специфика развития современной спортивной прессы
   1. Общее состояние спортивной периодики в современной России

Как уже было сказано, новый статус журналистики, в том числе и спортивной, ознаменовал, вышедший в 1990г. Закон СССР «О печати и других средств массовой информации». В качестве основных характеристик выделим следующие: новые экономические условия требовали новых подходов и маркетинговых решений в формировании российской спортивной журналистики Коммерческая сторона получила широкое освещение – на страницах все больше появлялась реклама, тем самым помогая журналам улучшать качество печати и увеличивать тиражи. Заметим также и то, что газеты и журналы в принципе, не только спортивные, раскалывались на несколько частей. Люди современной формации создавали новые издание (Тот же «Спорт-Экспресс»), а консерванты оставались поддерживать советскую печать.

Но все-таки наиболее интересной тенденцией в этом периоде обозначим так: в связи со спецификой рыночных отношений и нестабильностью рынка, на примере практически всех изданий мы видим резкий подскок, и не менее резкое падение вниз из-за появления интернета и новыми запросами аудитории в области повышении оперативности, а отсюда, на наш взгляд, можно спрогнозировать будущую тенденцию – перемещение, вернее, перерождение всей спортивной печати в электронный, карманный интернет-формат.

Изменилось понятие «спортивная информация», равно как и аудитория подверглась некоторым преобразованиям. Теперь, в связи с отсутствием идеологии, спортивные издания не носят общественно-политический характер (важно заметить: внешне не носят). Сегодня спортивная информация тесно связана с понятиями «информационные потребности» и «тематические интересы». Первое сопряжено с естественной человеческой потребностью в информации, вторая с рекреативной функцией спортивной журналистики.

При анализе информации рынка спортивных изданий в России Е.А. Войтик[[12]](#footnote-12) выделяет три основных сегмента: массовой, специализированной (тематической), профессиональной (предназначенной для научной и профессиональной деятельности).

К массовой информации можно отнести спортивные публикации, теле-, радио- сюжеты, которые представлены в общественно-политических и неспециализированных изданиях, теле- и радиоканалах, а также в журналистских интернет-источниках, включая и ряд общеспортивных масс-медиа. Сама информация простроена на подачи «общих» сведений о спортивном событии, без углубления в специфику, поэтому она предназначена для широкого круга аудитории, не обязательно интересующиеся спортом. В этом случае важны и журналистские приемы в подаче спортивных материалов – они написаны простым языком, не перегружены спортивной терминологией.

Специализированная (тематическая) информация представляет собой более сложные материалы, основанные на конструктивном смысловом и логическом строении. Обычно они встречаются в специализированных спортивных СМИ, посвященных определенному спортивному виду или роду деятельности, напрямую или косвенно связанной со спортом (бизнес, медицина, маркетинг, строительство спортивных сооружений и др.); реже – в прессе иного профиля. При создании подобных текстов журналисты нередко используют лексические, синтаксические и концептуальные приемы (общеязыковые метафоры, перифразы, фразеологизмы, оценочные выражения и т.п.). Нередко для усиления подачи необходимой информации о спортивном явлении, особенно в печати, авторы применяют узкие спортивные термины, которые мало знакомы несведущему читателю. Поэтому такие тексты в большей степени интересны для знатоков спорта. Эти представители аудитории обычно являются не только стабильными болельщиками, посещающими стадионы, но и проявляют постоянный интерес к спортивной информации в СМИ.

К профессиональной информации о спорте относится научная и техническая информация. В первом случае это публикации о спорте, представленные в научных и научно-популярных изданиях теоретиками спорта. Они написаны достаточно сложным научным языком и предназначены для узкого круга читателей: преподавателей, научных сотрудников и тренеров, в основном работающих на спортивных факультетах, кафедрах при академиях, институтах, университетах, в спортивных организациях и т.п.

Немаловажную роль в современной спортивной печати начала играть инфографика. Это связно с тем, что компьютерные технологии постоянно развиваются и появляются все более и более интересные варианты для заполнения страниц интересными графическими изображениями. Так, на страницах газет и журналов все больше рисунков, диаграмм, схем, таблиц, графиков. В рамках современной спортивной журналистики она может применяться как в печати, так и на телевидении (особенно при трансляциях спортивных состязаний). В печатных СМИ инфографика может быть представлена в виде:

1. схем, воспроизводящих расположение игровых позиций спортсменов (в газете «Советский спорт»), игровую ситуацию (серия схем эпизодов разных матчей в журнале «2×45») и другую информацию (схема элементов безопасности в Формуле-1 или структура покрытия теннисного корта);
2. диаграмм, отражающих различные сведения из спортивной жизни, в том числе динамику развития того или иного спортивного действия. Они могут иметь разные формы: линейчатую и круговую, диаграмму с областями, гистограмму, график и т.д.;
3. технических характеристик различного спортивного оборудования, спортивной экипировки;
4. рисунков, которые могут выступать как сопутствующий элемент к основному тексту;
5. фотоколлажей в спортивных журналах.

Преобразования претерпела и жанровая система спортивной журналистики. В свете потребности аудитории в максимальной оперативности наиболее часто информация передаются в форме заметки или корреспонденции. Заметка служит только для сообщения о факте, в корреспонденции возможен его краткий анализ и комментарий. По нашему убеждению, жанром, наиболее подходящим для отображения спортивных событий, наглядного изображения его ключевых моментов, остается репортаж, который сегодня в спортивной прессе утратил свои позиции, практически полностью переместившись на ТВ, а местами и на радио. В последнее время особую популярность приобрела такая разновидность репортажа, как репортаж в режиме онлайн, широко используемый на спортивных сайтах, вроде Sportboх, Чемпионат, Sports.ru. Спортивные события (чаще всего это футбольные матчи) отражаются в краткой текстовой форме, в несколько предложений, так, стремительная экспансия Интернета в сфере спортивной журналистики привела к тому, что распространение онлайн-репортажей фактически сделало бессмысленным существование на газетных полосах еще одного информационного жанра — отчета. Особенно широкое распространение получило интервью и как способ получения информации, и как жанр. Существует достаточно широкий спектр разновидностей этого жанра, которые находят себе применение в спортивной журналистке:

1. информационное интервью, где предметом выступает конкретное событие из мира спорта как таковое, и аналитическая составляющая ситуации отсутствует;
2. портретное интервью, целью которого является раскрытие деятельности и характера той или иной спортивной личности;
3. экспертное интервью, в котором первостепенное значение имеет мнение специалиста в той или иной области спорта по поводу опять же конкретного события;
4. проблемное интервью, в котором раскрываются негативные или проблемные стороны спорта;
5. блиц-интервью, состоящее из двух-пяти вопросов. Оно, как правило, рождается в перерывах между этапами соревнований или сразу после их завершения. В нем более всего ценится именно живой и непосредственный отклик "по горячим следам" случившегося.

Во многих из представленных видов спортивного интервью (кроме информационного) могут использоваться определенные элементы комментария, аналитики, публицистики, очерка, зарисовки, проблемной статьи. Одним из ведущих жанров спортивной журналистики интервью делает его личностная направленность, ориентация на субъект. Любое интервью с ярким спортсменом, тренером, болельщиком, специалистом может стать не только разговором о спорте, но и превратиться в психологическое исследование, эмоциональную зарисовку, представляющую читателям наглядный образ человека, яркую биографию спортивной личности.

Распространенность и популярность жанра интервью объясняется, помимо его многофункциональности и богатства разновидностей, в немалой степени также внешней простотой и доступностью. Однако это в целом обманчивое впечатление в спортивной журналистике усугубляется еще спецификой сферы, в которой, помимо доскональных знаний об интервьюируемом и предмете разговора, надо непременно учитывать особенности психологии спортсменов. Необходимо уметь выстраивать общение с людьми спорта, исключающее и подобострастное преклонение перед "звездами", и панибратское отношение с ними, и такой совершенный пережиток прошлого, как высокомерие, которое, как ни странно, еще встречается по отношению к спортсменам как людям недалеким, неразвитым и ограниченным в интересах.

Об этом говорит спортивный журналист Борис Ходоровский: "Это распространенный стереотип, что спортсмены неразговорчивые и не любят появляться на публике. И данный стереотип идет с советских времен, когда интервью могли давать главный тренер команды, капитан команды, а также парторг команды. Сейчас многие спортсмены понимают, что они люди публичные и не будут популярны без общения со СМИ. Есть и исключения <... > все зависит от специфики разговора. Бывают разговоры сразу после завершения матча, в смешанных зонах. И тоже существует распространенный стереотип, что после матча никто не скажет ничего интересного. Но иногда можно услышать любопытные откровения, даже после рядовых матчей, не говоря уже после финала Олимпийских игр. Очень важно почувствовать настроение спортсмена — будет ли он отделываться банальными фразами, просто не захочет общаться или откроет тебе свою душу. И я могу привести в пример случай на Олимпиаде в Солт-Лейк-Сити, когда нынешний вице-спикер Государственной думы Светлана Журова проиграла свой коронный забег на дистанции 500 метров, и к ней подошли взять интервью два журналиста, одним из которых был я. Ей было очень обидно за проигрыш. Она сдерживала слезы, но в то же самое время она настолько грамотно проанализировала причину своей неудачи, что получился очень интересный материал"[[13]](#footnote-13). Это, кстати, очень интересное наблюдение — победа, успех чаще всего становятся поводом для интервью. В то же время поражения могут привести к более содержательному и неординарному материалу, раскрывающему причины неудачи, обнажающему проблемы, которые к ней привели.

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 засыпать собеседника вопросами. Достаточно подготовить один-два, но такие, чтобы ответы на них помогли раскрыться перед зрителями"[[14]](#footnote-14).

Популярность жанра интервью объясняется его гуманистической направленностью, ориентацией на человека. Именно интервью дает богатые возможности для раскрытия личности, демонстрации "живого" голоса героя, наглядного показа черт характера. Особую силу интервью придает возможность передачи непосредственной разговорной речи, создающей эффект непринужденности, сопереживания, вовлеченности в спортивные события.

В этом плане одними из лучших интервьюеров в отечественной спортивной журналистике являются Юрий Голышак и Александр Кружков, ставшие в 2011 г. лауреатами профессионального конкурса "Лучший спортивный журналист года" в номинации "Лучшие публикации в периодической печати". Их постоянная рубрика в "Спорт-Экспрессе" "Разговор по пятницам" несколько выбивается из общей достаточно сдержанной стилистики издания, но пользуется неизменной популярностью у читателей как раз по той причине, что там звучат именно "живые голоса" спортсменов. Ю. Голышак и А. Кружков умеют подобрать такие вопросы, создать такую атмосферу, чтобы максимально дать гостям рубрики возможность раскрыться, и в итоге получаются искренние, непосредственные и открытые интервью с интересными людьми, беседы, которые потом становятся поводом для долгих обсуждений среди болельщиков.

При этом в спортивной журналистике как интервью, так и репортаж, часто включающий в себя интервью как элемент композиционного построения, идут к все большей аналитичности и публицистичности. В этом сказывается то несомненное обстоятельство, что информационная специфичность, присущая спортивной журналистике, вовсе не означает, что в ней не должно быть глубины и выразительности. Информационность не подразумевает поверхностности или, скажем, строгого документализма. Даже информационные заметки и отчеты — это почти всегда не только сухое перечисление очков, голов, секунд, но и некий комментарий или анализ как непременный элемент материала. Ведь задачи, стоящие перед спортивным журналистом, крайне редко ограничиваются только отражением хода соревнований или подготовки к ним; эти задачи шире — донести до аудитории суть и смысл спортивного состязания со всеми его противоречиями, сложностями, нравственными уроками, драматизмом и т.д.

Это тем более актуально в современных условиях, когда спортивный болельщик любую интересующую его информацию о событии, обработанную и поданную в самых разных аспектах, может оперативно найти в Интернете. Так что сухие информационные отчеты о футбольных матчах, которым, например, до сих пор остается верен "Спорт-Экспресс", появляющиеся на следующее утро после игры или даже через день, учитывая пропуск воскресенья, просто теряют смысл и не привлекают читателя.

Отметим и то, что современная журналистика продолжила традиции советской спортивной печати в области использования художественно-публицистического способа отражения действительности, который преимущественно представлен на страницах периодики в форме колумнистики, а также в интернете в блогах, которые ведут практически все серьезные спортивные журналисты: Василий Уткин, Юрий Розанов, Владимир Стогниенко.

Однако в качестве основной тенденции назовем переход практически всей печатной журналистики в интернет, хотя это тренд не только спортивных изданий, а печатной журналистики в целом.

Всемирная паутина заставляет гибнуть издания, ещё недавно томившихся на прилавках киосков. Однако лучшие, прежде всего самые красивые и дорогие из них продолжают функционировать. Ведущие издания разрабатывают интернет-версии, но некоторые из них (к примеру, еженедельник «Футбол») пускают туда от силы 2-3 статьи, написанные в самом журнале. Остальную информацию газеты «скрывают» в самом номере, чтобы заинтересовать читателя.

В качестве примера для доказательства этой тенденции возьмем историю журнала «Total Football». Ежемесячный спортивный журнал о футболе. Основанный в 2006 году журнал для болельщиков, уделяющий внимание прежде всего российскому футболу. Распространялся в розницу и под подписке. Ежемесячный журнал являлся крупнейшим российским футбольным изданием. Выходил в двух комплектациях: стандартной (с DVD, постерами и наклейками) и мини («карманный» формат без вложений и упаковки). Но в 2013-м закрылось большинство журналов, принадлежащих компании Gameland (многие игровые журналы, журналы для путешественников), в том числе «Total Football». По признанию главного редактора другого журнала холдинга «Total DVD» Бориса Хохлова, основной причиной закрытия было отсутствие рекламы. В конце 2013-го вышли последние номера журнала.

Закрыв журналы, компания сосредоточилась на онлайн-направлении. Таким образом, был создан «Total Football reader». Однако в таком формате журнал просуществовал три ежемесячных выпуска, после сайт ридера ни разе не обновляется. Последними отголосками некогда большого журнала сегодня является странички в фейсбуке и твиттере.

Подводя итог, считаем нужным сказать: в настоящее время спортивная периодика проживает не самые лучше времена. Повсеместное падение тиражей и закрытие качественных изданий («Total Football») говорит нам о том, что постепенно эра печатной спортивной журналистики подходит к своему логичному заверению. Однако сейчас мы наблюдаем перерождение спортивной прессы в свежем интернет-формате.

* 1. Ведущие спортивные периодические издания

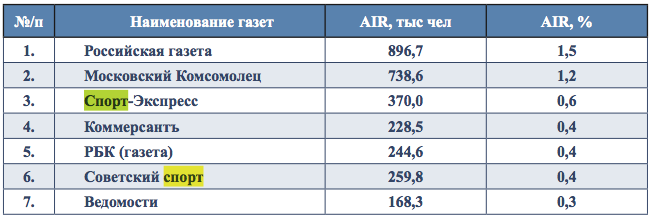
В числе основных изданий, преподносящих информацию о спорте, самыми многотиражными явлются “Советский спорт” и “Спорт-экспресс”. Первое имеет многолетнюю истоию, а потому даже после развала Советского союза продолжает носить историческое название, тогда как второе издание – исторически новое, созданное на опыте “Советского спорта” (Выпуск подготовили 14 журналистов, которые ушли из газеты «Советский спорт»). Потому не удивительно, что эти два издания до сих пор привлекают сотни тысяч людей.

Основным отличием нового спортивного издания от старого являлась оперативность — отчеты со спортивных событий, даже вечерних, публиковались в ближайшем номере. Кроме того, «Спорт-Экспресс» первым[[15]](#footnote-15) в стране начал писать про такие зарубежные соревнования как НХЛ, НБА и «Формула-1»

Несмотря на то, что в сегменте полиграфического производства произошли существенные изменения в связи с ликвидацией ряда сетевых типографий входивших в ЗАО «Российские газеты», ИД «Комсомольская правда» и ЗАО «Прайм Принт» (Москва). Развитие этого процесса связано с уходом с рынка большого количества печатных версий газетных изданий, не выдержавших конкуренции в результате изменения спроса (и, как следствие, из-за снижения тиражей).

Но все же, спортивная периодика продолжает занимать серьезное положение на медийном рынке.

Так, по данным отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2016 г.[[16]](#footnote-16) (таблица 1) два спортивных издания входят в семерку газет с самым широким аудиторным охватом:

.

(Таблица 1)

Более того, приложение к «Советскому спорту», еженедельник «Советский̆ спорт Футбол» в настоящее время является самым популярным спортивным печатным СМИ России. По данным TNS Russia, аудитория одного номера этого издания составляет 982,1 тыс. чел. За ним следует еженедельник «Футбол» (925,2 тыс. чел.) и ежемесячник «Большой спорт» (729,3 тыс. чел.). Ежедневная газета «Советский̆ спорт» находится на четвертой̆ позиции с аудиторией̆ одного номера 259,8 тыс. чел. о тем же данным, аудитория сайта Sovsport.ru за ноябрь 2015 года составила 1,388 млн человек в возрасте 12-64 лет (TNS Web Index, Россия, 0+).

По нашему убеждению, фактором то, что спортивная периодика продолжает относительно успешно существовать является то, что она успешно следуюет новым функциональным тенденциям. Так, она следует за аудиторией и выполняет иные функциональные задачи. Так, в советское время, газета или журнал являлись первым источником знаний и информации и выполняли образовательную и информативную функцию. Сегодня же, в виду появления интернета, эти функции, конечно, не исчезли, но перешли на второй план. Потому на первый план выдвигается рекреативная, развлекательная функция. Так, в том же «Советском спорте», акцент сместился на анализы, комментарии, прогнозы и мнения специалистов.

Нет сомнения и в том, что как в России, так и в мире ещё долго будут востребованы не только качественные газеты, но и таблоиды, спортивные издания, и так называемая «жёлтая пресса». Однако сохранение популярности и востребованности на рынке спортивной периодики в решающей степени определяется наличием в ней эксклюзивных материалов, недоступных интернет-читателям, а также тем, что большая часть читателей ментально еще не готова воспринимать информацию из интернета, в виду привычек и возраста.

**Заключение**

В завершении работы отметим, что задачи по изучению спортивной журналистики, как с исторической точки зрения, так и с позиции выявления тенденций были успешно выполнены. Также был представлен анализ современного состояния печатных спортивных СМИ. Отталкиваясь от результатов исследования можно еще глубже изучать историю спортивной периодики в России и лучше понимать сегодняшнее состояния спортивной прессы.

Проанализировав литературу на тему «Спортивная журналистика», была комплексно рассмотрена российская спортивная журналистика, динамика ее становления и особенности современного функционирования. В результате можно понять, что данная тема очень актуальна для российской журналистики, а в конечном итоге и для журналистики в целом. Прежде всего, с точки зрения улавливания современных тенденций развития «четвертой власти».

Содержание, характер значение спорта менялись с течением времени. Как мы убедились в ходе исследования, спортивная печать в нашей стране имеет сложную, вместе с тем и крайне интересную историю, не схожую с ее мировыми аналогами. Спорт меняется, а журналистика трансформируется вслед за ним, следуя всем экономическим и политическим тенденциям. И сегодня главная тенденция спортивной печати в– повсеместное закрытие спортивные печатных изданий в связи с утратой рекламодателей, которые теперь отдают предпочтение спортивным интернет порталам: Sportboх, Чемпионат, Sports.ru

Это связано с тем, что сегмент, на который рассчитана спортивная печать – максимально динамичен: это люди, активные и, что не удивительно, занимающиеся спортом. Потому им гораздо удобнее достать свой смартфон и прочитать материалы непосредственно в движении. Казалось, стоит сказать, что спортивная печать мертва, или, по крайне мере, при смерти. Однако тут важно понимать, что печать не умирает, а рождается заново, что отсылает нас к выводу, сделанному во второй главе данной работы: сейчас мы наблюдаем перерождение спортивной прессы в свежем интернет-формате.

**Список использованных источников**

1. Алексеев К.А. Спортивная пресса Санкт-Петербурга в конце XIX – начале XX века. Сборник «Журналистика. Молодые исследователи» с. 5-15 – СПБ, 2006.
2. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — М.: Юрайт, 2014.
3. Алексеев, К. А. Спортивная пресса России XIX — начала XX вв.: историко-типологический анализ: дис… канд. фил. наук: — СПб., 2008.
4. Бродская Н.П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны
5. Войтик Е.А. Спортивная журналистика: Учеб.-метод. пособие. Томск, 2004.
6. Войтик Е.П. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. Томск, 2013
7. Войтик, Е. А. Спортивная информация как понятие и ее роль в масс-медиа // Вестник Челябинского государственного университета. -2011. — № 20. — С. 59−62.
8. Голощапов, Б. Р. История физической культуры и спорта: учебное пособие для студ. Высш. Пед. Учеб. Заведений. – 4-е изд., испр. – М., 2007.
9. Григоревич, В. В. Всеобщая история физической культуры и спорта : Учеб. Пособие. – М., 2008
10. Градюшко, А. А. Основы интернет-журналистики — Минск: БГУ, 2012.
11. Киуру, К. В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — № 5.
12. Волковский, Н. Л. Отечественная журналистика. 1950-2000: учебное пособие; в 2 ч. Ч 1 / под ред. М. А. Шишкиной. – СПб., 2006.
13. Мартынов, Д. В. Рынок печатных СМИ в России и в мире / Д.В. Мартынов, А.В. Оськин. – М., 2006
14. Мураковский А.А. Спортивные журналисты: кто они? // Абажур. М., 2001. № 9 – 12.
15. Орлов, С. И. Русская дореволюционная спортивная журналистика. – Москва, 1974
16. Пономарев, Н.И. Возникновение и первоначальное развитие физического воспитания. – М., 1970
17. Рэндалл, Д. Универсальный журналист. – СПб., 1999
18. Самадова, Д. Х. Эволюция информационных жанров в современной журналистике (на примере жанра заметки) // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. — 2014.
19. Спорт. Большая иллюстрированная энциклопедия: пре. С англ. – М., 2003
20. СМИ в меняющейся России: коллективная монография / Под ред. Е. Л. Вартановой. — М.: Аспект-пресс, 2010.
21. Столбов, В.В. История физической культуры: учебник для студ. пед. ин-тов. – М. 1989.
22. Столбов В.В. История физической культуры и спорта: учебник / В.В. Столбов, Л.А. Финогенова, Н.Ю. мельникова; под ред. В.В. Столбова. – М., 2000
23. Туленков Д.А. Предпосылки возникновения спортивной журналистики // Материалы конференции молодых учёных. Саратов, 2003. С. 12 – 14.
24. Туленков Д. А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления // Журналистика. Молодые исследователи : Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 3. СПб., 2004. С. 175.
25. Тулупов В.В. Современные тенденции раскрытия темы спорта в региональной прессе/ В. Тулупов //Акценты. Новое в массовой коммуникации, 2011, № 3-4. С. 65-66.
26. Юрковский И.М. Активные процессы в русской спортивно-игровой лексике. Кишинёв, 1988.

1. *Туленков Д. А*. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления // Журналистика. Молодые исследователи : Межвузовский сборник научных работ студентов и аспиран- тов. Вып. 3. СПб., 2004. С. 175. [↑](#footnote-ref-1)
2. К. А. Алексеев, С. С. Ильченко Спортивная журналистика. [↑](#footnote-ref-2)
3. Северная пчела. 1851. № 271. С. 1095 [↑](#footnote-ref-3)
4. Столпянский П. Н. Старый Петербург : Аптекарский, Петровский, Крестовский острова. - Пг., 1916. С 404 [↑](#footnote-ref-4)
5. Анохин А. К. Спорт и пресса // Русский спорт. 1912 №53. С. 16 [↑](#footnote-ref-5)
6. Прошин А. Сорок лет спортивной прессы СССР // Физкультура и спорт. 1962. №5. С.2 [↑](#footnote-ref-6)
7. Кальпус Б. К массому спортивному журналу // Известия физической культуры. 1927. № 23-24. C. 2. [↑](#footnote-ref-7)
8. Кальпус Б. Близжайшие перспективы спорта в СССР // Известия спорта. 1923 №7-8. С. 3. [↑](#footnote-ref-8)
9. К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко Спортивная журналистика с. 120 [↑](#footnote-ref-9)
10. К читателям // Спортивные игры. 1955. №1. С. 1. [↑](#footnote-ref-10)
11. Бродская Н.П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны. С. 57. [↑](#footnote-ref-11)
12. «Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в.» Войтик Е.А. [↑](#footnote-ref-12)
13. Новиков Д. Ходоровский Б., спортивный журналист: "Нельзя научить человека журналистике, а спортивной — в особенности". интервью [↑](#footnote-ref-13)
14. Скоряпшн В. И. Техника спортивного интервью // Спорт в зеркале журналистики / сост. Г. Я. Солганик. М., 1989. С. 98. [↑](#footnote-ref-14)
15. К. А. Алексеев, С.С. Ильченко. Спортивная журналистика с. 187 [↑](#footnote-ref-15)
16. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать. Состяние, тенденции и перспективы развития. 2016 г. [↑](#footnote-ref-16)