

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра Журналистика и социология
(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Журналистика

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Спортивное интервью как инструмент популяризации спорта
через СМИ

Обучающийся

Н. В. Шумилина

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, доцент, Л. В. Иванова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

Аннотация

Выпускная квалификационная работа «Спортивное интервью как инструмент популяризации спорта через СМИ» посвящена анализу жанра спортивного интервью с точки зрения заложенных в жанре инструментов популяризации массового спорта и спорта высших достижений.

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена необходимостью вовлечения массовой аудитории в процессы массового спорта и спорта высших достижений через понимание и осознание происходящих процессов. Именно поэтому важно анализировать какие на данный момент есть инструменты, позволяющие сделать спорт понятным и близким массовой аудитории.

В первой главе «Технологии и инструменты популяризации спорта в СМИ» даны определения «жанр», «популяризация», «массовый спорт», рассмотрены жанры интервью, описаны информационные мероприятия, позволяющие популяризировать спорт.

Во второй главе «Спортивное интервью как жанр спортивных сетевых СМИ: жанровые особенности и ресурсы популяризации» представлены результаты анализа 20 спортивных интервью из пяти различных источников – спортивных сетевых изданий, которые демонстрируют инструменты популяризации, которые могут быть задействованы.

Список используемой литературы и источников включает 29 наименований.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Технологии и инструменты популяризации спорта в СМИ	8
1.1 Популяризация спорта как тематическая направленность современных СМИ.....	8
1.2 Жанр спортивного интервью как инструмент популяризации	18
Глава 2 Спортивное интервью как жанр спортивных сетевых СМИ: особенности и ресурсы популяризации	24
2.1 Тематические сетевые издания как платформа размещения спортивных интервью.....	24
2.2 Ресурсы популяризации спортивного интервью как элемента дискурса спортивных сетевых СМИ	29
Заключение	39
Список используемой литературы и используемых источников.....	41

Введение

Тысячелетия спорт является неотъемлемой частью жизни человека, социума. Только если во времена античности он воспринимался в основном как образ жизни и культуры, то сегодня он преподносится как сегмент жизнедеятельности, в котором на коммерческой основе задействованы специально подготовленные профессионалы.

История спортивной журналистики насчитывает несколько веков и тесно связана с развитием самого спорта. Такого рода события всегда привлекали внимание публики, и журналисты были неперенными свидетелями их развития. За это время данная сфера деятельности расширила свой функционал, последовательно модернизируясь и предлагая всё больше новых форматов болельщикам и любителям спорта.

Спортивные средства массовой информации и спортивная индустрия в современном мире тесно связаны, и одно уже не воспринимается и не может существовать без другого. На протяжении десятков лет спортивные события являются популярным контентом для зрителей, читателей и слушателей.

Считаем, что спорт не стал бы такой большой и развитой индустрией без той информационной поддержки, которая оказывается сегодня со стороны медиа. То же самое касается и медиапространства, ведь некоторые форматы освещения спортивных событий были созданы специально для спортивной индустрии. Так, например, мы говорим о воскресных дополнительных приложениях к печатным СМИ или о создании видеосервисов, на которых размещаются спортивные события для большего охвата аудитории.

Государство заинтересовано в развитии спорта в стране, и как следствие, во вовлечении людей в него. В 2020 году на заседании Правительства РФ была принята к исполнению Стратегия развития физической культуры и спорта до 2030 года. Всего в документе обозначены 11 направлений, приоритетных для реализации. Среди них: профессиональный и любительский спорт. Под каждое спортивное направление предусмотрена своя отдельная программа,

включающая в себя цели и задачи, финансирование проектов, сотрудничество с другими странами – партнерами и многое другое. Стратегия ориентирована на

а Можно сказать, что спорт, в широком смысле слова, – это модель жизни любого общества, он является отражением тех ценностей, которые преобладают в данный период времени в социуме. И речь идет не только о спорте высоких достижений, но и о массовом спорте – о физической культуре и здоровом образе жизни любого человека.

т СМИ создают благоприятную атмосферу для развития спортивного движения и активно привлекают внимание широкой аудитории к этой теме. Выполняя стратегически важную функцию ценностного ориентирования, спортивный журналист, в силу специфики объекта своей работы, имеет большое влияние на сознание и систему ценностей социума. Этим обусловлена актуальность выпускной квалификационной работы.

е Объектом исследования является спортивное интервью.

Предмет – спортивное интервью как инструмент популяризации массового спорта и спорта высоких достижений.

а Цель бакалаврской работы – на основе анализа диалогического дискурса специализированных тематических СМИ выявить и охарактеризовать инструменты спортивного интервью, используемые для популяризации массового спорта и спорта высших достижений.

н Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- а – систематизировать теоретические и научные представления о
- л спортивном интервью;
- ь – проанализировать спортивные интервью в сетевых медиа с точки
- н зрения популяризации массового спорта и спорта высших
- о достижений;
- й – систематизация материалов по спортивной тематике и в жанре интервью;
- ц – анализ сетевых изданий, популяризирующих спортивную тематику

е

л

и

и публикаций, посвященных спортивной тематике на предмет популяризации спорта.

Теоретико-методологическую базу выпускной квалификационной работы составили следующих авторов: К. А. Алексеева, С. Г. Корконосенко, Е. Б. Сахновой, А. И. Аكوпова и другие.

Для реализации задач бакалаврской работы были использованы следующие методы: библиографический – для отбора научных и учебных источников по теме проводимого исследования; мониторинг – для выявления материалов по теме популяризации массового спорта; теоретико-типологический – для характеристики эмпирической базы – источников, из которых были выбрана материалы для анализа; жанровый – для выявления семантической, синтаксической и прагматической специфики спортивного интервью.

Эмпирической базой бакалаврской работы являются спортивные средства массовой информации: «Матч ТВ», «Спорт-Экспресс», «Чемпионат», «Советский спорт», также были проанализированы интервью, опубликованные в сетевом издании Sports.ru, которое не зарегистрировано как СМИ, но по принципам работы вполне соотносимо с ним. Данные издания являются федеральными и распространяются на всех территориях Российской Федерации.

Практическая значимость бакалаврской работы. Результаты, полученные в ходе выполнения выпускной квалификационной работы, могут быть использованы в работе редакций средств массовой информации, которые создают контент о спорте и спорте высших достижений, а также на аудиторных занятиях по спортивной журналистике.

Структура выпускной квалификационной работы включает аннотацию, введение, две главы, заключение, список используемой литературы и источников. Во введении обосновывается актуальность темы выпускной квалификационной работы, обозначаются предмет и объект исследования, ее цель и задачи, характеризуется теоретико-методологическая база и методы

исследования; обозначаются эмпирическая база и практическая значимость исследования, а также взаимосвязь приведенных понятий. Также выявляются средства популяризации массового спорта и спорта высших достижений среди людей.

В первой главе выпускной квалификационной работы «Технологии и инструменты популяризации спорта в СМИ» рассматриваются понятия: «популяризация», «массовый спорт», «жанр», «интервью».

Во второй проведен анализ публикаций сетевых СМИ: «Матч ТВ», «Спорт-Экспресс», «Чемпионат», «Советский спорт», Sports.ru и выявлены потенциальные возможности популяризации спорта в цифровой среде.

В заключении выпускной квалификационной работы подведены итоги исследования и сформулированы выводы. Список используемой литературы и источников включает в себя 29 наименований.

Глава 1 Технологии и инструменты популяризации спорта в СМИ

1.1 Популяризация спорта как тематическая направленность современных СМИ

Спорт играет важную роль в жизни современного человека. Физическая нагрузка не только профессионального, но и базового уровня, позволяет развиваться духовно и физически. Благодаря спорту человек вырабатывает выносливость, целеустремленность, укрепляет здоровье и избавляется от пагубных привычек.

Спорт интегрирован во все сферы жизни человека – в здравоохранение, образование, культуру, социальную сферу и другие. Спорт дает людям возможность объединяться в группы, команды и формировать общее мышление относительно пользы здорового образа жизни.

По мнению отечественного исследователя, в области спорта Л. И. Лубышевой, спорт – это уникальный социальный институт развития, распространения и освоения культуры двигательной деятельности человеком и человечеством. Общеизвестно связывать спорт с соперничеством, под которым понимается борьба между людьми, между человеком и природными явлениями и человека с самим собой [7, с. 34].

Н.И. Пономарев отмечает, что спорт – это социальный институт воспитания, имеющий характер игровой физической деятельности, связанной с сопоставлением уровня развития физических и духовных способностей [9, с. 23].

Социальная значимость спорта проявляется в заинтересованности государства в его развитии, и, в связи с этим, вовлечении большого количества людей. Массовый спорт – спорт высших достижений, с одной стороны. С другой – массовый спорт и физкультура – инструменты профилактики различных заболеваний и укрепления здоровья, увеличению роста дохода от

спортивных зрелищ и спортивной индустрии, росте объема спортивного теле- и радиовещания, и формировании здорового образа жизни.

По мнению Н. Х. Гафиатулиной массовый спорт играет огромную роль в развитии всей системы спорта: «через реализацию деятельности молодежных спортивных движений в сознании молодежи закладываются культурные смыслы (идеологии), а также собираются множество

Любое современное, активно развивающееся государство уделяет особое внимание спорту среди своего населения, популяризируя здоровый образ жизни и формируя здоровое общество. Здоровье граждан – это фундамент развития государства. Согласно отчету Министерства спорта России, за 2023 год, впервые за долгое время, значительно увеличилось количество людей, занимающихся спортом. Цифра превысила 70 млн человек. Прирост по сравнению с 2022 годом составляет порядка 6 миллионов человек, и эта цифра впечатляет.

Согласно Распоряжению Правительства РФ от 24.11.2020г. № 3081-миссией государства в сфере физической культуры и спорта в России является:

- «формирование культуры и ценностей здорового образа жизни как основы устойчивого развития общества и качества жизни населения;
- создание необходимых условий для поступательного развития сферы физической культуры и спорта;
- повышение экономической привлекательности и эффективности функционирования сферы физической культуры и спорта;
- укрепление международного сотрудничества и повышения

а
Власти в России ставят перед собой задачу к 2030 году вовлечь в систематические занятия спортом 70% россиян – для достижения этой цели осуществляется федеральный проект «Спорт – норма жизни» нацпроекта «Демография». Президент Владимир Путин отмечал, что к 2030 году 93 млн россиян должны вести здоровый образ жизни. Так, глава государства заявил,

т

е

т

что в стране нужно популяризировать спорт через героизацию спортсменов. «Нужна популяризация спорта вообще, а один из способов популяризации – это героизация наших героев», – сказал Владимир Путин. Президент подчеркнул, что для популяризации спорта «нужно использовать все возможные средства для продвижения их достижений и на их примерах воспитывать тех людей, и морально поддерживать тех, кто начинает

а Важно отметить, что по словам главы государства: «принципиально важно, чтобы регулярные занятия физической культурой были устойчивой привычкой и постоянным образом жизни большинства россиян» [10].

В соответствии с целевой программой, в России намечено развитие системы спортивной деятельности, популяризации массового и профессионального спорта и приобщения различных слоев населения к регулярным занятиям физической культурой и спортом.

с Средства массовой информации играют важнейшую роль в обеспечении коммуникации между субъектами спортивной деятельности и аудиторией. Высокое значение у средств массовой информации относительно формирования у населения страны понимания здорового образа жизни и спорта высших достижений. В частности, на примерах спортсменов СМИ показывают, почему важно вести здоровый образ, заниматься физкультурой, вырабатывать выносливость, достигать цели и формировать самодисциплину.

Популяризация здорового образа жизни и спорта высших достижений невозможно представить без средств массовой информации. СМИ являются социальным институтом и фундаментом общественного мнения относительно каждой сферы жизнедеятельности человека. Средства массовой информации охватывают все группы общества – социальную, профессиональную, религиозную, национальную и многие другие.

ф Термин «популяризация» происходит от глагола «популяризировать» и прилагательного «популярный» от латинского *popularis* «народный; популярный». Так, А. Н. Чудинов еще в 1910 году писал: «Популяризация -

и

ч

е

изложение науки так, чтобы было понятно всем, даже незнакомым специально с

Рассмотрим еще одно научное мнение относительно термина. Брокгауз и Ефрон в 1907 дали следующее определение: «Популяризация, франц.-лат., это изложение научного вопроса в общедоступной форме. Популярный, о

б Отметим, что под популяризацией подразумевается изложение информации в доступной для широких слоев населения форме, а также распространение каких-либо идей и специализированных знаний.

п М. В. Загудиллина в статье «Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста» описывает шесть принципов адаптации знания к массовой аудитории. Из всех принципов наиболее подходящими для популяризации спорта выделим несколько: «принцип редуцировать сложное до более понятного; принцип, основанный на эмоциональном отношении к деятельности; принцип, связанный с постоянным привлечением внимания общественности к проблемам тематики; и

и Популяризация физической культуры и спорта по мнению О. В. Тиунова н это «целенаправленная деятельность по распространению, продвижению, разъяснению и внедрению в сознание широких масс физкультурно-спортивной информации, а также знаний по вопросам здорового образа жизни, в:

п Считаем целесообразным сказать, что именно средства массовой информации являются наилучшим инструментом популяризации, так как СМИ влияет на массовое мышление и формирует понимание относительно рассматриваемой тематики.

м Поскольку аудитория СМИ достаточно обширна, тем самым они оказывают влияние и на повышение уровня спортивной культуры общества. Издания, публикующие журналистские произведения спортивной направленности, несут либо вневременную информацию, представляющую

м

р

с

ценность сами по себе, либо содержат аналитику, которая формирует у аудитории способность критически мыслить.

Спорт – это, скорее, сфера развлечения. Благодаря СМИ создаются условия для того, чтобы привлекать всё больше внимания со стороны аудитории. Спорт создает уникальный контент, который становится предметом интереса со стороны зрителей и слушателей, а СМИ этот контент распространяет, добавляя зрелищность и масштаб происходящего.

Определяя спортивную журналистику, исследователи во многом исходят из того, что спорт – это сложный и достаточно противоречивый социально-культурный феномен, как подчеркивают, например, К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко. Именно спорт как явление предстает в качестве специального предмета рассмотрения, описания и анализа в спортивной журналистике, определяя ее специфические особенности, функционал и проблемно – тематический комплекс. «Спорт представляет собой систему, организованную как самодостаточное явление, способное не только к саморазвитию и самосовершенствованию, но и к формированию новых систем, одной из которых является информационно-коммуникативная система взаимодействия с социальными структурами и аудиторией» [2, с. 240].

Вслед за мнением Д. А. Туленкова мы полагаем, что «спортивная журналистика – это социально значимая деятельность по сбору, обработке и распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, интернет), опирающаяся на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа и аудиторию» [22, с. 78].

Вокруг профессионального спорта сегодня образовалось большое медиа-пространство: специализированные телевизионные каналы и стриминговые сервисы («Матч ТВ», «ОККО Спорт», «Кинопоиск Спорт»), печатные СМИ – газеты и журналы («Спорт-Экспресс», «Советский спорт», «ФУТБОЛ»), блогеры (Павел Лысенков – про хоккей; Вадим Лукомский –

про футбол и др.). А также медиа спортивных клубов России, например, ХК «СКА», ФК «Зенит», ГК «ЛАДА».

Региональные, городские СМИ также активно освещают темы спорта. На местном уровне, в г. о. Тольятти тему спорта регулярно освещают газеты «Площадь свободы» и «Вольный город», информационный портал TLT.ru, телеканал «ТОЛЬЯТТИ 24» и другие.

Все медиа в совокупности не только транслируют спортивный контент, но и создают мощную базу с целью популяризации профессионального спорта, а также формируют интерес к спорту и здоровому образу жизни в целом. Можно с уверенностью утверждать, что благодаря СМИ, специализирующимся на спорте – происходит пропаганда спорта высоких достижений и здорового образа в жизни в целом.

Базовые характеристики средств массовой информации, в том числе и спортивные, очень удачно сформулированы Я. Н. Засурским в книге «Система средств массовой информации России» [6, с. 257]. Автор выделяет следующие задачи СМИ в рамках спортивной медиакоммуникации:

- создать максимально объективный образ спортивной деятельности;
- сконструировать парадигму ее познавательных характеристик;
- сформировать мнение и передать настроение общества, касательно тех или иных спортивных событий;
- выработать систему представлений о спорте.

Спортивные средства массовой информации ориентируются на предпочтения зрителя и читателя, относительно рубрик и тематики контента. Рассмотрим виды специальных спортивных мероприятий, благодаря которым формируется уникальный контент и эксклюзив. Пресс-конференции, экскурсии в профессиональные спортивные клубы, информационно-познавательные мероприятия, благотворительные мероприятия с участием спортсменов предназначены для всех видов СМИ, а автограф-сессии,

открытые тренировки для зрителей и СМИ, участие спортсменов в популярных ток-шоу подходят для блогов и телевиденья.

У современного зрителя есть возможность, не выходя из дома поддержать любимую команду или болеть за спортсмена. Трансляции матчей дают ощущение нахождения в моменте и некой целостности между болельщиком и спортивной командой. Просмотр спортивного события в прямом эфире позволяет зрителю стать свидетелем создания истории, быть в курсе важных моментов и формировать собственную оценку происходящему. Средства массовой информации предоставляют зрителям участвовать в жизни спорта. Качественная трансляция спортивных событий с использованием современных технологий позволяет зрителям полностью ощутить атмосферу игры или состязания. Спортивная трансляция также является формой отдыха и снятия напряжения. Просмотр спортивного состязания – это органичная форма отдыха, которая разгрузит мозг, создаст условия для выплеска эмоций и выработке дофамина.

Зрители самостоятельно могут выбрать для просмотра трансляцию футбольного матча или баскетбольной игры из любой точки мира. Прямые трансляции позволяют болельщикам насладиться атмосферой события, даже не выходя из дома. В первую очередь, телевидение создает эффектный и увлекательный образ спорта. Кроме того, благодаря разнообразным программам и передачам о спорте на телевидении, зрители получают информацию о различных видах спорта, знакомятся с их правилами и особенностями.

Большое значение в популяризации имеют специально созданные программы различных медиаформатов о спортсменах. Речь идёт о специализированных программах, где зрителям и слушателем предоставляется возможность чуть ближе узнать спортсмена, услышать истории успеха и падений, трудности, с которым он сталкивался. Также узнать жизненные ценности и приоритеты известного человека. Чтобы добиться колоссальных успехов, необходимо чем-то жертвовать, регулярно

самосовершенствоваться, отдавать силы и посвящать время тренировкам, сталкиваться с несправедливостью и вырабатывать выносливость – именно такие ценности транслирует успешный спортсмен. Как правило, подобные истории вдохновляют простого обывателя, который увидит перед собой не просто именитого спортсмена, но и трудолюбивого и терпеливого человека. Истории спортсменов становятся неким ориентиром на пути к достижению целей.

Победители крупнейших состязаний: олимпийские чемпионы, чемпионы мира и Европы, популярные спортсмены различных видов спорта становятся гостями в эфире: у них берут интервью, о них рассказывают, их имидж используется в рекламных роликах, их достижения приводят пример другим. Нередко популярные спортсмены выбирают своей профессией спортивную журналистику и становятся корреспондентами, телеведущими, комментаторами. Иными словами – профессиональный спортсмен, который достиг определенных результатов, становится лидером общественного мнения и примером для подражания.

Для успешных спортсменов после окончания их спортивной карьеры, активная деятельность не заканчивается. Кто-то выбирает работу спортивным журналистом, кто-то открывает собственный бизнес или даже снимается в кино. Приведем несколько самых ярких отечественных примеров. Например, Д. В. Губерниев. Немногие знают, что в прошлом он профессионально занимался греблей на байдарках и каноэ. Тем не менее, это не помешало ему построить успешную блестящую карьеру на телевидении. Он является телеведущим, автором программ, телевизионным продюсером, репортер также успешно построили карьеру в спортивной журналистике Ольга Богословская – участница летних олимпийских игр 80-го года в Москве по легкой атлетике. Она успешно работает на телеканале Матч ТВ, делает спортивные репортажи, а также является комментатором всероссийских и международных соревнований по легкой атлетике. Самым ярким примером в списке спортсменов, которые стали спортивным журналистом, является

Е. С. Войцеховская. Она единственная в истории советского российского спорта является Олимпийской чемпионкой по прыжкам в воду на 10-метровом трамплине. После окончания карьеры Елена работала тренером, а затем нашла себя в спортивной журналистике и стала легендой спортивной газеты «Спорт-Экспресс».

Но не только в спортивную журналистику уходят спортсмены, также они находят себя в большой политике. Например, боксёр Н. С. Валуев, который стал депутатом Государственной Думы от своего региона и отстаивает интересы своих избирателей. И. К. Роднина – Олимпийская чемпионка по фигурному катанию, также является депутатом Государственной Думы и активно продвигает себя как политического деятеля в Российской Федерации.

Часть спортсменов пробует себя в кино. Яркий тому пример – Н. В. Фоменко. После того, как он завершил свою историю, связанную с большим спортом – автогонками, он ушел сниматься в кино, играть в театре. Сейчас является ярким и востребованным актером.

Уместно вспомнить, что лучшими футбольными комментаторами были известные вратари В. К. Набутов и В. Н. Маслаченко. К комментариям состязаний по биатлону привлекают известных в прошлом стреляющих лыжников, а также тех действующих спортсменов, которые по каким-то причинам не участвуют в проводимых соревнованиях. Известная российская фигуристка, Олимпийская чемпионка А. И. Загитова стала ведущей федерального канала и ни раз получала призы зрительских симпатий за ведение передач.

Средства массовой информации являются посредником между производителем спортивных событий и их непосредственным потребителем, реализуя себя в этом ключе в качестве своего рода дистрибьютора. Именно от того, как спортивное событие будет освещено и преподнесено аудитории теми или иными средствами массовой информации, во многом будет зависеть его

конечное восприятие и интерпретация непосредственным потребителем услуг этих СМИ.

Верным будет отметить тот факт, что отечественная журналистика влияет на формирование собственного отношения к спорту высоких достижений среди молодежи. Ведь спортсмен с высокими показателями деятельности становится неким ориентиром, примером для подражания, предметом гордости за страну.

Спорт играет важную роль в социально-экономической жизни общества. С этим обстоятельством связаны два взаимно дополняющих друг друга явления в журналистике. С одной стороны, спорт как социально-экономическое явление привлекает журналистов, которые уделяют его освещению значительное внимание, место в бумажных изданиях, в эфире и сетях Интернет. С другой, такое широкое освещение служит еще большей популяризации спорта, спортсменов, спортивных мероприятий и физкультуры.

В настоящее время средства массовой информации играют едва ли не главную роль в популяризации различных видов спорта, высвечивая положительные и отрицательные стороны спортивного поведения и формируя тем самым отношение общества к спорту в целом. Именно поэтому спортивные средства массовой информации способны не только формулировать и реализовывать концепции и модели различного рода продуктов (печатного, телевизионного, радиовещательного и т.д. характера), удовлетворяющих потребительские запросы аудитории, но принимать непосредственное участие в процессе продвижения спортивной индустрии в медиaprостранстве России и зарубежных стран.

Специализированные средства массовой информации сегодня – неотъемлемая часть общей журналистики и современной медиа системы. Популяризация с помощью СМИ физкультуры и спорта в сочетании с государственной политикой приводит к выбору населением здорового образа жизни, пониманию смысла труда спортсмена, патриотизму.

1.2 Жанр спортивного интервью как инструмент популяризации

Жанр – это устойчивая форма журналистских произведений, где существуют три жанрообразующих признака – предмет, метод и функция. Под предметом понимается ответ на вопрос «Что отображается?», под методом – «Как?», под функцией – «С какой целью?» [12, с. 179]

Исследователь К. В. Киуру отмечает: «Интерес аудитории к спортивным новостям базируется, в первую очередь, на альтернативности спортивных фактов» [9, с. 88-91]. Потребителям спортивного контента, прежде всего, важен результат: счёт матча, итоговое место в турнирной таблице, рейтинг команды или спортсмена и т.п. Результаты матчей и турниров наиболее очевидные информационные поводы, но из-за непредсказуемости исхода спортивных состязаний они неизменно остаются востребованными у болельщиков.

В журналистике интервью исторически возникло и развивалось, прежде всего, в печатной прессе. Однако сегодня этот жанр является одним из самых востребованных на радио, телевидении и в интернете. Привычные канонические жанровые рамки использования интервью раздвигаются. Оно становится не просто инструментом журналистского творчества, но и активным структурообразующим элементом спортивного информационного и аналитического вещания. В современном информационном вещании интервью занимает особое место. Большинство журналистских материалов, которые выходят в эфире, построены как раз на основе интервью: студийные беседы, блиц-опросы у кромки и комментарии спикеров.

Стоит ещё отметить, что интервью имеет свою особую специфику. Оно позволяет услышать собеседника, его голос, манеру говорить. Смотря интервью-беседы в прямом эфире, аудитория воспринимает не литературно обработанный текст, свойственный, например, для газет, а «живой», звучащий разговор.

Распространенным жанром в современной спортивной журналистике является интервью. Е. Б. Сахнова писала «выделяют такие разновидности данного жанра, как информационное интервью, портретное интервью, экспертное, проблемное и блиц-интервью» [19, с. 20-55].

В информационном интервью предметом является конкретное событие спортивного мира. Особенностью выделяются временные рамки делают этот вид интервью очень динамичным.

Портретное интервью раскрывает личность и характер героя. Невозможно без предварительное подготовки выполнить работу в этом жанре. Зачастую требуется согласование вопросов.

В экспертном интервью важно мнение специалиста (лидера мнений) относительно тематики разговора. Особенностью является эффективный метод сбора информации от экспертов в отрасли для понимания проблемы и поиска решений.

Проблемное интервью имеет структурированный разговор, при котором раскрываются проблемные стороны. Особенностью является возможная агрессия со стороны интервьюируемого.

У блиц-интервью предметом будет живая беседа по «горячим следам», сразу после события. Необходимо задать определенное количество вопросов и ответы будут в сжатой форме.

Согласно определению Е. Б. Сахновой, интервью (информационное) – «единица медийного контента, фиксирующая разговор журналиста с другим лицом по актуальным вопросам, ситуации, фактам, событиям» [20, с.98-103]. Его отличие от интервью, которое также относится к группе аналитических и даже художественно-публицистических жанров, прежде всего, в объеме, а во-вторых, – в характере полученной и представляемой с помощью самого текста интервью информации. Она в данном случае служит исключительно задачам характеристики факта, события, случая, инцидента.

Интервью – беседа представителя печати с каким-нибудь общественным деятелем по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес [1, с. 88].

Интервью – жанр публицистики, беседа журналиста с одним или несколькими лицами по каким-либо актуальным вопросам [2, с. 240] Предназначенная для публикации (или передачи по радио, телевидению) беседа с каким-нибудь лицом [13, с. 284] Интервью – развернутая беседа журналиста с другим лицом, выступающим в качестве эксперта, свидетеля, участника событий, официального представителя и т.п. [16].

Именно этот информационный жанр широко применяется во всех спортивных СМИ. Жанр на первый взгляд простой и доступный, и поэтому чрезвычайно распространенный, и популярный, к тому же предлагающий богатые возможности благодаря передаче непосредственной разговорной речи, создающей эффект сопричастности, вовлеченности в события.

Интервью как метод бывает трех типов:

- стандартизированное, предполагающее ответы на четкие и заранее сформулированные вопросы;
- полустандартизированное, в котором журналист может незначительно отклоняться от строгих постановок вопроса;
- глубинное – для опытных специалистов, это серьезное исследование поставленных задач непосредственно в процессе интервью, без предварительной подготовки.

А. А. Тертычный выделяет интервью как информационный жанр и как аналитический. Он отмечает, что «интервью получится информационным, если и в ответах его собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда? Если же интервьюер или его собеседник начнут «разворачивать» ответы на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и пр., то в результате может появиться аналитический материал» [23, с. 310].

Наравне с функциональным выделением видов интервью, в современной науке появился тематический подход в качестве отдельной разновидности выделять спортивное интервью.

Д. А. Туленков считает, что «спортивное интервью – это форма журналистского общения, в которой журналист задает вопросы спортсменам, тренерам и другим участникам спортивного мира с целью получения информации, мнений или комментариев о различных аспектах спорта» [25].

Считаем нужным выделить конкретно спортивный дискурс. В первую очередь отметим, что исследователи данного дискурса неоднократно подчёркивали его «не изолированность». Лингвистический аспект спортивного дискурса, по мнению Е. Г. Малышевой, «представляет актуальность для исследований ввиду того, что, спортивная деятельность является феноменом, оказывающим прямое влияние на жизнь, на ценностные ориентиры, формирующими соответствующий образ жизни» [17, с. 122-137].

Наиболее «чистым» видом спортивного дискурса является спортивный масс-медийный дискурс, «спортивный дискурс в коммуникативной сфере масс-медиа», «спортивный дискурс в СМИ», «телевизионный спортивный дискурс».

В лингвистической литературе нет общепринятого понимания термина «спортивный дискурс», и более того, практически нет чётких дефиниций этого понятия. Одну из немногих попыток создания определения изучаемого феномена предпринял Г. Г. Слышкин. По его мнению, «спортивный дискурс – это речь, которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность (дискурс как процесс), и совокупность произведенных текстов, в

к
о По мнению А. В. Колесниченко «спортивная журналистика – это воспитание молодежи на примере ведущих спортсменов: спорт рождает мечты, призывает к подражанию. Другая модель проведения интервью встречается, когда предметом обсуждения является конфликт спортивных интересов или истории звезд спорта. Для этих случаев подходят логические

принципы постановки вопросов, которые призваны выяснить доводы, причины, основания и следствия того или иного поворота событий в судьбе или карьере спортивной звезды. Но применяемых логических методов повествования для создания интересного, захватывающего журналистского текста недостаточно – результат труда журналиста пройдет мимо читателя. Тогда используются драматургические подходы к интервью с завязкой, кульминацией и развязкой сюжета» [11, с. 174]

Такой подход особенно используется для журналистского текста, созданного в формате вопроса-ответа, который подразумевает драматичность повествования, столкновение двух или более позиций, или мнений. При таком подходе интервью становится аналогом пьесы в печатной форме, которую так же интересно читать, как и смотреть.

Спортивное интервью является отличной мотивацией для людей с точки зрения необходимости заняться спортом и вести правильный образ жизни. Спортсмен собственным примером показывает не только психологические аспекты спортивной жизни, например, такие как, целеустремленность и желание побеждать, но и в первую очередь высокую информированность по вопросам физической культуры, спорта, здорового образа жизни. Любой спортсмен, безусловно, скажет о том, что спорт невозможен без травм и что ко всему нужно подходить с головой и не уходить в большой спорт, если по каким-то физическим параметрам человек к этому не готов. Но несмотря на возможность получить травму, каждый спортсмен, собственным примером докажет, что здоровый образ жизни, правильные привычки и правильная поведенческая культура – это фундамент популяризации спорта в массы.

Мотивационные фразы из мира спорта также мотивируют людей к тому, что впустить спорт в свою жизнь: стать болельщиком или заняться спортом. Самарский областной журналист В. И. Мальков (умер в 2022 году) часто говорил: «Со спортом не нужно дружить, спортом нужно заниматься». Такие цитаты спортсменов, как «Займись собой», «пора менять жизнь в лучшую

сторону» и подобные ярко-выраженные фразы мотивируют людей к тому, чтобы пересмотреть свою жизнь и заняться спортом.

Выводы главы первой.

Исследовав специфику спортивных интервью, можно сформировать следующие средства воздействия на аудиторию, которые приводят к повышению внимания реальной и потенциальной аудитории к спортивной тематике, к необходимости поддерживать здоровый образ жизни занятием спортом. Участие спортсменов как героев интервью. Для популяризации спорта «нужно использовать все возможные средства для продвижения их достижений и на их примерах воспитывать тех людей, и морально поддерживать тех, кто начинает заниматься спортом и физической культурой». Пример, рассказанный из первых уст, оказывает более действенное влияние. Как утверждают психологи, «наши желания и являются предметом влияния со стороны. Не воздействуя на желания человека, невозможно оказать на него влияние. Таким образом, простые люди подвержены влиянию знаменитостей в силу своей человеческой природы [15, с. 14-21].

Спортивное интервью сегодня выделяется как самостоятельная разновидность жанра на основании Д. А. Туленкова. Этой точки зрения придерживаются авторы Е. Г. Малышева и Г. Г. Слышкин. В качестве гипотезы можно предположить, что в данном понятии заложен ресурс популяризации спорта. Популяризацией является изложение информации в доступной для широких слоев населения форме.

Глава 2 Спортивное интервью как жанр спортивных сетевых СМИ: особенности и ресурсы популяризации

2.1 Тематические сетевые издания как платформа размещения спортивных интервью

Современные сетевые издания играют одну из ключевых ролей в популяризации массового спорта и спорта высших достижений. Такие издания предлагают своей аудитории широкий спектр материалов, новости, аналитику, интервью. В современное время происходит формирование нового дискурса вокруг спортивных событий. Издания делают спорт ближе и доступнее для массовой аудитории, появляется все больше интерактивных форматов и мультимедийной подачи материалов.

Рассмотрим основные особенности современных сетевых изданий в контексте популяризации спорта. Важный фактор – доступность информации. Издания обеспечивают свою аудиторию актуальной информацией практически в режиме реального времени. Благодаря этому читатели получают достоверную информацию, следят онлайн за матчами, турнирами и иными спортивными событиями.

Немаловажно наличие в контенте издания экспертного взгляда, мнения специалистов, аналитики. Сегодня многие спортивные издания предлагают своей аудитории не только фактические новости, но и мнение специалистов и профессионалов отрасли, иными словами, экспертов. Это также позволяет читателям глубже погружаться в тему спорта, понимать процессы, которые происходят в большом спорте, в любительском и в массовом.

Сетевые интернет-издания используют современную мультимедиа. Это фото-видеоматериалы, анимация, инфографика, графические материалы. Все для того, чтобы контент был наглядным и привлекательным для аудитории.

Привлекательный фактор спортивного СМИ, который позволяет аудитории быть ближе к спорту – наличие форума или, так называемая,

интерактивность. Практически каждый спортивный сайт, спортивное издание сегодня обладает возможностью интерактива, общения со своей аудиторией. Читатель оставляет комментарии, получает обратную связь, взаимодействует с другими читателями. Происходит обсуждение тем. Благодаря этому аудитория больше вовлекается в спортивную жизнь.

Спортивное интервью занимает важное место в медийном пространстве, способствуя популяризации массового спорта, спорта высших достижений и, безусловно, создавая положительный имидж спортсменов. В целом спортивные интервью выполняют несколько функций, и каждая из них способствует повышению интереса к спорту среди широкой аудитории.

Во-первых, интервью представляет уникальную возможность познакомиться с личностью спортсмена, узнать больше о его жизни, о его увлечениях, о его пути к успеху, о тех трудностях, с которыми он сталкивался на своем пути, услышать от него мотивацию и стать немного ближе к спортсмену.

Это, в свою очередь, увеличивает популярность данного вида спорта в целом. Также с помощью интервью можно донести до общественности важные социальные и культурные ценности. Это здоровый образ жизни, правильные привычки, уважение к соперникам, командный дух. На наш взгляд, интервью – это мощный инструмент, который с помощью грамотных и правильно составленных вопросов и не менее глубоких ответов интервьюируемого позволяет привлекать внимание аудитории, спонсоров, партнеров, всех равнодушных к спорту людям. Все эти факторы воедино создают положительный образ спорта в целом или определенного вида спорта и, конечно, мотивируют и вдохновляют людей, аудиторию на занятия спортом и ведение здорового образа жизни.

Спортивное интервью чаще всего публикуется на официальных сайтах спортивных сетевых изданиях, а также в крупных спортивных медиапроектах по типу Sports.ru.

Для того, чтобы проанализировать публикации в спортивных изданиях с точки зрения популяризации спорта, мы выбрали пять успешных сетевых изданий Российской Федерации.

Sports.ru – это один из крупнейших русскоязычных порталов, посвященных спорту. На сайте мы можем увидеть новости, аналитические материалы, обзоры матчей, интервью и многое другое. Особенность Sports.ru в том, что у портала большой охват тем от футбола и хоккея до менее популярных дисциплин, таких как хоккей с мячом, волейбол на пляже и другие. На сайте размещены десятки интервью, которые отличаются разнообразием форматов, насыщенностью героев, интересных историй. Среди интервью можно встретить классические текстовые интервью, видеоматериалы, а также много эксклюзива с известными спортсменами или тренерами.

Портал Sports.ru появился в 1999 году. Сегодня это надежный источник информации для миллионов любителей спорта по всей стране. На сайте также присутствует интерактив, можно зарегистрироваться, оставлять комментарии, участвовать в сообществе, принимать участие в обсуждении спортивной тематики. Также можно вести свой личный блог, высказывать свое мнение, оставлять фото и видео материалы. Форум Sports.ru – это площадка для общения фанатов различного вида спорта, различных клубов. Все это позволяет популяризировать спорт в целом среди аудитории. Также стоит отметить, что у портала Sports.ru есть специализированные проекты, которые посвящены отдельным видам спорта или отдельным направлениям, таким как Олимпийские игры, Чемпионат мира по футболу и другое. Sports.ru играет значительную роль в формировании общественного мнения о спорте в Российской Федерации. Публикации зачастую цитируются другими СМИ, а эксперты сайта участвуют в телевизионных программах и на радио. Данный портал не зарегистрирован как СМИ, но мы все равно приняли решение включить его в этот список. Sports.ru отвечает все требованиям в качестве СМИ, таким как периодичность, наличие учредителя и главного редактора,

название и другое. Оставаться свободным изданием – это исключительно выбор руководящих лиц Sports.ru. Данная площадка не зарегистрирована как СМИ.

Сетевое издание «Матч ТВ» существует в России с 2005 года, при этом проект регулярно и динамично развивается, предлагая своей аудитории новые медиа-форматы. На сайте «Матч ТВ» можно увидеть всю актуальную спортивную информацию, аналитику, интервью, мнение экспертов и многое другое. Мультимедийные технологии позволяют «Матч ТВ» сегодня быть одними из лучших спортивных изданий в России. «Матч ТВ» активно взаимодействует с аудиторией, так как и на сайте, и в телеграм-канале есть возможность оставлять комментарии, участвовать в обсуждении актуальных тем. «Матч ТВ» заслуженно занимает лидирующие позиции среди спортивных ресурсов России и, безусловно, является одним из лидеров формирования общественного мнения. Также своей деятельностью «Матч ТВ» стимулирует развитие спортивного движения в стране.

Издание «Чемпионат» основано в 2005 году. Это один из крупнейших спортивных медиапроектов России. Сегодня издание является универсальной платформой для освещения событий из мира спорта. Здесь мы также видим интервью, аналитику, спортивные материалы, комментарии экспертов, а также интерактивные сервисы, такие как форум и чат, что позволяет аудитории всегда находиться в непосредственной близости к спортивной тематике, изучать глубину спортивных моментов. Уникальная особенность «Чемпионата» в том, что у него регулярно появляется эксклюзивный контент. На сайте присутствует календарь событий, и читатель может в любой момент отслеживать предстоящий матч, соревнования или другие важные спортивные события. На портале присутствует видеоархив, и к нему всегда можно обратиться и посмотреть тот материал, который выходил несколько лет назад.

«Советский спорт» — это одно из старейших изданий в области спортивной журналистики. Печатная газета была основана в 1924 году, и тогда имела название «Красный спорт». В СССР это была одна из самых

популярных газет. Поскольку медиапространство регулярно модернизируется, то в таких условиях газета «Советский спорт» просто не могла оставаться в стороне и, соответственно, организовала интернет-версию, то есть появился сайт, который стал дополнением к печатной версии газеты. Сегодня на интернет-портале мы можем видеть оперативные новости, аналитические статьи, фоторепортажи. Сайт информативен, достаточно привлекателен для широкой аудитории, интересующихся спортом. Сегодня «Советский спорт» сохраняет статус одного из ведущих спортивных изданий России. У издания до сих пор сохранена классическая школа спортивной журналистики, только при этом появились новые подходы и внедряются современные технологии.

Газета «Спорт-Экспресс» появилась в 1991 году, быстро завоевала доверие своей аудитории. Профессиональная команда позволила быстро вывести «Спорт-Экспресс» на передовые позиции относительно спортивных изданий России. В 2000-х годах появился сайт «Спорт-Экспресс», который сегодня обладает широкой аудиторией. Проверенная репутация команды издания делает сайт популярным для аудитории. Здесь мы видим и аналитику, и обширный спектр тем, исторические архивы, многоформатный контент, онлайн-трансляции. Также можно отставлять комментарии, включаться в сообщество, участвовать в форуме, высказывать свою точку зрения.

Основной платформой для размещения спортивных интервью сегодня являются тематические сетевые издания о массовом спорте и спорте высших достижений. Мы выделили пять изданий «Матч ТВ», «Чемпионат», «Спорт-Экспресс», «Советский спорт», Sports.ru. Их всех объединяет тема, целевая установка, ориентир на массовую аудиторию, благодаря чему есть задача популяризации спорта, также оперативное предъявление спортивной информации. Особенно выделяется наличие спортивных интервью в широком выборе.

2.2 Ресурсы популяризации спортивного интервью как элемента дискурса спортивных сетевых СМИ

Для того, чтобы проанализировать интервью спортивных изданий на предмет популяризации спорта и здорового образа жизни в целом, необходимо опираться на объективные критерии.

Однако, по результатам нашего исследования, мы пришли к выводу, что не существует четко определенных критериев анализа популяризации спорта в рамках спортивного интервью. Поэтому мы считаем целесообразным опираться на мнения авторов, чьи работы посвящены спортивной журналистике. Речь идет о таких авторах, как Е. А. Войтик, К. А. Алексеев, Я. Н. Засурский и др.

Для анализа интервью были выбраны следующие СМИ: «Матч ТВ», «Чемпионат», «Спорт-Экспресс», «Советский спорт», Sports.ru. Мы отдали им предпочтение не случайно. Только за апрель 2025 года сайт «Спорт-Экспресса» посетили более 23 миллионов раз, а Sports.ru более 56 миллионов раз. За весь 2024 год сайт «Советского спорта» посетили 35 миллионов раз, а «Матч ТВ» занял 16 место в рейтинге по доле аудитории российских каналов.

Исследование проводилось на основании нескольких интервью, опубликованных на платформах сетевых изданий в период апреля 2024 - июня 2025 гг. За весь период отслеживания работ, всего было рассмотрено и проанализировано 20 журналистских материалов, посвященных теме спорта и имеющие элементы популяризации. Наиболее показательными являются девять интервью.

Мы видим целесообразным обозначить следующие критерии для анализа, а именно жанровую теорию через взаимосвязь содержания и формы: предмет, целевая установка, метод, получение информации, метод предъявления информации, особенности структуры.

Основная цель большинства публикаций – это привлечение внимания к особенностям спорта и личностным характеристикам спортсменов. А также

для того, чтобы аудитория имела большее представление о некоторых видах спорта и вовлеклась в тему спорта через формирование у людей понимания.

Интервью с Динарой Сафиной «От тоски и расстройства питания до счастья», которое провел Павел Ниткин, опубликовано 20 марта 2025 года на портале Sports.ru. Разговор был посвящен нынешней жизни спортсменки, о периоде, когда были мысли о том, что теннис сломал ей жизнь, о борьбе с расстройством пищевого поведения и о брате Марате. Предметом в этом интервью является жизнь после ухода из большого спорта, целевую установку заметно привлечение интереса к виду спорта и личности через имидж. К методу предъявления информации мы отнесем то, что интервью объемное, есть отсылки к прошлому спортсменки через ее цитаты из старых интервью. Автор проявляет сдержанность на протяжении всего разговора. Особенностью структуры является форматирование текста с добавлением шрифтов, эмодзи. Текст же собран логически. Популяризации относится наличие нескольких фотографий в теннисной форме, а также упоминание турниров в этом виде спорта, делая акцент на уровне их значимости.

Интервью с Ренатом Мамашевым «Играл в КХЛ теперь агент НХЛ и финансовый консультант». Автором данной работы является Дмитрий Шевченко и опубликовано оно было 23 декабря 2024 года на портале Sports.ru. Обсудили активное хоккейное прошлое Рената и его путь после льда и клюшки. Предметом является тот факт, что Ренат Мамашев смог превратить спорт в бизнес, целевая установка информативная и мотивационная. Важно показать, что жизнь после большого спорта реальна. Метод предъявления информации четкий, у интервью логическая структура. Особенностью структуры является актуальность, большой объем текста, наличие цитат и прямой речи можно отнести к особенности структуры. К популяризации мы отнесем наличие фото в хоккейной форме, в тренерской форме. Герой рассказывает о хоккейных командах. Объясняет про звенья в хоккее, и на каком нужно быть в нем месте, чтобы стать следующим на вылет из команды.

Интервью с Борисом Андреевичем Жгир «Спринтер, который научил бегать марафоны» было опубликовано 21 мая 2025 года под авторством Павла Дериглазова на портале Sports.ru. Обсудили от начала и до конца спортивную карьеру Бориса Андреевича. Предметом данной работы является спортивный путь человека, который прошел его от детской секции до многократного призера. Важно отметить, что целевой установкой в тексте будет желание и упорство человека. Демонстрация того, что все возможно. К методу предъявления информации относится четкая и логическая структура, а особенностью структуры является объем текста, наличие цитат и прямой речи. Популяризацией в данном тексте является описание героя километров и времени, за которое их можно преодолеть в спринте. Присутствует архивное фото на стадионе в спортивной беговой форме.

Интервью с Татьяной Овечкиной «Быть мамой Александра Овечкина очень легко! Всем родителям желаю такого замечательно сына». Автором выступает Павел Лысенков. Интервью опубликовано 19 марта 2025 года на сайте Матч ТВ. Портретное интервью в честь 75-летия спортсменки. Разговор был о жизни спортсменки, ее карьере и процессе воспитания сына-чемпиона. Предметом интервью является жизнь и судьба не только Татьяны, но и всей семьи Овечкиных, целевой установкой жизнь мамы-спортсменки и сына-спортсмена. Метод предъявления информации описательный, повествовательный, с использованием цитирования. Особенностью структуры будет логическая подача текста, благодаря которой мы постепенно знакомимся со всем и аспектами жизни Овечкиных. Текст небольшой, информацией не перегружен. Интервью разделено на блоки с подзаголовками. Здесь мы выделим как популяризацию наличие фото в хоккейной экипировке, архивные фото Татьяны Овечкиной в баскетбольной форме того времени. Героиня объясняет величие спортивных турниров, что и как друг от друга отличается. Дала описание баскетбольной площадки, уточнив про мяч и кольцо.

Интервью с Андреем Аршавиным «Даже когда не был капитаном, все понимали: в команде главный я». Текст опубликован 23 мая 2025 года под

авторством Сергея Астахова на сайте Матч ТВ. Футболист рассказал о лучшем периоде в ФК «Зенит», значимых победах и достижениях, а также о лидерстве в команде. Предметом является столетний юбилей клуба, а целевой установкой демонстрация упорства и настойчивости. Благодаря этому Андрей Аршавин и клуб добились результатов не только в российском турнире, но и на международном уровне. Метод предъявления информации описательный, повествовательный, с констатацией. Особенностью структуры является неоднородный текст, где на протяжении всего интервью по очереди вспоминается прошлое и прогнозируется будущее. В качестве популяризации мы выделим большое количество фотографий с футболистами с разными ракурсами. Андрей Аршавин упоминает несколько разных чемпионатов в футбольном мире. Благодаря его сравнению, становится понятен их высочайший уровень среди других чемпионатов.

Интервью с Егором Сориним, тренером сборной России по лыжным гонкам. О предстоящей Олимпиаде и возможном допуске наших; текущей форме Терентьевой и Коростелёвой; трудностях Большунова и конкуренции на внутренних стартах и многом другом. Автором выступил Рустам Имамов. Работа опубликована 23 января 2025 года на сайте Чемпионата. Предметом является участие в Олимпиаде и трудностях спортсменов, с которыми им приходится сталкиваться из раза в раз. Целевая установка образовательная и аналитическая. Было важно узнать мнение одного из лучших тренеров страны относительно резкого высказывания президента федерации лыжных гонок России о том, что нашим спортсменам не нужно пытаться ехать на Олимпиаду. Метод предъявления информации описательный и повествовательный. Особенностью структуры является то, что интервью разделено на большое количество блоков и тем. Благодаря четкой логике повествования, читатель узнает почему герой интервью является одним из лучших тренеров России. большое количество цитат и наличие для каждого блока иллюстраций. В качестве популяризации мы выделяем отрывок, в котором спортсмен объясняет соотношение километража и потраченного на него времени. На

протяжении всего текста присутствуют фотографии в полном обмундировании лыжников.

Интервью Александра Тихонова «Когда-то ездил на белом Rolls-Royce. А сегодня я нищий. Четырехкратный олимпийский чемпион Тихонов рассказал о своей пенсии». Авторами выступили Юрий Голышак и Александр кружков. Текст опубликован 31 января 2025 года на сайте «Спорт-экспресс». Предметом является биография спортсмена, а целевой установкой демонстрация аудитории его жизненного пути, достижений, характера и психологии героя. Метод предъявления информации максимально повествовательный. Особенностью структуры выступает большой объём текста, разговорный стиль, глубокие вопросы, уникальные факты и необычные ответы. К популяризации можно отнести краткое описание биатлониста грамотного старта, чтобы продемонстрировать хороший результат на финише. Важно не потратить все в силы в самом начале гонки. Также присутствует архивная фотография Александра Тихонова в обмундировании 1970 года.

Эксклюзивное интервью волейболиста Сапожкова «Моя заветная мечта – выиграть золото Олимпийских игр». Автором выступила Екатерина Родионова. Сам текст был опубликован 8 февраля 2025 года на сайте Советского спорта. Предметом стоит обозначить развитие волейбола в России, а целевой установкой создание имиджа, так как волейбол не самый популярный вид спорта в России. Однако в нем есть свои личности, герои и события. Данное интервью знакомит аудиторию с интересным человеком из мира волейбола. Методом предъявления информации будет просветительский, описательный и повествовательный. Интервью сделано в классическом стиле. Особенностью структуры является то, что у интервью одна тема, читатель не теряется по ходу повествования. В данной работе присутствует фотография в волейбольной форме. Спортсмен делает акцент только на олимпийских играх

Все проанализированные интервью объединяют общую направленность на информирование аудитории о жизни и карьере именитых спортсменов. Все они направлены на популяризацию видов спорта, спортивных состязаний, спортивных результатов.

Предметом является уникальный спортсмен в контексте резонансных спортивных событий. На наш взгляд, главным инструментом здесь является эксклюзивность. Любое спортивное медиа гонится за уникальным материалом. Такое интервью имеет особое оформление. Благодаря вышеперечисленным факторам интервью привлекает большое количество аудитории, которой интересно все новое. Люди начинают читать, обсуждать анализировать интервью и погружаются в мир спорта. В нашем случае под эксклюзивностью мы выделяем героев. Все они интересные, уважаемые, популярные спортсмены, которые были и есть на пике своей карьеры, к которым приковано внимание, по которым видно, что они являются опорой в мире отечественного спорта и не только. Наличие эксклюзивного героя является средством популяризации спорта.

Привязка к событию. Традиционно чемпионаты мира, Европы, Олимпийские игры притягивают к экранам миллионные аудитории. Люди собираются с друзьями и коллегами, чтобы посмотреть финальный матч. Либо дома в кругу семьи следят за победным олимпийским финишем своего атлета. Во время этих турниров спортивные СМИ выдают большое количество интервью со спортсменами. Они рассказывают о своей подготовке, сложном пути к медали и своих эмоциях после побед или поражений.

Легендарные личности, великие игроки и лидеры мнений. В каждом виде спорта есть уникальный человек, благодаря которому люди идут заниматься конкретным спортом. Читая интервью Месси или Овечкина, дети мотивируются, а родители убеждаются, что путь спортсмена может стать смыслом жизни для их детей. После их прочтения возникает желание стать профессиональным спортсменом.

В качестве целей в рамках спортивного интервью мы выделили следующее. Это, безусловно, информирование, так как интервью используется для того, чтобы передать актуальную информацию аудитории. Информационные интервью помогают зрителям и болельщикам оставаться в курсе последних новостей, результатов матчей, спортивных событий, переходов игроков в другие команды.

Следующая цель – образовательная или вдохновляющая, в которых спортсмены делятся своим опытом, рассказывают о тренировочном процессе, о том, как достигали успех, с чем пришлось столкнуться и где брать вдохновение на свершения. Образовательные интервью позволяют узнать много нового о спорте, о самом человеке.

Цель – создание положительного образа команды или спортсмена и популяризация. Такие интервью помогают создать и укрепить имидж спортсмена или большой команды, подчеркнуть сильные стороны, показать уникальность и проявить, показать уникальность, рассказать о достижениях. А также через личность спортсмена популяризировать и погрузить человека в вид спорта, в понимание спортивных соревнований, спортивных достижений. Продемонстрировать весь спортивный мир через жизнь конкретного спортсмена. Мы узнали не только о человеке, но и о спорте.

Спортивная тематика предполагает языковую специфику, некоторые особенности использования лексики, стиля, модальности и тональности текста. На этом основании мы можем говорить о них, как о спортивных интервью, в которых реализуется цель популяризации массового спорта и спорта высших достижений. Популяризация одна из целей, которая реализуется в каждом интервью и это заметно по диалогической форме, так как есть беседа, которая выстраивается логично, последовательно, от простого к сложному, и она связана смысловыми тупиками, которые приходится преодолевать, за счет чего человек начинает лучше разбираться в вопросах спорта. Раскрывается тематика через личность спортсмена, за счет его пояснений, уточнений и примеров из личной жизни. Это такие слова, как

«бросок, бросковые минуты, прием» и иные. Также было заметно использование спортивного жаргона. Например, «выйти один на один, играть на контратаках». Зачастую мы видели краткость и лаконичность публикаций, простоту выражений героев интервью и также простоту вопросов. Однако глубину вопросов и выражений мысли автора, видения собственной позиции мы также обозначали. Присутствовали метафоры, примером может служить фраза «поставил точку в матче, боролся до последней секунды». Была заметна нейтральная позиция журналиста, авторы зачастую не высказывали своего мнения, исключительно задавали вопросы герою своего интервью. Языковая особенность спортивного интервью отражает баланс между языком спорта, на котором разговаривают представители спортивной индустрии, и доступностью для широкой аудитории, для массового читателя.

Истории вокруг спорта. На примере интервью с мамой А. М. Овечкина – Татьяной, мы видим, что аудитории очень важно узнавать детали личной жизни, тренировочного процесса и быта спортсмена. Мы привыкли видеть по телевизору самый последний этап - выступление или соревнование. А подготовка и личная жизнь остаются в тени. Когда читатель узнает, насколько сложным является путь к победе, какие сложности возникают и проблемы, он еще больше проникается и мотивируется пройти свой путь и стать великим спортсменом.

Встречаются также ответы героев, которые своими ответами расставляют турниры в порядке значимости в спортивном мире, благодаря чему, читатели и зрители могут ориентироваться в них.

Таким образом спортивный жаргон объяснительные конструкции примеры из жизни и спортивные анекдоты на уровне стиля способствуют популяризации спорта.

Стоит отметить, что, портал Sports.ru выделился большей структурностью и большим объемом текста, нежели другие средства массовой информации, в рамках которых мы проводили свой анализ. В целом хочется отметить, качественные вопросы журналистов, глубокое познание темы

позволяет воспринимать материал читателям достаточно комфортно. Данные факторы повышают интерес к спорту, к личности и к жизненной мотивации в целом, а также мотивируют на здоровый образ жизни.

Отдельно обратим внимание на непосредственность в ответах героев. В качестве примера приведем цитату известного спортсмена А. И. Тихонова из интервью изданию «Спорт-Экспресс» – «Открыл шампанское перед стартом. Меня словно размазало. Не делайте так». Герой интервью вспоминает случай из своей жизни и собственным примером показывает, что повторять такое никому не следует. Здесь можно увидеть параллель с тем, что спорт – это все-таки здоровый образ жизни.

В интервью «Спорт-Экспресс» с А. И. Тихоновым автор называет героя – «величайший спортсмен XX века». Этот эпитет вызывает у аудитории большой вопрос – кто и за что так называет Тихонова? И затем переходя к самому тексту, читатель видит факт, что Тихонов официально признан лучшим биатлонистом века. Таким образом, автор не обманул аудиторию, а лишь применил профессиональный механизм для удержания интереса к тексту. Благодаря этой авторской фишке, у автора и аудитории сложились доверительные отношения. Это позволило сформировать у аудитории интерес к спорту, к личности спортсмена, к зимним спортивным дисциплинам в целом.

Н. Д. Мазепин в интервью Sports.ru сказал: «Я человек, который хочет добиваться исключительно высочайших результатов. В хорошую неделю 12 тренировок, в плохую 7 – 8. Это обусловлено тем, что я выступаю в пяти видах спорта и еще имею хобби, которые тоже являются спортивными». Достаточно яркий пример популяризации спорта и здорового образа жизни.

Приемом популяризации спорта с помощью интервью мы считаем визуальные элементы, в частности, фотографии. С помощью фотографий можно удачно передать атмосферу события таким образом, что зритель почувствует себя частью происходящего. А также рассмотреть игровые моменты, спортивные конфликты с участием героя. Люди начинают узнавать

спорт не только по названию, но и по экипировке. Фотографии помогают популяризировать вид спорта, показывая его изнутри.

В качестве популяризации мы также выделили эмоциональную составляющую, так как отклик от аудитории очень важен с точки зрения привлечения массовости к спорту, к здоровому образу жизни. На представленных интервью собралось порядка тысячи лайков и десятка репостов. Количественный показатель, который мы рассмотрели, помогает оценить заинтересованность аудитории в тематике интервью или в личности самого спортсмена, которые влияют на популяризацию спорта.

Выводы главы второй.

Спортивное интервью сегодня не только диалогический жанр, представляющий информацию от первого лица, но и инструмент популяризации массового спорта и спорта высших достижений. Результаты анализа интервью в сетевых изданиях «Матч ТВ», «Чемпионат», «Спорт-Экспресс», «Советский спорт», Sports.ru подтверждают данный факт. Ресурсы популяризации заложены в принципах выбора героев и событий, в реализации цели объяснения спортивных дефиниций и спортивных явлений, в диалогической форме, в иерархическом принципе структурирования интервью, в использовании смешанного стиля повествования, включающего и термины, и разговорную лексику, и спортивные жаргонизмы.

Заключение

Спорт является неотъемлемой, важной частью жизни любого современного человека. Спорт выполняет очень важную роль в формировании здорового, полноценного общества и помогает развивать личность. Спорт помогает не только физически развиваться, но также улучшает духовную составляющую человека, помогает формироваться различным качествам, такие как выносливость, целеустремленность, умение работать в команде.

Безусловно, спорт получает государственную поддержку на самом высоком уровне. Задача любого государства вовлекать большое количество граждан в занятия спортом, занятием физкультурой, в ведении здорового образа жизни. Например, согласно национальному проекту по формированию здорового образа жизни в Российской Федерации, к 2030 году в нашей стране должно активно занимающихся спортом людей должно быть не менее 70%. Таким образом, можно подытожить, что спорт – это не только средство для достижения личных успехов, рекордов, олимпийских медалей, но также он выполняет важную социальную функцию. Спорт укрепляет здоровье, создает фундамент для будущего развития человека. В современном мире спорт становится связующим звеном. Он помогает объединяться в коллективы, развиваться личности, добиваться новых высот в жизни.

По итогам проведенных нами исследований мы видим, что спортивное интервью привлекает аудиторию и популяризирует спорт. Мы обращаем внимание на спортивную историю в интервью, личность, команду, которая завоевала кубок, победила важнейший матч и выполнила важнейшую социальную функцию. Эмоционально проникаясь этой историей, обыватель хочет повторить этот путь и сделать его еще лучше, стать таким же успешным спортсменом. Или же просто начать разбираться в терминах, экипировках, турнирах, проблемах, вопросах, которые преследуют спортсменов на протяжении всей их карьеры в массовом спорте или спорте высших

достижений. Можно сделать вывод, что по умолчанию эта функция заложена в жанр спортивного интервью.

Интервью – это мощный инструмент для популяризации спорта благодаря тому, что интервью с интересными личностями привлекает внимание общественности. Сегодня средства массовой информации предлагают своей аудитории интересные интервью, которые помогают понять, погрузиться и вникнуть в суть видов спорта. Так как все они объединены целью через личность спортсмена погрузить читателя в спортивный мир.

Мы выявили роль спортивного интервью как инструмента популяризации спорта, его влияния на общество и вовлеченность аудитории. А также – средства популяризации массового спорта и спорта высших достижений, такие как диалоговая форма, раскрытие тематики через личность спортсмена, пояснения героя и примеры из личной жизни, эксклюзивность героя-спортсмена и его истории.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Акопов А. И. Аналитические жанры публицистики: учебно-методическое пособие для студентов журналистов. Ростов-на-Дону: Изд-во Института массовых коммуникаций, 1996. 88 с.
2. Алексеев К. А. К проблеме периодизации истории спортивной журналистики в России // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2018. №2. С. 175- 185.
3. Алексеев К. А., Ильченко С. Н. Основы спортивной журналистики. Москва.: Аспект Пресс, 2016. 240 с.
4. Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А. Энциклопедический словарь: изд. - Санкт-Петербург: ПОЛРАДИС, 1993. 726 с.
5. Гафиатулина Н. Х., Косинов С. С., Самыгин С. И. Спортивное движение как эффективное средство развития социального здоровья российской молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. №3. С. 19–22.
6. Загудиллина М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та; Филантроп, 2005. С. 218–226.
7. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». Москва.: Аспект Пресс, 2003. 257 с.
8. Информационные жанры современной журналистики [Электронный ресурс] // nazaykin.ru. URL: http://www.nazaykin.ru/lekcii/copywriting/pr_smi_re/inf_genre.htm (дата обращения 16.12.2024).
9. Киуру К. В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике // Вестник ЧелГУ. 2012. №5 (259). С. 88-91.

10. Кодола Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы: учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд., испр., перераб. и доп. Москва.: Аспект Пресс, 2011. 174 с.
11. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. Москва.: Изд-во Москв. ун-та, 2008. 179 с.
12. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учебник для студентов вузов. Москва.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.
13. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2010. №6. С. 14–21.
14. Лубышева Л. И. Спортизация в системе физического воспитания: от научной идеи к инновационной практике: монография. Москва.: НИЦ Теория и практика физической культуры и спорта, 2017. 200 с.
15. Малышева Е. Г. Спортивный журналистский интернет-дискурс о дзюдо: жанрово-тематическая специфика // Известия Смоленского государственного университета. 2016. № 4 (36). С. 122-137.
16. Пономарев Н. И. Спорт - феномен культуры: Лекция: Ленинград: ЛГПИ, 1987. 22 с.
17. Путин поручил вовлечь в систематические занятия спортом 70% россиян к 2030 году [Электронный ресурс] // Российская газета. 2023. 19 октября. URL: <https://rg.ru/2023/10/19/putin-poruchil-vovlech-v-sistematicheskie-zaniatiia-sportom-70-rossiiian-k-2030-godu.html> (дата обращения 13.03.2024).
18. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 августа 2017 г. N 1837-р г. Москва" от 24.11.2020 // Российская газета. 2020.
19. Сахнова Е. Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2013. №4. С. 98-103.
20. Скоряшин В. И. Техника спортивного интервью // Спорт в зеркале журналистики. Москва.: Мысль, 1990. С. 20–55.

21. Слышкин Г. Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена. 2000. 139 с.
22. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года от 24.11.2020 № 3081-р // Министерство спорта Российской Федерации. URL: <http://static.government.ru/media/files/Rr4JTrKDQ5nANTR1Oj29BM7zJBHXM05d.pdf> (дата обращения: 10.10.2024).
23. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. Изд. 6-е, испр. и доп. Москва.: Аспект Пресс, 2017. 315 с.
24. Тиунова О. В., Фильченков Д. А. Повышение эффективности средств массовой информации в пропаганде физической культуры, спорта и спортивного образа жизни в Российской Федерации // Министерство спорта Российской Федерации, Пензенский государственный технологический университет. Москва: Т-во науч. изд. КМК, 2017. 81 с.
25. Туленков Д. А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика. Особенности специализир. Направления [Электронный ресурс] // спортивного журналиста Дмитрия Туленкова. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=900831#text> (дата обращения: 10.10.2024).
26. Чудинов А. Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: Материалы для лексической разработки заимствованных слов в рус. лит. речи: Санкт-Петербург: В.И. Губинский, 1910. 676 с.
27. Patrick S. Washburn, Chris Lamb Sports Journalism: A History of Glory, Fame, and Technology // University of Nebraska Press, 2020. 282 с.
28. Raymond Boyle Power Play: Sport, the Media and Popular Culture // Edinburgh University Press, 2009. 264 с.
29. Sam Duncan The Digital World of Sport: The Impact of Emerging Media on Sports News, Information and Journalism // Anthem Press, 2020.