

**Кунгурова О.Г.**

Профессор, к.ф.н., Костанайский государственный университет,

Казахстан

**Кунгуров О.О.**

магистрант

## **СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ЕВРОПЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

В настоящее время в большинстве европейских стран есть своя конвергентная инфраструктура спортивных СМИ, куда входят, печать, радио, телевидение, интернет-СМИ. Этот феномен связан с постоянно увеличивающимся вниманием общественности к спорту, который, в отличие от предыдущих времен, перестал быть просто зрелищем, став экономической и даже политической структурой.

Большие возможности в этом плане имеют крупные спортивные телекорпорации, такие как Eurosport, Canal Plus (Франция), Setanta Sports (Ирландия), Sky Sport, BBC4 (Великобритания), Viasat Sport (Великобритания). Функциональная значимость спорта на таких каналах раскрывается в полном объеме, включая воспитательную, образовательную, культурную, а также политическую и экономическую направленность. В качестве примеров популярных печатных спортивных изданий обозначенной направленности можно привести The Daily Sport (Великобритания), La Gazzetta Delia Sport (Италия), Paris Match (Франция), Kicker и Sport Bild (Германия), Don Balón (Испания), и др. Спортивные материалы занимают значительное место и в качественных общенациональных изданиях, таких как лондонская «Тайме» (The Times), «Санди Тайме» (The Sunday Times), «Гардиан» (The Guardian) (Великобритания), La Corriere délia serra (Италия), Die Zeit (Германия), El Pais и El Mundo (Испания), а также в массовой прессе европейских стран.

Существуют также транснациональные телевизионные каналы, принадлежащие крупным мировым медиа-холдингам. Это, прежде всего Eurosport (Франция), RTL sport (Германия), Viasat (Швеция). Современное благосостояние ведущих европейских стран - Великобритании, Франции, Германии - основывается на своеобразии исторических традиций, диверсифицированной экономике, локальных общественных связях, развитии различных видов деятельности (в том числе спорта), источников доходов населения, научно-технического потенциала, а также мощной медиаиндустрии. По сравнению с другими европейскими странами именно в этих государствах наблюдается наибольшее количество спортивных СМИ. Спортивные медиа представляют собой наиболее эффективную форму организации в плане освещения спортивной деятельности, поскольку за счет гибкой информационной политики рассказывают обо всех событиях, происходящих в мире спорта. Высокий уровень потребности европейского общества в оперативной

и качественной спортивной информации обеспечивают онлайн-СМИ, постепенно уменьшая востребованность телеиндустрии, которая активно ищет новые формы подачи спортивных событий, фактов, материалов. Так, в европейской телевизионной практике в последнее время стали популярными новостные спортивные каналы. Их сетка вещания обычно наполнена новостными блоками, актуальными интервью, обзорами спортивных событий. Так сегодня работают телеканалы Eurosport News (Франция), InfoSport (Франция), Orange Sport Info (Франция), Sky Sports News (Великобритания), Setanta News (Великобритания) и др.

Типологические различия между спортивными каналами определяют не только их степень интенсивности в практической деятельности, но и приоритеты в осуществлении всевозможных задач. В частности, к таким задачам можно отнести поддержку спортивной инфраструктуры в целом; популяризацию видов спорта; презентативность спортивных деятелей; интеграцию в локальных (в рамках одной страны) и межлокальных (европейский и международный) уровнях; развитие информационной и рекламно-информационной функций; снабжение аудитории всесторонней текущей спортивной информацией; формирование общественного мнения по поводу происходящих спортивных событий; формирование у зрителей «духа причастности» к спортивным событиям; достижение коммерческого успеха на зарубежном медиарынке и т.д.

Таким образом, спортивная журналистика преимущественно работает в сфере профессионального элитного спорта и является самостоятельным и чрезвычайно динамичным институтом в системе коммуникационных процессов в европейских странах. Она связана с мощной культурно-развлекательной индустрией, которая диктует журналистам свои условия, так как находится под влиянием огромных финансовых потоков, циркулирующих через рекламу. Так что закономерно то, что в условиях общего кризиса, который переживают сейчас мировые, в том числе и европейские традиционные СМИ, спортивная журналистика, напротив, процветает. Прослеживается влияние спортивной журналистики и на иные тематические медианправления – журналистику экономическую, деловую, экологическую и др. Прежде всего, это проявляется в манере подачи информации, телевизионном комментарии, форматировании печатных СМИ и телепередач, в манере поведения журналистов и, в частности, комментаторов, работающих в прямом эфире. Особого внимания заслуживает и отражаемый в СМИ язык спорта, который характеризуется яркой экспрессией и лексикой, оригинальными метафорами, разработанной символикой, свободным употреблением сленга, многочисленными неологизмами, штампами и клише. Следует отметить влияние такого языка на современную политическую риторiku, поскольку он позволяет установить более прочную связь с массовой аудиторией избирателей.