

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Педагогический институт
имени В.Г. Белинского
Историко-филологический
факультет

Кафедра «Журналистика»

Направление подготовки

42.03.02 «Журналистика»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

Киберспортивная журналистика как новое явление медиа

Студент Тоledo Ягов Ягов Вадим Сергеевич

Руководитель Сердобинцева д-р филол. наук, проф. Сердобинцева Е.Н.

Нормоконтролёр Стрыгина канд.пед. наук, доцент Стрыгина Т.В.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 25.05.2020 г. №9)

Заведующий кафедрой Рева д-р филол. наук, доцент Рева Е.К.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК
от _____ № _____)

Секретарь ГЭК Зуева канд.филол.наук, старший преподаватель Зуева Г.С.

Пенза, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ИСТОРИЯ РОССИЙСКОЙ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	6
1.1 История дореволюционной спортивной журналистики.....	6
1.2 История советской отечественной спортивной журналистики.....	11
1.3 Спортивная журналистика и современность.....	19
1.4 Тематические тренды современной спортивной журналистики.....	27
1.5 Спортивная журналистика и интернет.....	33
ГЛАВА 2. КИБЕРСПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И МАСС- МЕДИА.....	39
2.1 Суть киберспортивной журналистики.....	39
2.2 История киберспортивной журналистики.....	42
2.3 Анализ крупнейших киберспортивных студий, функционирующих на территории Содружества Независимых Государств.....	46
2.4 Проблемы современной киберспортивной журналистики в медиапространстве.....	54
2.5 Создание и раскрутка канала на платформе Twitch.TV.....	56
2.6 Возможные пути решений пополнения штаба киберспортивных студий путем привлечения гражданской журналистики на платформе Twitch.TV.	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	65

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире спорт окружает нас всюду. С городских билбордов на нас смотрят звезды спортивных команд и организаций, в рекламе на телевидении участвуют знаменитые футболисты и хоккеисты. Нередко в общественном транспорте или кафе можно услышать обсуждение спортивного события совершенно незнакомых нам людей. Во время прогулки по парку практически невозможно не встретить "легкоатлетов". Да и кто из нас в детстве не мечтал стать великим футболистом или гимнастом? Возможно, как раз по этой причине 60% населения России (Официальный опрос ВЦИОМ), занимаются спортом чаще одного раза в неделю, причем 17% из них тренируются ежедневно. Политика тоже не обошла спорт стороной. Исследователь К. А. Алексеев в своих трудах считает, что: «Внимание к развитию спорта и физическому воспитанию нации составляет в настоящее время одно из приоритетных направлений государственной политики в нашей стране». [Силкин В. В. , Суворова А. Ю. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sportivnoy-zhurnalistiki-v-rossii-istoriya-i-sovremennost/viewer>] Современный спорт многогранен. Каждый год появляются новые виды спорта, которые имеют потенциальную ценность для спортивной журналистики. Так случилось и с киберспортом, который за первую декаду двадцать первого века показал исключительные темпы роста популярности. Вместе с ним развивается киберспортивная журналистика.

Популярность киберспорта с каждым днем растет по всему миру, увеличивается число крупных киберспортивных организаций и инвестиций от крупнейших мировых компаний. Уже сейчас стриминг-платформы называют «новым телевидением» и возлагают большие надежды на их потенциал, поэтому исследование состояния киберспортивной журналистики на сегодняшний день является **актуальным**.

Новизна обусловлена тем, что исследований на данную тематику сейчас не существует. **Объектом** работы является киберспортивная журналистика.

Предметом работы является стриминг-платформа Twitch., на которой представлена кибержурналистика

Целью работы является исследование киберспортивной журналистики как части медиасферы.

Задачи:

1. Рассмотреть историю спортивной журналистики в России
2. Познакомиться со спортивной интернет-журналистикой
3. Выделить новый аспект/направление в современной спортивной журналистике – киберспортивную журналистику
4. Рассмотреть становление киберспортивной журналистики
5. Исследовать киберспортивные студии, функционирующие на территории Содружества Независимых Государств
6. Выявить проблемы современной киберспортивной журналистики в медиапространстве
7. Определить возможности работы канала на платформе Twitch.TV

Методологическая база: К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко, Анохин А. К., Баранов В. В., Слюсаренко Е. А.

Методы исследования: метод наблюдения, сравнительный анализ, историко-теоретический анализ, жанровый анализ, статистический опрос и его анализ.

Теоретическая значимость работы заключается в первом исследовании области гражданской киберспортивной журналистики и поиском решения проблем ее формирования.

Практическая значимость работы заключается в выведении условий, позволяющих всем желающим попробовать свои силы в киберспортивной журналистике.

Эмпирические данные – Исследовано более десяти самых популярных каналов на стриминговой платформе Twitch.tv. Проведен опрос среди пользователей интернет-магазина игр Steam. Собрана официальная

статистика пользователей с официального сайта игры Dota 2. Исследованы киберспортивные турниры на платформе Cybersporrt.ru.

Структура работы. Работа состоит из введения, 2-х глав, заключения, списка использованной литературы, списка эмпирических данных.

ГЛАВА 1 ИСТОРИЯ РОССИЙСКОЙ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

1.1 История дореволюционной спортивной журналистики

Современное медиапространство находится в состоянии постоянного развития. Каждый год появляются новшества, которые заставляют нас взглянуть на эту сферу. Благодаря такому же постоянному развитию в девятнадцатом веке впервые в России появилась спортивная журналистика. Исследователи этой темы все чаще и чаще обращаются к дореволюционному периоду так как: "...исследовательское внимание все больше приковывается к дореволюционному этапу развития спортивной прессы, как ко времени первого опыта формирования самостоятельной и достаточно сложной системы специальных спортивных изданий" [Мятнев, <http://www.old-velo.ru/press.shtml>]. Но, чтобы отследить целостность периодических изданий прежде нам нужно обратиться к еще более раннему периоду времени. Первые спортивные статьи стали появляться еще в конце восемнадцатого века. Во времена Екатерины второй спортивная журналистика существовала лишь в виде единичных статей или небольших любительских колонок. Примерно в это же время стала зарождаться спортивная журналистика и в странах Европы и Америке. И в России, и за рубежом в восемнадцатом веке спорт, как и спортивная журналистика считалось чем-то совершенно неприемлемым и позорным. Один из первых спортивных журналистов Александр Константинович Анохин говорил: "Раньше заниматься спортом, а еще много более - писать о нем - считалось чем-то ужасным". [Ю. Ф. Коршак 1975, с. 24] Однако, все же в России к некоторым видам спорта относились терпимее. Например, в 1775 году в Санкт - Петербурге в честь победы над турками на Неве прошли гонки на Яхтах (В то время такие соревнования назывались "шлюбочный бег") и в одной из старейших регулярных российских газет "Санкт - петербургские ведомости" вышло самое старейшее дошедшее до нас спортивное

объявление. " Некоторые здешнего рода граждане, желающие при ныне торжествуемой радости присовокупить нечто в удовольствие сограждан своих произведением водяной забавы, состоящей в шлюбочном бегу. И к тому вызывают шлюбки на нижеследующем основании." - говорилось в ней.

Спустя полвека в России впервые стали появляться узконаправленные спортивные журналы. В начале восемнадцатого века был очень популярен конный спорт. Для развития и освещения этого спорта в 1823 году появляется один из первых российских спортивных журналов "Еженедельник для охотников до лошадей" под руководством Павла Ивановича Цорна. Всего в 1823 году вышло целых 52 номера. Журнал носил такое название до 1826 года, когда для него было выбрано новое имя: " Записки для охотников до лошадей и конного порядка". Само издание было посвящено конному спорту и коноводству, пока в 1827 году журнал не был закрыт.

Первым же неспортивным изданием, достаточно регулярно писавшем о спорте стала "Северная пчела". Сама газета относилась к литературным и политическим и считалась единственной русской частной газетой, которая открыто стояла на своих патриотических позициях. Основана газета была знаменитым российским журналистом Фаддеем Венедиктовичем Булгариным в 1825 году. Российскими исследователями считается, что именно Фаддей Венедиктович впервые в нашей стране в своих статьях использовал слово "спорт". Так считал российский журналист и историк Петр Николаевич Столпянский, который называл Фаддея чуть ли не первым российским спортивным журналистом. Такого же мнения и многие современные исследователи дореволюционной спортивной журналистики. Однако на самом деле слово "спорт" впервые было использовано в 1845 году Алексеем Хомяковым- журналистом московского "учено-литературного" журнала под изданием Михаила Петровича Погодина "Москвитянин". В своей статье он писал: "Всякого рода охоту англичане называют спорт. Охота с собаками, с ружьем, с птицею; ловля зайца, волка, льва, слона, бабочки; брѣба и плавание, состязание между скакунами, рысаками, петухами,

лодками, яхтами и другие - все это также предметы спорта..." [К. А. Алексеев 2007, с. 68].

Спортивно направленные периодические издания стали появляться в конце девятнадцатого века. Именно тогда и началось формирование и систематичное развитие спортивной журналистики в России. Стали появляться первые издания, у которых все содержание выпуска было посвящено исключительно спортивным событиям. Так же стали появляться газеты и журналы, посвященные техническим видам спорта. Например, о машинах или велосипедах. Такие журналы получали большое количество критики от общества, так как главной целью их существования была реклама марок велосипедов или машин. К тому же качество их было весьма сомнительным. Владелец одного из самых крупных веломузеев России Андрей Мятнев в своей работе описывает эту ситуацию так: "Многие велосипедные, автомобильные и прочие спортивные журналы издавались с целью рекламы того или иного торгового предприятия, что не мешало, впрочем, основной цели этих изданий - популяризации технических видов спорта и усовершенствованных способов передвижения...". [А.К. Анохин 1912, с. 16]. Такими журналами были: "Велосипед и речной яхт-клуб", "Велосипед", "Самокат", "Циклист " и так далее.

Одной из главных проблем того времени, связанной со спортом и спортивной журналистикой, как я уже писал выше, стало отношение общества к спортсменам и журналистам. Общество считало, что занятие спортом - это детские забавы и высмеивало спортсменов. Лучше всех описывал эту ситуацию спортивный журналист Юрий Коршак. В своей книге "Старый, старый футбол " он писал: "Тогда даже многие спортсмены выступали под вымышленными именами, ибо бег, прыжки, а также игра в мяч считались неподобающими занятиями для людей из приличных семей". [Макаров А. 1891 стр.300] Редакции того времени были скудны по своему составу. Штаб состоял из: редактора, секретаря, нескольких журналистов, издателя, редактора основных отделов, художника и фотографа. Часто

большинство этих функций выполнял всего один человек. Ярким примером такого формирования штаба стал ежемесячный журнал "Шахматный листок", который выходил с сентября 1876 года по апрель 1881. До 1880 года редактором-издателем выступал один из величайших шахматистов России конца девятнадцатого века Михаил Иванович Чигорин. Так же Михаил Иванович одновременно и сам писал различные материалы для журнала. Самыми популярными и интересными из них были - "Курс дебютов" и "Курс концов".

Большинство спортивных редакций в конце девятнадцатого и начале двадцатого века не имели в своем штабе журналистов, которые были бы связаны с редакцией "штатными" отношениями. Авторы, которые печатались в разных номерах журналов помечались как "Изъявившие согласие к сотрудничеству". По этой причине журналисты зачастую публиковали свои статьи одновременно в нескольких газетах и журналах. Спортивный журналист Константин Алексеев в своей научной работе писал об этом: "Многие авторы сотрудничали одновременно в двух- трех журналах, а лучшие спортивные журналисты: А. К. Анохин, В. К. Анфилов, Г. А. Дюпперон <...> - за десятилетия своей деятельности публиковались более чем в трех изданиях, были и редакторами, и издателями, и рядовыми сотрудниками" [1909, с.6].

Еще одной проблемой спортивной журналистики начала двадцатого века была некомпетентность авторов в сфере спорта. Из-за отсутствия кадров в журналах приходилось публиковать статьи почти всех желающих. Так как спорт в этот промежуток времени только становился популярным и открытым для всех желающих, в редакциях ценились любые авторы, способные грамотно написать текст. От авторов требовались только знания о сфере, в которой он пишет и полное беспристрастие к происходящему на соревнованиях. Но часто последний критерий не соблюдался. Это стало прежде всего проблемой общей прессы, из-за чего такие статьи поддавались резкой критике. Многие журналисты писали не о происходящем на

соревнованиях, а о травмах, скандалах и околоспортивных происшествиях. По этой причине обычному читателю было проблематично составить картину происходящего.

У уже бывалых журналистов возникали проблемы с объективностью. Часто в их статьях были неуместные высказывания по поводу спортивных событий или кружков. Александр Константинович Анохин в одной из своих статей сделал такой вывод по поводу необъективности журналистов: "Происходит это по той причине, что в огромном большинстве корреспондентами являются молодые люди - члены тех или других спортивных обществ. Естественно, что как-то "неловко" выбрать своих, и является или умалчивание, или чрезмерное расхваливание.". [О. И. Чистяков 1994, с. 41] По причине такой предвзятости часто можно было встретить споры журналистов, которые переходили в откровенную полемику. Один из самых известных инцидентов произошел в журнале о, казалось бы, одном из самых мирных видов спорта - шахматах. В 1891 году в свет вышла статья А. Макарова - журналиста журнала "Шахматный журнал", в которой он высказал свое мнение о противостоянии издателей журнала " Шахматное обозрение" Боброва и Сарагина с редактором ежемесячного Санкт-Петербургского "Шахматного журнала" П. Отто:" Чтобы читателям стало понятно, отчего гг. Бобров и Сарагин стараются бросить грязью в г. Отто - следует объяснить, что г. Отто может дать вперед г. Боброву коня, а г. Сарагину - ладью. Они осознают, что им очень далеко в знании шахматного искусства до г. Отто..." [К .А. Алексеев 2015, с. 103]

Организаторы спортивных соревнований и физкультурных кружков относились к журналистам с опаской. Большинство из них не шли на диалог, а спортсмены были довольны только тогда, когда в статье хвалили их достижения. Обычно для журналистов на соревнованиях выделяли отдельный столб с надписью "Пресса", под которым авторы статей толпились и пытались что-то написать. Но некоторые организации все же понимали важность спортивных репортеров и выделяли им даже отдельные ложи.

Современный журналист Константин Алексеев в своей научной работе писал об этом: "Больше других о репортерах заботились устроители профессиональных чемпионатов по французской борьбе, заинтересованные в наиболее полном освещении своих состязаний, ориентированных прежде всего на коммерческий успех у публики. Журналисты здесь располагались в специальных ложах, которые, впрочем, находились в непосредственной близости с борцовским ковром, отчего в отчетах с матчей можно было встретить и такие строчки: " Вахтуров <...> бросает противников на все кулисы, забрасывает даже в ложу прессы." [1917 стр.3]" [Генерозов В. 1917, с. 157].

Но со временем интерес к спорту в России начинал увеличиваться, а с ним и качество спортивных репортажей и количество спортивных изданий и профессиональных журналистов. К 1917 количество отечественных спортивных специализированных изданий насчитывала 18- газет, журналов и приложений к изданиям общего профиля. (Подсчет проводился Алексеевым К. А. в его научной работе [1917 , с. 548]. Общество стало значительно теплее относиться к спорту и аудитории изданий становились все больше и больше. Штабы росли, как и прибыль. Со временем, после революции спорт станет одним из главных механизмов управления сознаниями граждан СССР, а физическая культура - одной из главных отраслей для граждан.

История развития дореволюционной журналистики стала одной из самых важных вех. Спортивная журналистика прошла путь от насмешек, до почитания. Спортсмены стали «медийными» личностями. Именно по такому же развитию событий прошел и киберспорт, лишь сократив этот процесс до десяти лет. Точно так же, киберспортивные журналисты прошли путь от насмешек в 2010 году до всеобщей популярности в 2020.

1.2 История советской отечественной спортивной журналистики

Появление спортивной журналистики стало результатом постоянного развития Российской журналистики, начиная с конца девятнадцатого века.

Уже на рубеже веков в отечественной журналистике стали появляться различные жанры и виды. Общество стало лояльнее относиться к увлечениям, которые ранее считались зазорными. В результате такой "оттепели" началось формирование спортивной прессы в России, которая во времена Союза станет одним из главных пропагандистских двигателей властей страны.

Но начало переменам в отечественной журналистике было положено еще в далеком 1905 году. Семнадцатого октября именно этого года в свет вышел царский Манифест, который впервые провозглашал свободу слова. В ней говорилось следующее: " Великий обет царского служения повелевает нам всеми силами разума и власти нашей стремиться к скорейшему прекращению столь опасной для государства смуты. Повелев подлежащим властям принять меры к устранению прямых проявлений беспорядка, бесчинств и насилий, в охрану людей мирный, стремящихся к спокойному выполнению лежащего на каждом долга, мы, для успешного выполнения общих выбранных нами к умиротворению государственной жизни мер, признали необходимым объединить деятельность высшего правительства.

На обязанность правительства возлагаем мы выполнение непреклонной нашей воли:

1. Даровать населению незыблемые основы гражданской свободы на началах действительной неприкосновенности личности, свободы совести, слова ... " [О.И. Чистяков 1994, с. 41].

Манифест поспособствовал быстрым темпам роста количества разнообразных периодических изданий - в том числе спортивных газет и журналов. Впервые стали появляться издания, посвященные малоизвестным и не самым популярным видам спорта, таким как: футбол, теннис и воздухоплавание. Примечательно то, что лишь малая часть изданий, популярных и действующих в промежуток после 1905 года, не смогли сохраниться после первой мировой войны и захвата власти в октябре 1917 года: "Мировая война крайне усложнила условия выхода всех спортивных

изданий, для многих из них эти условия оказались критическими и привели к закрытию" [К. А. Алексеев 2015, с. 103]. Но все эти сложности не уничтожили дореволюционную спортивную журналистику полностью. Кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета К.А. Алексеев говорил об этом следующее: "...дореволюционная спортивная журналистика не закончилась после октябрьского переворота, она продолжала существовать и далее, оказывая определяющее влияние на формирования советской физкультурно-советской журналистики. Это влияние можно рассматривать как очевидный пример преемственности традиций, демонстрирующий не только неповторимое своеобразие спортивной печати 19 - начала 20 столетия, но и ее генетическое родство со спортивной прессой советского периода, а через нее - с современной спортивной журналистикой" [К.А. Алексеев 2015, с. 103].

Изучение отечественной советской спортивной прессы стоит начать с 1914 года. То есть еще до захвата власти. К началу первой мировой войны спортивная журналистика, тогда еще Российской империи, существовала и развивалась как единая эффективная система. Ей были присущи следующие черты: " ... для которой были характерны внутренняя обусловленность существования, устойчивая структура отношений и единство при большом типологическом разнообразии составлявших ее элементов. "[К.А. Алексеев 2015, с. 103]. Тяжелая экономическая ситуация, недостаток кадров и дефицит спортивных событий, типографический кризис, стали причинами закрытий многих спортивных изданий в России за период с 1914 - 1917 годы, но, несмотря на все эти проблемы, ко времени февральской революции в России выходили около двадцати изданий, связанных со спортом. Это указывает на востребованность дореволюционной спортивной прессы. Неизвестно, как развивался бы российский спорт, если бы издания не вытерпели все трудности. Вклад таких газет и журналов невозможно переоценить.

Период окончания Первой Мировой войны в России ознаменовался двумя

революциями, произошедшими в феврале и октябре 1917 года. Принято считать, что спортивная журналистика всегда индифферентна к политике, но после революции не вся пресса смогла остаться в стороне. В период двух революций в России главным спортивным изданием являлось "Русский спорт", который выпустил по теме революции статью, содержание которой было следующим: "Приветствуя освобожденную Россию и новый уклад политической жизни, редакция журнала выражает полную уверенность, что <...> новым, созданным свободным народом правительством не будут забыты нужды физического развития и воспитания этого народа" [1917. № 10]. Издания, которые исповедовали другие взгляды не показали никакой противодействующей реакции, а лишь проигнорировали изменения в руководстве государства. Например, В. В. Генерозов - редактор - издатель журнала "Коннозаводство и спорт" писал о ситуации следующее: "Коннозаводство и спорт" - издание специальное: содержание его определяется его названием, и потому оно всегда стояло в стороне от политических течений <...> Лошадь нужна всегда и везде, при всяком строе". [В. Генерозов 1917, с. 157]. Но спустя всего год, Генерозов резюмировал: "В феврале 1917 года Россия получила все, чтобы стать великой страной, и скоро дошло до такого положения, когда все великое исчезло и на место великого встало ничтожное". [В. Генерозов 1917, с. 548.] Есть причины полагать, что из-за этого журнал и был закрыт в 1918 году.

Одной из отличительных черт советского спорта и спортивной журналистики после 1920 года можно считать единство с властью. Большевики стали выстраивать механизмы управления сознания граждан людей и одним из главных рычагов управления стал спорт. Исследователь спортивной журналистики К. А. Алексеев считал: "Советское правительство постепенно выстраивало свою систему управления обществом, в том числе и в сфере физического развития, и в ней уже не находилось места прежним принципам и нормам взаимоотношений" [К. А. Алексеев 2015, с. 103]. Так же, подтверждением вышеуказанных мной слов станет отрывок из

исследования Станислава Сергеевича Толстого: "Революция ударила больнее, чем мировая война. прежде всего потому, что она перестала считаться с личностью, а ведь на личности основан всякий спорт. Спорту, кроме того, угрожала общая судьба всей России - задохнуться в тисках политической борьбы, политических споров и недоразумений. Но здесь спорт вышел победителем <...> политическая борьба периода революции и Гражданской войны в России прошла мимо спорта, почти его не коснувшись. Лишь в 1920-е гг. новая власть обратила внимание на спорт и физкультуру, поняв всю важность последних в процессе собственного влияния на общество" [С.С. Толстой 2009].

Однако взгляды общества и политиков по поводу спорта в СССР расходились на протяжении всей истории страны. Еще в 1917 году идеи спорта и социализма практически не пересекались. Об этом писал один из самых знаменитых исследователей Советского спорта - Роберт Эдельман: "Когда теории государственного социализма и практики современного зрелищного спорта возникли практически одновременно, в конце 19 в., тесной связи между ними не было. И то, и другое было продуктом индустриализации и урбанизации, но они редко фигурировали в общем контексте. Даже если социалисты <...> и думали о подобных вещах, в их понимании спорт являлся фактором, ослаблявшим перспективы революции. В рядах большевистской партии <...> определено было очень мало закоренелых болельщиков <...> Зрелищный спорт так же, как и джаз, кино, мюзик-холлы и парки развлечений, считался анестезирующим средством, создающим иррациональный мир, далекий от мира политики" [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008].

Книга американского исследователя Роберта Эдельмана " Серьезная забава: история зрелищного спорта в СССР" заслуженно считается одной из самых известных по своей тематике. Закончена она была лишь в 1990 году. Вопреки прогнозам, книга не потеряла свою актуальность. Считается, что Эдельман в своем произведении, в отличие от своих коллег из Восточного

блока, смог преодолеть давление традиций советских исследовательских работ " о спорте ". Задача произведения была не из легких. Нужно было описать главные черты отечественного "зрелищного" спорта и противопоставить его " олимпийскому ", ведь считалось, что первый вид был относительно свободной стороной жизни в несвободном государстве. Еще одним интересным фактом является происхождение Роберта Эдельмана. Он был американец, который в течение двадцати пяти лет посещал СССР "наездами", с целью собрать как можно больше информации для книги. Ему пришлось изучить различия между Советским и Американским спортом и преодолеть многочисленные культурные барьеры, для объективного осмысления разницы и сходства. О самом советском спорте Эдельман писал: "Поскольку в фокусе внимания марксистов всегда был труд, нет ничего удивительного в том, что понимание мира игры им давалось не легко" [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008, с.30], а главным вопросом в книге стал " ... если все формы человеческой деятельности в советском обществе должны были отвечать какой - то цели, то какова тогда была судьба игры, развлечения? ". [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008, с.16] Согласно произведению Роберта Эгельмана советский спорт был обречен стать " спорной территорией". [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008, с. 43] между властью и обществом. "Зрелищный" спорт был популярен в СССР из-за того, что он способен быть тем полюсом силы, к которому тянутся вытесненные эмоции игроков и болельщиков. И числа таких болельщиков после 1917 года стало стремительно расти. Появлялись различные спортивные общества и команды, олицетворяющие разные слои общества. Например, ЦСКА - армия, Динамо - молодость, сила, красота, Спартак - рабочие и т.д. каждый гражданин мог выбрать, кому отдать свою симпатию на соревнованиях. Ревизионистская позиция Эдельмана в книге прослеживается очень четко. Он подвергает критике труды других исследователей советского спорта того времени: " Фиксируя взгляд лишь на государственных целях, многие обозреватели видели суть советского спорта

как оруэлловскую и тоталитарную ". Таким образом и такими взглядами на спорт в СССР они сильно упрощали общую картину советской действительности. Сам же Эдельман описывал ситуацию с "зрелищным" спортом чуть ли не как противостояние: "Аудитория зрелищного спорта не желала делить с государством серьезность его намерений" [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008, с. 349] - а значит налицо "принципиальное несовпадение между целями государственной спортивной системы и интересами советских болельщиков". [Р. Эдельман / пер. с англ. И.С. Давидян, 2008, с. 55]

Еще один известный современный исследователь советского спорта Борис Дубин описывал, как протекали первые годы послереволюционного спорта: " Идеология спорта развивается параллельно в нескольких контекстах - милитаризации общества; выработки определенной культуры современного промышленного труда; массового внедрения повседневных навыков гигиены. При этом за различными направлениями пропагандистской работы стоят заинтересованные группы советских руководителей разных уровней, между которыми на тех или иных этапах жизни страны идет конкуренция и борьба ". [Р. Эдельман / пер. с англ. И. С. Давидян, 2008, с. 14]

Взгляд идеологов советского физкультурного движения сильно отличался от вышеперечисленных исследователей. Б. Кальпус описывал, каким будет спорт, если он будет во власти пролетариата: " Когда спортивное движение предоставлено самому себе, или им руководят люди со старой, отжившей и чуждой пролетарскому строительству идеологией, спорт приобретает уродливые внешние формы и внутреннее содержание. Вот эта самая "уродливость" спорта в связи с его буржуазным происхождением заставляет с опаской относиться к его пригодности для служения интересам и задачам пролетарской культуры. Несомненно, что спорт в том виде, в котором мы получили его от буржуазии, требует очищения и освобождения от приставших к нему налетов буржуазного происхождения: самоцели,

индивидуализма, рекордомании, чемпионства, профессионализма и т.д." [Б. Кальпус 192, с. 10]. Это говорит о том, что главные черты спорта были чуждыми внедряемой идеологии коллективизма и стремление к рекордам и достижениям рассматривалось как проявление человеческого эгоизма. Спорт первой четверти двадцатого века в СССР воспринимался только как средство и метод физической культуры. Такие взгляды пропагандировались властями для сохранения первого в мире социалистического государства. Физическая подготовка была необходима для бойцов Красной армии. К. А. Алексеев писал о процессе обучения бойцов следующее: " В системе Всевобуча создавались курсы, школы, секции, площадки, где с помощью реквизированного у дореволюционных спортклубов инвентаря бывшие спортсмены, мобилизованные в качестве инструкторов обучали допризывников. Попутно Всевобуч занимался пропагандой физкультуры, устраивая выступления, выпуская плакаты, брошюры, книги". [К. А. Алексеев 2015, с. 103] Его слова подтверждал российский исследователь В. Стариков: " В распространении идей спорта из столичных и полустоличных городов в провинции, уезды, вплоть до волостей, <...> в приближении его к массам - главная заслуга органов Всевобуча. Всевобуч распахал и засеял большое поле, и если под плуг попали частью тепличные растения - буржуазно - мещанские, полуспортивные общества, - что же делать - "Лес рубят - щепки летят". [В. Стариков 1922, с. 2-3].

Спустя годы после государственного переворота 1917 года спортивные издания СССР стали все больше и больше " опролетаризовываться " и " орабочиваться ", таким способом уничтожая все признаки дореволюционной спортивной журналистики. К. А. Алексеев дал следующую характеристику этому периоду: " Но процессы эти затянулись до начала 1930-х гг., а их отголоски еще долго встречались потом в советской физкультурно-спортивной прессе. Пусть в искаженном, тщательно заретушированном виде, но они сохранились, ведь создавался и советский спорт, и его печать не на пустом месте, а на прочном фундаменте мыслей, наработок, моделей,

проверенных методов - на основании, которое осталось от прежней системы спортивной журналистики. И наследованные черты той "буржуазной" журналистики, которую так хотелось вычеркнуть из памяти, то и дело проступали сквозь безупречно пролетарскую внешность физкультурно-спортивных журналов" [К. А. Алексеев 2015, с. 103].

Исходя из вышеперечисленного можно сказать, что двадцатый век был очень трудным для "зрелищного" спорта. Вокруг него люди невольно противостояли "двоемыслию", но в то же время оставались внутри него, вынужденные принять идеи "любительства" и "коллективизма" советского прочтения предпочитаемого ими вида спорта. Посвящение жизни этой "пустой трате времени" значило быть аполитичным, а иногда и противостоящим власти. Это сказывалось и на журналистике. Большинство журналистов писали лишь об "олимпийском" спорте. Но нельзя принижать прогресс, который достигла спортивная пресса в двадцатом веке. Количество печатных изданий стало быстро расти, качество контента значительно увеличилось, как и количество сотрудников. Появилось телевидение и оперативность передачи информации о спорте выросло в разы. Стали появляться спортивные аналитические передачи. К концу века отечественный спорт, как и тематический вид журналистики, стали выходить из тени властей и стали все более близки к народу.

Во времена советской власти, спорт и спортивная журналистика служили более пропагандистским оружием, чем бизнесом или способом улучшения качества контента. Советским людям прививалась любовь к труду и спорту с самого детства, в большей степени чтобы иметь военный резерв. Но именно этот период лучше всего олицетворяет развитие отечественной спортивной журналистики. Показывает прогресс в качестве контента и рост количества тематических спортивных изданий и программ.

1.3 Спортивная журналистика и современность

Спорт в современном мире играет одну из ведущих ролей в жизни каждого человека. Это стало возможно благодаря его постоянной эволюции, связанной с постоянным желанием демонстрации все большей силы и выносливости профессиональных спортсменов. В своей книге "Основы спортивной журналистики", К.А. Алексеев дает характеристику процессу развития спорта: "При множестве разногласий в более частных вопросах исследователи сходятся в том, что в результате долгого процесса эволюции современный спорт представляет собой институционально оформленную, исторически обусловленную форму физической активности, наиболее существенным и неотъемлемым признаком который служит состязательность" [К.А. Алексеев, С. Н. Ильченко, 2016, с. 11]. Исходя из вышеперечисленного мы можем дать следующее определение современному спорту. Современный спорт- это сложно структурированный социальный институт, отдельные составляющие которого формируются разными целями и задачами, обладают разным ценностным потенциалом и социальной значимостью для общества.

Современный спорт, стал гораздо более многогранным и доступным. Любой человек, имеющий доступ к сети интернет, может оперативно узнать исход практически любого прошедшего события, что способствует разжиганию большего интереса к разным видам спорта и привлекает новую аудиторию и болельщиков. Если ранее спорт существовал, в большинстве своем, как институт для профессиональных спортсменов, то в современном обществе произошло дробление на два "лагеря". По Алексееву современный институт спорта делится на две подсистемы: " ... большой спорт (спорт высоких достижений, профессионально - коммерческий спорт) и массовый спорт (называемый так же общедоступным, ординарным, спортом для всех)." [К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко 2016, с. 11.]

Современный спорт поражает развитием большого числа видов спорта. Разные дисциплины становятся не только более зрелищными, но и порождают поддисциплины (Так произошло, когда от хоккея с шайбой

появилось самостоятельное ответвление- хоккей с мячом под названием " Бенди "). Чтобы структурировать современные виды спорта, было принято решение разделить их на следующие группы (В порядке убывания по популярности):

- Олимпийские виды;
- Неолимпийские;
- Национальные;
- Экстремальные;
- Другие.

Одной из отличительных и важных черт олимпийских видов спорта является штаб. Обычно в него, помимо спортсменов, входят врачи, тренеры, руководители, спонсоры, производители экипировки и снаряжения, что делает современный спорт более социальным, что вводит определенные тенденции развития современного спорта. Исследователи современного спорта К.А. Алексеев и С.Н. Ильченко в своей работе выводят следующие тенденции развития спорта: "К числу таких тенденций, наблюдаемых в последние десятилетия можно отнести следующие.

1. Постоянный и стремительный рост спортивных результатов, связанный с внедрением новых, все более эффективных методов тренировки, изменением условий соревнований, совершенствованием инвентаря и экипировки, экономическим стимулированием, использованием новых приемов повышения работоспособности атлетов (психологических, физиологических, фармакологических).

2. Коммерциализация и постоянное удорожание спортивных соревнований, связанное с этим увеличение представительности и расширение программы соревнований, появление и развитие видов спорта, подразумевающих дорогостоящую предметную деятельность.

3. Резкое "помолодение" спорта, возрастание нагрузок до уровня запредельных, состязания в достижениях фармакологии - все это позволяет говорить о нравственных деформациях в спорте, о его дегуманизации, об

обширном проблемном поле современного спорта.

4. Повышение требований к организационному, судейскому, врачебному и - что становится все более и более важно - информационному обеспечению. [К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко 2016, с. 17.]

Следует обособленно отметить последний пункт. С ростом достижений, качества и цены инвентаризации, популярности спорта среди людей, информационное обеспечение стало играть важнейшую роль. Почти все спортивные трансляции, благодаря развитию современных технологий в медиaprостранстве, можно посмотреть в режиме Online. Крупные медиахолдинги, чтобы осветить большое количество соревнований, которые идут параллельно друг другу, создают большее количество платных телеканалов (МАТЧ! ИГРА, МАТЧ! Премьер и т.д.). Все крупные спортивные организации имеют свои собственные пресс - центры, блоги, каналы на YouTube и аккаунты в Instagram. Это указывает на то, что современный спорт становится все более развлекательным и на возросшую выгодную взаимонеобходимость сосуществования спорта и средств массовой информации.

Для СМИ спорт представляет интерес своей постоянной непредсказуемостью. Даже аутсайдер в любой момент может подарить спортивному журналисту инфоповод, обыграв лидера чемпионата, в любой момент спортсмен может установить новый мировой рекорд или получить травму. Единственное, что знает журналист заранее - дату и время проведения события. Для этого каждый сезон составляется новый календарь событий и спортивные журналисты проходят специальную аккредитацию для допуска к ним. Такое большое количество событий породило и разные группы информационных поводов для журналистов. Подробно описывает их исследователь Киуру К. В. в своей работе " Типология информационных поводов в спортивной журналистике ". Автор считает, что сейчас существует три вида инфоповодов. Первый из них - *спортивные соревнования*. Как считает Киуру: " В этой группе можно выделить несколько самостоятельных

информационных поводов.

1.1 Результаты соревнований;

1.2 Поведение зрителей на соревнованиях;

1.3 Травмы;

1.4 Форсмажорные ситуации;

1.5 Неспортивное поведение;

1.6 Дисквалификация спортсменов; [Киуру К. В. 2012, с. 89.]

Второй группой инфоповодов К. В. Киуру считает " Спортивные пресс - конференции и брифинги". Последней - " Спортивные интервью ", которая делится еще на 4 подгруппы:

" Интервью - мнение о планах и прогнозах;

Интервью - мнение после соревнований;

Интервью - комментарий;

Награждение спортсменов; " [Киуру К. В. 2012, с. 89.]

Все вышеперечисленные данные помогают нам лучше понять контент, производимый спортивной журналистикой т.к. информационные поводы и темы одинаковы.

Кроме информационных поводов, современному спортивному журналисту нужно всегда держать в голове и список возможных источников информации. Основным источником информации в сфере спорта являются представители этой сферы, которые непосредственно косвенно или на прямую приняли участие в прошедшем мероприятии - тренеры команд или конкретных спортсменов, сами спортсмены, судьи, организаторы и т.д. Сбор информации из вышеперечисленных источников может осуществляться в специально отведенное время, например, в футболе проводят послематчевые пресс-конференции, где обычно принимают участие тренер и игрок определенной команды. Вторичным источником информации служат люди, которые не принимают прямого участия в соревнованиях. Такими источниками могут быть болельщики, сотрудники стадионов или арен. Порой информация, которую могут дать эти источники может создать свой

собственный информационный повод. Так же в сфере спортивной журналистики активно используются инсайдеры. Алексеев К. А. дает описывает их следующим образом: " ... инсайдеры - люди из окружения спортсменов или сотрудники команд, обеспечивающие журналиста предварительной информацией или слухами. " [К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко 2016, с. 21] Иногда источником информации для журналиста может служить его собственная аудитория. Специально для этого многие работники СМИ создают аккаунты в социальных сетях и мессенджерах, для получения обратной связи и дополнения уже собранного материала тем, что заметили зрители. Не редко спортивному журналисту приходится обращаться к еще одному источнику информации - архивам и базам данных. Обычно это касается публикаций или сюжетов, которые отсылаются к прошлым событиям или результатам. Например, в биографических материалах о каком- либо спортсмене.

Как и любой другой вид журналистики, спортивная журналистика имеет свои особенные задачи, каждая из которых имеет значение для всей сферы современного спорта. К числу таких задач относятся:

- Участие в управлении спортом, создании различных спортивных мероприятий и помощи в их организации.
- Объективное и оперативное информирование своей аудитории о произошедших в мире спорта событиях.
- Обеспечение циркуляции достижений между теорией и практикой спорта, повышение спортивной грамотности всех слоев общества.
- Формирование общественного мнения, основанного на пользе спорта и поддержка его гуманистических идеалов.

Помимо вышеперечисленных задач, спортивная журналистика имеет и свои собственные функции, главной целью которой служит воздействие спортивной информации на умы аудитории. Алексеев писал об этом факте: " ... спортивная журналистика имеет обширный функционал, реализация которого происходит с учетом специфики предмета отображения. Ключевым

фактором, определяющим направление деятельности спортивной журналистики, ее функциональной сущности, роли в обществе, служит воздействие на аудиторию потребителей спортивной информации" [К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко 2016, с. 23]. Перечень самих функций считается неоднозначным. Разные источники спорят на эту тему. Я считаю, что самым целостным из них считается список этих функций по К. А. Алексееву. Исследователь отмечает тринадцать функций: информационная, пропагандистская, агитационная, управленческая, организационная, воспитательная, просветительско-образовательная, рекламная, эстетическая, развлекательная, мировоззренческая и гедоническая. Рассмотрим их подробнее.

По мнению К. А. Алексеева информационная функция спортивной журналистики является самой важной. И это логичное предположение, ведь процент публикаций и сюжетов, использующих эту функцию в спортивных тематиках равен восьмидесяти процентам. К этой функции относятся результаты прошедших соревнований, информация о травмах спортсменов и т.д. То есть все, что касается главной темы спорта - состязательности.

Второй по важности функцией автор считает пропагандистскую. Одной из призваний сотрудников спортивных средств массовой информации является распространение физкультурно-спортивных знаний, с целью эрудирования своей аудитории в сфере спорта.

Третьей функцией исследователь называет агитационную. В целом смысл ее тот же, что и в предыдущей функции, но главным отличием является пропаганда именно занятий спорта и популяризации различных упражнений и физической активности.

Четвертая функция - управленческая. Самое точное определение ее дал исследователь О. С. Шустер: " Управление заключается в непосредственном влиянии на саму аудиторию, потребляющую информацию, и в постоянном воздействии на социальные институты спорта" [О. С. Шустер 1998, с. 24].

Еще одной важной функцией по мнению К. А. Алексеева является

организационная функция. Средства массовой информации часто играют важную роль в организации различных соревнований разного уровня. Журналист может выступать посредником между организациями, которые занимаются устройством спортивных мероприятий, и участниками этих самых мероприятий.

Сформировать конкретное общественное мнение о спорте реализуется при помощи воспитательной и просветительско-образовательной функций. Первая играет роль стержня, повышающего общий уровень физической культуры человека, для формирования различных полезных привычек, а вторая объясняет - для чего это нужно.

Так же в современном спорте имеет большой вес и рекламная составляющая. Именно по этой причине следующую функцию К. А. Алексеев дал ей имя рекламной. Звезды мирового спорта часто участвуют в рекламе различных популярных брендов, таких как: Adidas, Nike и т.д. Спортивные команды печатают названия спонсоров на майках, а на стадионах и аренах вдоль бровки идут щиты с рекламой спонсоров соревнований. Финансы от рекламы для многих спортивных организаций играют такую же важную финансовую роль, как посещение домашней арены болельщиками. Так же, аудитория различных СМИ может не платить за просмотр трансляции соревнований, но приносить своим просмотром прибыль СМИ, с которой заключен рекламный контракт у какого-либо бренда.

Эстетическая функция существует практически с самого образования спорта. Осуществляется она через показ здоровых тел, красивых людей, их движений. Все это тоже влияет на общественное сознание и прививает чувства эстетического и привлекательного, устанавливая определенные физические рамки, к которым людям хочется стремиться.

Самой очевидной функцией является развлекательная. В современном мире спорт носит больше развлекательный характер. Он отвлекает людей от повседневных проблем и заставляет испытывать положительные эмоции. В

современном обществе многие люди ищут, чем заполнить свое свободное время и в этом им помогает спорт и спортивные СМИ. Выше я писал о взаимовыгодном сотрудничестве двух этих сфер. Медиапространство через медиаединицы обеспечивает спорту популярность, а спорт гарантирует средствам массовой информации широкую и устойчивую аудиторию. По этой причине зрелищный спорт показывается на крупных телеканалах чаще, чем виды спорта менее динамичные или интригующие.

Мировоззренческая функция отвечает за общее обогащение культуры потребителей спортивной информации, определяет человека в определенную систему отношений.

Последней функцией, по К.А. Алексееву, считается гедоническая функция. Ее целью считается создание эмоционального фона аудитории, показывая роскошь и богатства спортсменов. Например, через их дома, машины и даже жен.

Исходя из вышеперечисленного, мы можем сделать вывод, что спорт и СМИ существуют в очень тесной сфере, взаимодоплняя друг друга и совершенствуя. Они не могут существовать друг без друга на таком уровне, на котором сейчас находятся. Спортсмены создают информационные поводы для журналистов, а журналисты, в свою очередь, повышают уровень популярности спортсменов или организаций, освещая события вокруг них и принимая участие в организации соревнований.

Современная спортивная журналистика является одним из самых популярных видов журналистики. Но, в отличие от двадцатого века, современная спортивная журналистика и спорт в большей степени являются бизнесом. Это относится и к киберспортивной журналистике.

1.4 Тематические тренды современной спортивной журналистики

Темы современной спортивной журналистики представляют собой сегмент сопутствующей информации. Именно через призму этого сегмента и

проявляется спорт как социально - культурное явление. Принято считать, что основной темой спортивной журналистики считается борьба между спортсменами или техникой и спортивная непредсказуемость. Однако современная спортивная журналистика представляет собой многоуровневую индустрию. Это свидетельствует о том, что с приходом спонсоров и расширением аудитории спорт и тематическая журналистика стала иметь отношение к бизнесу.

В. А. Леднева описывает условия современного спорта в медийном пространстве, как:

- новую специфическую сферу экономических и деловых отношений;
- вид профессиональной трудовой деятельности;
- важнейший экономический ресурс, существенно влияющий на уровень и динамику экономического развития страны;
- бизнес;
- привлекательный и эффективный канал продвижения на рынке своей продукции и своего бренда;
- возможность формирования позитивного и привлекательного для покупателей имиджа своей компании [В. А. Леднева. М., 2012, с. 7-9.].

Такой взгляд на спортивную индустрию влияет и на контент, предоставляемый некоторыми средствами массовой информации. Громкие спортивные трансферы в игровых видах спорта имеет отклик во всех мировых СМИ. Так, например, стало с трансфером бразильского футболиста Неймара из Каталонского клуба "Барселона" в Парижский "ПСЖ" за 222 миллиона евро. Так же неотъемлемой частью некоторых СМИ стала реклама различных букмекерских контор. На телеканале "МАТЧ!" есть специальная предматчевая рубрика, посвященная анализу возможного исхода матча через котировки букмекерской конторы "Лига ставок". Таким образом журналист как бы указывает на самый лучший и "железный" исход матча, провоцируя зрителя поставить ставку. В межсезонье телеканал даже проводит специальный товарищеский турнир, названный в честь спонсоров телеканала

(Кубок Parimatch), где принимают участие ведущие футбольные клубы страны и ближнего зарубежья. С такой редакционной политикой можно не соглашаться, но такова реальность современной спортивной журналистики.

Такое стало возможно благодаря не только расширению аудитории спортивной сферы и появлением различных спонсоров команд и телевидения. Полноценной отраслью спортивную индустрию сделали и другие признаки. Например, многие спортивные организации сотрудничают с различными производителями амуниции, технических приспособлений и даже воды и энергетических напитков, которые спортсмены употребляют во время тайм - аутов. Так же спортивные организации имеют брендовые магазины атрибутики. Еще одним из признаков стали различные продукты индустрии спорта. Таковыми могут являться спортивные события разного уровня и спортивно - оздоровительные услуги. И одним из главных признаков являются сами потребители продукции, которую предоставляет спорт (болельщики и зрители, фанаты, телевидение).

Современный спорт в России стал доступной и сравнительно не дорогой сферой отдыха. Аспекты этого отдыха часто отражаются в СМИ всех видов и типов. Более того, само понятие "физическая культура " является не отделимым от "спорта" как такового. Именно "физическая культура" является показателем массовости и популярности спорта в стране. Пропаганда спорта всегда присутствовала и будет присутствовать в нашей стране.

Одним из главных современных трендов стал "фитнес" (с англ. - быть в хорошей форме). Сейчас каждый успешный человек практически обязан заниматься в спортивных залах, чтобы показать свою успешность. Именно по этой причине иногда даже самых высокопоставленных лиц, или просто знаменитостей, в сюжете показывают именно за занятиями в зале или во время отдыха. Популярность "фитнес" обрел еще в 80-х годах прошлого века. На телеэкранах стали появляться утренние передачи, которые вели преимущественно женщины с красивой фигурой. Хронометраж вальировался

от 15 до 20 минут, призывая повторять движения за человеком в кадре и эротизируя занятия спортом.

Вообще эротические темы в современном спорте и журналистике преобладают именно как социальный аспект спортивной активности. Происходит это из-за не самой высокой популярности околоспортивных событий. Редко появляются репортажи о жизни какой - либо бывшей или современной " звезды " мирового спорта, о околофутбольных событиях или скандалах, которые произошли с фанатами, как, например, история с футболистом Артемом Дзюбой и фанатами Московского Спартака. К.А. Алексеев описывал социальные аспекты спортивной журналистики так: "...любая информация в спортивной журналистике, которая не связана напрямую с результатами выступлений отдельных спортсменов, команд, сборных, технически - статистическими результатами соревнований в целом, по сути, и может быть атрибутирована именно как информация социальная, характеризующая реальность вне параметров самого спорта" [К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко 2016, с. 165].

Не менее важной темой в современном спорте и спортивной журналистике является тема гендеров. В спорте издревле существуют устоявшиеся стереотипы, которые начали постепенно разрушаться лишь в конце двадцатого века. Началось разрушение стереотипов с "Олимпийского" спорта. Об этом писал исследователь К. А. Алексеев: "Уже в 1900 г. на летних Олимпийских играх в Париже женщины впервые приняли участие в различных соревнованиях программы - по конному и парусному спорту, гольфу, теннису и крокету. Однако подлинное равноправие наступило позже. Женщины вошли в состав МОК только в 1981 г." [К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко 2016, с. 166] Так же стереотипы сложились и вокруг спортивной журналистики. Крупные соревнования по футболу, хоккею, баскетболу комментируют мужчины. С появлением женских видов спорта, таких как синхронное плавание (лишь в прошлом году в этом виде спорта впервые принял участие мужчина) и художественная гимнастика,

комментировать их стали исключительно женщины. Так же в некоторых видах спорта среди комментаторов существуют гендерные дуэты (легкая атлетика, плавание и т. д.).

Одной из популярных тем в спорте является тема отношений между спортсменами. Например, после появления информации об отношениях между Белорусской биатлонисткой Дарьей Домрачевой и норвежцем Уле - Эйнаром Бьерндаленом, говорил весь мир.

Еще одной гендерной особенностью информационных поводов прошлого века стали скандалы на почве половой принадлежности. Есть факты, которые указывают на использование разными странами на женских Олимпийских играх 1952 года гермафродитов в составе женских сборных. Похожий скандал произошел и с южноафриканской бегуньей Кастер семени в 2009 году, когда из-за отсутствия женских черт во внешности спортсменки проводилось гендерное расследование.

Современный спорт так же использует гендерную эротичность спортсменов. Например, в одной из спортивных танцевальных дисциплин популярными становятся так называемые Латинские танцы, в которых между партнером и партнершей возникает страсть. На телевидении популярны передачи, где "звезды" пробуют себя в разных дисциплинах. Тех же танцах или в фигурном катании. Выступают они обязательно в паре с противоположным полом и в обтягивающих нарядах.

Спорт эротизируется и в глянцевых журналах. Многие спортсмены и спортсменки украшают обложки в одном нижнем белье. Яркий пример такого глянца - журнал MAXIM, который является одним из самых популярных журналов в России. Тираж одного выпуска достигает 370 тысяч копий. В фотосессиях для журнала принимали многие спортсменки мирового уровня, такие как теннисистка Мария Шарапова или гимнастка Алина Кабаева.

Одной из самых востребованных тем современной спортивной является тема употребления допинга. Употребление допинга - это умышленный прием

определенных запрещенной комиссией ВАДА веществ, влияющих на физическое состояние и выносливость спортсмена, участвующего в соревнованиях. Тема допинга впервые стала актуальна только после 1990 года, когда были введены первые акты, регулирующие прием веществ на крупных спортивных соревнованиях. Востребована эта тема потому, что часто допинговые скандалы выходят и за пределы спортивной сферы. Например, отстранение сборной России от Олимпиад 2018 и 2020 за употребления спортсменами мельдония. В спортивных кругах этот жест принято считать инициативой ВАДА для достижения каких-то своих целей. Еще одной похожей ситуацией стало отнятие медалей у Российских биатлонистов на Олимпиаде в Сочи 2014. Из-за этого разбирательства, сборная лишилась первого места в общемедальном зачете игр. Однако другим спортсменам подобные вещества разрешены по состоянию здоровья. Например знаменитый биатлонист Уле - Эйнар Бьерндален на закате своей спортивной карьеры употреблял запрещенные вещества из-за, якобы, аритмии. К тому же среди скандинавских спортсменов, " вдруг", резко возросло число астматиков и сердечников. К. А. Алексеев создал таблицу, характеризующую подобные обстоятельства:

1. До конца неясны и туманны принципы, которыми руководствуется такая организация, как ВАДА, запрещающая одни препараты и разрешающая другие. К тому же нет правил без исключения: одним спортсменам по медицинским показаниям разрешено применять конкретные лекарства, а другие за это сурово наказываются. <...>

2. Публикация фактов, фиксирующих употребление конкретными спортсменами запрещенных препаратов, как правило, сопровождается мощной пиар - кампанией, направленной на пойманных за руку нарушителей, а также - на те структуры, в том числе и официальные, каковые представляют интересы спортсменов. Что заставляет подозревать и ВАДА, и других спортивных чиновников из различных международных институтов в определенном умысле и двойных стандартах.

3. Допинговые скандалы "случаются" либо в канун важнейших спортивных состязаний (чемпионаты мира, Олимпийские игры), либо после того, как они закончились. И редко - во время их проведения. Что позволяет допустить версию об использовании антидопинговых публикаций в СМИ как инструмента давления и борьбы с конкретными спортсменами, спортивными коллективами.

4. Трудно не заметить (во многом благодаря активной разработке данной темы в СМИ всех видов и типов) некоторую избирательность как самих проверок, так и определяемых мер наказания по отношению к разным спортсменам, уличенным в проступках на допинговой почве примерно одинаковой степени тяжести. Замечено в тех же медиа, что чаще всего объектами антидопинговых атак становятся российские спортсмены.

5. Негативная роль некоторых СМИ и конкретных журналистов в постоянном мушкетировании темы допинга настолько очевидна, что не нуждается в доказательствах" [К.А. Алексеев, С. Н. Ильченко 2016, с. 173].

Исходя из вышеперечисленных фактов, мы можем с уверенностью сказать, что разнообразие тем в современной спортивной журналистике очень велико. Часто информационные поводы выходят и за пределы спорта, что может стать причиной публикации статьи в неспортивном издании.

Современная спортивная индустрия стала бизнесом с гигантскими размерами прибыли. В спорт и спортивную журналистику приходят самые крупные мировые спонсоры. Из-за больших размеров прибыли стали появляться различные программы, посвященные зрелищному спорту, пользуются огромной популярностью у зрителя, а неизвестные ранее спортсмены становятся популярными.

В комментаторском штабе все больше аналитиков и комментаторов - девушек, что говорит о том, что сфера открыта для всех. Тематически киберспортивная журналистика похожа на общую спортивную. В киберспорте одними из главных информационных поводов, помимо самих соревнований, являются темы допинга, расизма или личной жизни

киберспортсменов.

1.6 Спортивная журналистика и Интернет

С появлением интернета и распространением в нем новых медиа, спортивная журналистика получила новое дыхание и заметно эволюционировала. Стали появляться различные сайты и форумы. Интернет подарил спортивной журналистике так называемую мультимедийность, которая и стала одним из главных стержней СМИ. К. А. Алексеев выводит следующие преимущества интернет-СМИ над традиционными:

1. Организовать технически работу сетевого ресурса способен любой человек. Это более простая и намного более экономная в плане расходования ресурсов модель СМИ.

2. У новых медиа намного быстрее протекает процесс подготовки и выпуска информационной продукции и, как следствие, более высокая оперативность.

3. Наличие у новых медиа форм взаимодействия, позволяющих быстро получать как отклик аудитории, так и данные о ней и на этой основе более точно формировать контент.

4. У интернет-ресурсов намного выше пропускная способность при доставке информации, поскольку нет зависимости от объема печатных страниц или ограничения по времени вещания.

5. Потребителю важен удобный доступ к информации через мобильные устройства практически в любом месте и в любое время.

6. Также аудиторию привлекает возможность одновременного просмотра нескольких материалов разных форматов <...>, доступ к дополнительной информации, архивам данных и т.д.

7. Новые медиа создают больше условий для активизации аудитории - взаимного общения, обсуждения материалов, оставления комментариев [К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко 2016, с. 142-143].

В сумме все эти преимущества дают высокую привлекательность для аудитории спортивных средств массовой информации.

Первыми в России эти преимущества разглядел портал Sports.ru, который публиковал на своем сайте различные журналистские материалы. В процессе развития сферы на сайте стали появляться различные вкладки и мини-сайты форумы. Это произошло из-за того, что одним из главных факторов для спортивных интернет - СМИ стала не прибыль и реклама, а постоянное посещение пользователей. Чтобы постоянно увеличивать число новых уникальных пользователей, спортивные СМИ предлагают аудитории не только журналистские материалы, но и возможность ведения своих личных мини- блогов на сайте, а некоторые даже и вознаграждают за это (Сайт Bombardir.ru, посвященный футболу, раз в месяц выплачивает ведущему самого популярного блога на сайте 10 тыс. рублей) . Помимо форумов стали появляться игровые форматы. Для любителей игровых видов спорта были созданы специальные фэнтези-игры, где может принять участие любой зарегистрированный на сайте пользователь.

В современных спортивных интернет - СМИ мастодонтом является портал Sportbox.ru с 6 миллионами пользователей в месяц. Сам портал был создан в 2007 году в составе ГТРК. Частая реклама портала на телеканале Россия 1 повлияла на популярность сайта, а их взаимное сотрудничество дало сайту возможность вести одновременно до 10 спортивных видеотрансляций одновременно.

Однако есть порталы, которые в своей области имеют определенное преимущество и перед Sportbox.ru. Одни из самых популярных в России спортивных СМИ сайты championat.ru и sports.ru имеют собственные мобильные приложения, где оперативно публикуют свои новости, ведут текстовые трансляции онлайн, позволяют оставлять пользователей комментарии, что влияет на количество посещений, ведь не всегда у человека есть возможность оперативно следить за ходом какого-либо события.

Оперативность и доступность спортивных интернет-СМИ привели к

проблеме качества публикуемого контента. Наплыв непрофессиональных людей снизил качество написания контента, а оперативность публикаций снизила целостность. По этой причине люди часто обращаются к различным профессиональным материалам и блогам спортсменов или аналитиков, ведь написать о соревновании может каждый пользователь, но не каждый может описать именно внутреннюю сторону спортивного события. Часто для получения качественной информации люди обращаются как раз к интернет-изданиям, которые ушли из печатного формата в сеть. Такие как Sovsport.ru и Sport-Express.ru.

Новым форматом, который существует только в спортивной журналистике является текстовая онлайн-трансляция. В данном формате журналист или группа журналистов в режиме онлайн печатают на сайте события, которые происходят на проходящих соревнованиях. Особенно популярен этот формат в игровых видах спорта. Журналист в специальном окне коротко и оперативно пишет о событии, произошедшем в эту минуту в матче. Иногда это может сопровождаться фото- или видеоматериалом. Ярким примером использования такого формата является спортивный портал soccer.ru. Во время ведения текстовой трансляции люди могут общаться в чате, что создает уникальную для интернета мобильность отклика с аудиторией.

Также интернет породил и жанр подкастов. Обычно они занимают от пяти до двадцати минут времени и существуют в аудиоформате. На сайтах существует возможность скачивания подкаста на свой девайс с целью прослушивания его в любом удобном месте, в любое удобное время. Одни из самых популярных подкастов ведет основатель школы спортивной журналистики - Василий Уткин.

Как уже писалось выше, оперативный отклик аудитории - одно из главных преимуществ интернета. Журналисты, при помощи блогов в twitter могут получить для себя совершенно новую информацию, которую в дальнейшем можно использовать. Форумы позволяют напрямую общаться в

онлайн-формате журналиста и его аудиторию, что несомненно влияет на его популярность и качество производимого им контента. Алексеев выделяет семь форм взаимодействия аудитории и журналиста: комментарий, форум, конференция, опрос, оценка, игры и кнопки.

Около десяти лет назад в спортивной интернет-журналистике появился совершенно новый формат, способный существовать только в сети и имеющий большой потенциал - киберспортивная журналистика. Основой такого вида журналистики являются спортивные соревнования, проходящие в онлайн - формате по различным компьютерным играм. Всего за 10 лет киберспорт стал одним из трех самых популярных на планете видов спорта. Аудитория, просматривающая информационные ресурсы и онлайн - трансляции исчисляется десятками миллионов уникальных пользователей. Представители киберспортивной журналистики часто появляются в аналитических программах на телевидении (Vilat на МАТЧ!), а спортсмены подписывают дорогостоящие контракты со спонсорами (Команда Astralis и AUDI , Team LGD и футбольный клуб PSG) . Сейчас практически все спортивные организации в мире имеют свой киберспортивный состав, а некоторые даже в нескольких дисциплинах. Именно этот вид журналистики вносит неоценимый вклад в спортивные онлайн - трансляции на стриминговых платформах (Twitch, Youtube и т.д.) и постоянно развивает качество контента современных онлайн-студий аналитики. Об этом виде спортивной журналистике и пойдет речь в следующей главе.

Вывод по первой главе

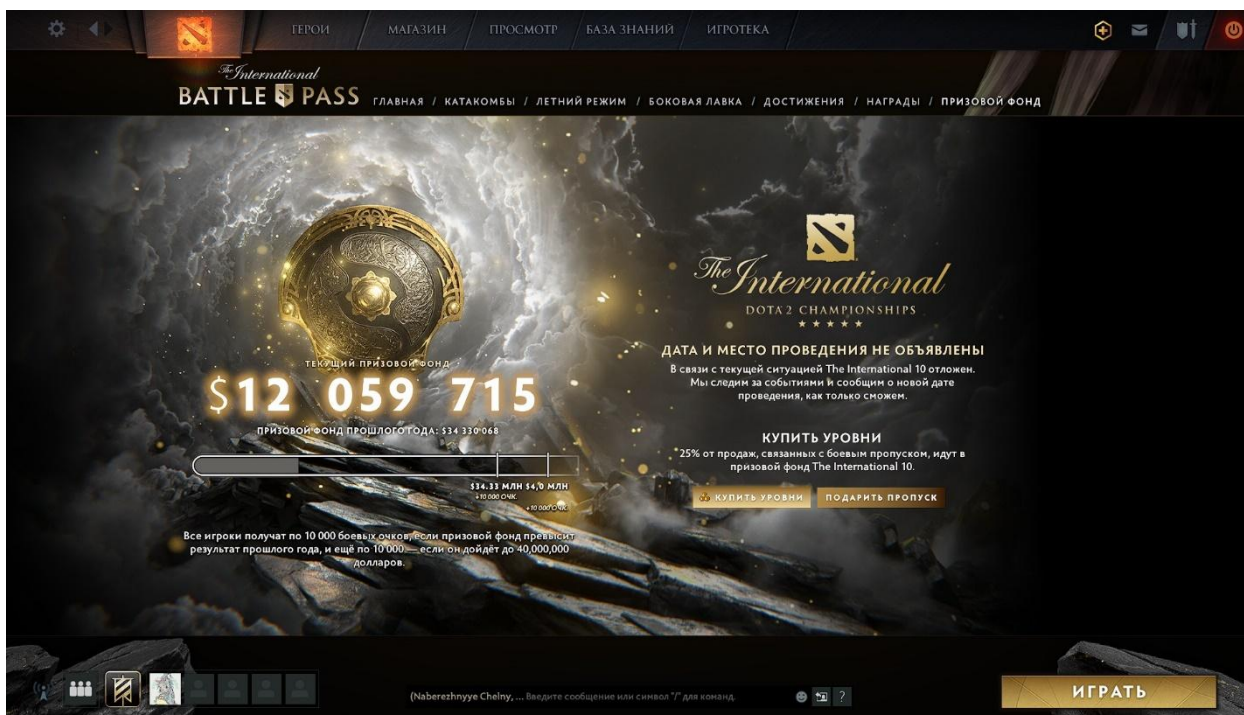
Исходя из материала, изложенного в данной главе, мы можем сказать, что спортивная журналистика развилась благодаря таким переломным моментам в истории государства как революции, войны, развал СССР. Спорт и спортивная журналистика прошли период от народного порицания до одного из самых популярных видов журналистики. В двадцатом веке спортивная журналистика была предметом пропаганды, а в современности

играет роль перспективного бизнеса. Одним из главных толчков в развитии спортивной журналистики стало появление интернета. С его появлением увеличилось качество коммуникации и появилась возможность существенных сокращений затрат на производство журналистских материалов. С появлением киберспорта начался рост популярности стриминговых платформ, которые уже сейчас называют «будущим телевидением», что дает нам повод называть современную спортивную журналистику одной из самых прибыльных и перспективных областей масс-медиа.

ГЛАВА 2. КИБЕРСПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И МАСС-МЕДИА

2.1. Суть киберспортивной журналистики

С развитием интернет-пространства количество пользователей в сети в 2015 году преодолело 3 млрд. человек. По данным компаний-исследователей интернет-пространства и социума, 40% населения земли ежедневно пользуются интернетом. Рост популярности интернета среди людей создал удачные условия для развития сферы киберспорта и транслирующих его платформ. Сейчас большинство компьютерных игр создаются с соревновательной платформой, чтобы получать дополнительную прибыль от киберспортивного потенциала игры. Призовые фонды киберспортивных турниров уже несколько лет подряд бьют рекорды. На данный момент самым большим призовым фондом в киберспорте является фонд турнира The International 9 по дисциплине Dota 2. Он составил 34 миллиона долларов. Такие крупные призовые фонды стали возможны благодаря формированию его при помощи части вложений от внутриигровых микротранзакций. Ежегодно перед самым крупным турниром в Dota 2 выходит Battle Pass. Это внутриигровой пропуск-анонс турнира The International. После покупки пользователь получает различные косметические предметы, а часть денег от покупки идет в общий призовой фонд турнира. В данный момент 26 мая 2020 года появился Battle Pass анонсирующий юбилейный The International 10, который уже сейчас имеет большой потенциал по росту призового фонда турнира. Подробнее данная информация предоставлена на скриншоте ниже.



Изображение 1.

Систем выявления победителя на крупных киберспортивных турнирах выглядит следующим образом: «<...> BO1 (Best of 1- играется одна карта, и побеждает сильнейший), BO2 (best of 2 – может закончиться ничьей), BO3 (best of 3 – определяется лучший в трех раундах) и BO5 (best of 5 – определяется лучший в пяти раундах)» [В.В. Панкина, Р.Т. Хадиева, 2015, с. 36].

Сейчас в мире практически каждый день проходят различные киберспортивные турниры на высшем уровне. Это стало возможным благодаря множеству жизнеспособных дисциплин. Dota 2, CS:GO, Starcraft, Hearthstone, Rainbow Six Siege, League of Legend, VALORANT, FIFA, PUBG, Fortnite – далеко не полный список самых популярных игровых киберспортивных дисциплин, в которых есть своя система формирования турниров. Одним из многих ярких примеров отличительной от общемирового спорта особенности является DPC система в Dota 2. Это таблица, которая вычисляет общее количество очков, которые команды заработали на крупных мейджер и минор турнирах, организованных при поддержке Valve. По результатам таблицы, команды получают прямые

приглашения принять участие в самом крупном турнире- The International по Dota 2. Остальные участники попадают на турнир путем региональных отборов.

Рост количества турниров и их колоссальной популярности по всему миру стал толчком к появлению каналов, транслирующих эти соревнования. Самыми популярными в СНГ на данный момент являются студии: Maincast, Starladder и RuHub Studio. Они регулярно ведут прямые трансляции турниров по большинству вышеперечисленных игр, создают различные медиаконтент, основой которого стало киберспортивное и околокиберспортивное пространство. Аудитория таких каналов исчисляется миллионами пользователей. Обычно процесс проведения прямо трансляции происходит так: появление уведомления о трансляции в группах студий в социальных сетях; канал выходит в прямой эфир и зрителям предоставляется интерактивная инфографика-анонс события с отчетом времени до его начала; выход в эфир студии аналитики, которая обсуждает предстоящий соревновательный матч или события вокруг него и турнира в целом; в эфир выходят комментаторы, которые на протяжении всего турнирного матча будут описывать происходящее на экране; после окончания матча, в эфир снова выходит студии аналитики, где члены студии обсуждают причины победы/поражения того или иного коллектива и главные моменты матча. Иногда этот процесс разбавляется приглашенными в студии гостями – киберспортсменами или знаменитыми блогерами, играми с аудиторией и розыгрышами ценных призов.

В данный момент киберспорт является одной из самых перспективных областей в спорте. Рост аудитории сделал стриминг-платформы, транслирующие турниры перспективной и для введения маркетинга. На Twitch регулярно проходят презентации девайсов ведущими мировыми компаниями. Все ведущие студии и популярные стримеры имеют крупные контракты с ведущими мировыми компаниями. Популярные спортсмены появляются в телепередачах и рекламе, показанной на телевидении. За

последние пять лет киберспортсмены и киберспортивные журналисты стали личностями, узнаваемыми не только узкими группами людей. Практически каждому в России и СНГ знакомы такие спортсмены как Алексей «Solo» Березин, Амер «Miracle» аль-Баркави, Роман «RAMZES666» Кушнарев и др. Такие журналисты как Виталий «Vilat» Волочай или Виктор «GodHunt» Волков неоднократно появлялись на ведущих федеральных каналах холдинга МАТЧ.

Исходя из вышеперечисленного, мы можем дать следующее определение киберспортивной журналистике:

Киберспортивная журналистика – это популярный вид журналистики, главной темой контента которого являются киберспортивные и околокиберспортивные события.

2.2. История киберспортивной журналистики

Неофициальный киберспорт зародился в СНГ еще в конце девяностых годов двадцатого века. Из-за труднодоступности интернет-соединения, большинство геймеров были вынуждены соревноваться в компьютерных клубах по локальной сети. Обычно они располагались в подвалах зданий, где можно было разместить до десяти игровых мест в одном помещении. Именно в конце девяностых, в таких подвалах и стали формироваться первые локальные турниры и лиги по популярным на тот момент дисциплинам: Warcraft, Starcraft, Quake и др. С увеличением количества киберспортивных дисциплин, в сферу стали приходить крупные призовые фонды, что указывало на финансовую привлекательность и перспективность области. Одним из первых в СНГ на это обратил внимание Дмитрий Вячеславович Смит, который успешно играл в Starcraft под никнеймом «Dilvish». В данный момент он является президентом Федерации компьютерного спорта Российской Федерации. Федерация увидела свет двадцать четвертого марта двухтысячного года, после чего стала активно добиваться официального

признания киберспорта в России. Подписание приказа о признании официальным киберспорт в России случилось лишь через год, в 2001. Благодаря стараниям энтузиастов председатель Госкомспорта Павел Рожков подписал документ и Россия стала первой в мире страной, где киберспорт был официально признан. В 2006 сфера снова лишилась этого статуса и вернет его обратно лишь спустя десять лет. Потеря статуса по формальным причинам, связанным с отсутствием практики протоколирования результатов соревнований в регионах РФ, не стала причиной гибели такой перспективной спортивной области. В киберспорт параллельно стали приходить крупные инвесторы, которые зачастую и формировали призовые фонды лиг и турниров.

Первого ноября две тысячи третьего года в России появилась одна из первых и самая крупная на данный момент организация Virtus.pro. Существовая изначально как команда по Counter-Strike, организация развилась до составов почти во всех ведущих мировых киберспортивных дисциплинах. Успешные выступления Польского состава VP на крупных мейджерах по CS:GO и смешанного состава по Dota 2 на The International 5 привлекли колоссальные инвестиции USM Holdings, основателем которого является известный в России олигарх Алишер Усманов. Сто миллионов долларов в общей сумме организация получила от сторонних инвесторов.

Начиная с 2010 года в мире стали проводиться крупные турниры, призовые фонды которых доходили до нескольких сотен тысяч долларов. А с появлением новой системы призовых фондов от Valve, призовые достигали нескольких миллионов долларов. Турнир от этой же компании The International 9 по Dota 2 в 2019 году поставил мировой рекорд по призовому фонду за один турнир, который составил тридцать четыре миллиона долларов. Сам турнир прошел летом 2019 в Шанхае. Победителями стала организация OG, генеральным спонсором которых является известная всем компания-производитель энергетических напитков Red Bull. Состав стал

первой командой, выигравшей чемпионат мира два раза подряд, а игроки мгновенно попали в списки одних из самых богатых спортсменов в мире.

Сейчас киберспорт является одной из самых популярных и прибыльных спортивных сфер в мире. Крупнейшие компании подписывают собственные составы. Одним из ярких примеров такого сотрудничества является коллектив Astralis из Дании, который получил инвестиции от всемирноизвестного производителя автомобилей AUDI. Большинство крупных организаций из других видов спорта сейчас активно подписывают организации в киберспорте. Так один из ведущих Европейских футбольных грандов Paris Saint-Germain 19 апреля 2018 года подписал китайский состав LGD, который успешно показал себя в дисциплине Dota 2. На данный момент спонсорами организации являются такие компьютерные гиганты как Lenovo и легендарные производители девайсов для геймеров Razer.

Если еще десять лет назад киберспорт не воспринимался достаточно серьезно, то сейчас спортсмены снимаются в рекламе, посещают крупные телевизионные шоу, а бывший игрок команды Virtus.pro Ramzes666 даже попал в список богатейших спортсменов России по рейтингу издания Forbes. Лучшие игроки мейджеров получают в подарок автомобили марки Mercedes, а зарплаты игроков растут с каждым крупным турниром. С точки зрения прироста зрителей киберспорт сейчас является ведущим в мире и не уступает, а где-то даже превосходит другие игровые виды спорта. Один из ведущих мировых каналов на платформе Twitch с 2011 года имеет уже более 205 миллионов просмотров и 1031297 фолловеров на основном канале.

Одним из главных этапов развития киберспортивной журналистики и киберспорта в целом стало отделение сервиса Twitch.tv от сервиса Justin.tv. В данный момент платформа принадлежит Twitch Interactive – дочерней компании популярного сервиса Amazon. На данный момент это самая крупная по количеству зрителей стриминг-платформа, которая имеет эксклюзивные права на трансляции крупнейших турниров по Dota 2, Counter-Strike Global Offensive, League of legends, Starcraft 2, Hearthstone и др. На

данный момент пул трансляций расширен и не ограничивается только компьютерными играми. Сервис ведет онлайн-трансляции презентаций техники и музыкальные концерты, что увеличивает маркетинговый потенциал сайта. Twitch имеет свое приложение в play market и apple store. С 2020 года на сайте появилась вкладка «Киберспорт», которая показывает весь перечень прямых эфиров киберспортивных трансляций.

Появление Twitch привело к появлению нового вида спортивной журналистики – киберспортивной журналистике. Крупные турниры впервые стали транслироваться частными студиями, которые проводили предматчевый и послематчевый анализ состязания, а комментаторы в прямом эфире рассказывали о происходящем в игре. В такой форме киберспортивные трансляции могут существовать только на стриминговых платформах, так как в среднем игровой день идет непрерывно 10 часов, что не дает возможности транслировать соревнования на телевидении. К тому же Twitch обладает важными для стриминга коммуникативными свойствами. Монетизация происходит за счет донатов зрителей. Каждый пользователь может отблагодарить канал, перечислив любую сумму денег по реквизитам, предоставленным на канале или оформить подписку за 4.99\$ на срок до двух лет, что даст определенные привилегии зрителю на канале. Крупные студии и популярные стримеры получают дополнительный доход от рекламы, которая удобно размещается на время трансляции. Для мобильности коммуникации на сайте имеется онлайн-чат, которые позволяет стримеру в прямом эфире общаться со своей аудиторией. Уже сейчас многие ведущие компании называют Twitch «телевидением будущего» из-за безграничных возможностей развития и введения инноваций. Платформа идет к созданию полноценного медиаресурса с огромным потенциалом, который уже сейчас является прибыльным для маркетологов и людей, которые желают существовать в медиапространстве.

Такие крупные студии как Starladder, RuHub и Maincast на данный момент не имеют регистрацию в едином реестре средств массовой

информации, однако выполняют главные функции журналистики по Прохорову: «Социальная ориентация, управление сознанием и поведением адресата массовой информации, формирование адекватной картины действительности, а так же представлений о «желаемом будущем» и путях его достижения, определение жизненных позиций граждан, выработка отношений к различным явлениям жизни...». [?] Контент, производимый вышеперечисленными студиями отвечает всем требованиям журналистики и выполняет все функции, что дает нам право называть материалы журналистскими. Рассмотрим вышеперечисленные студии с точки зрения статистики, жанровых и языковых особенностей.

2.3. Анализ крупнейших киберспортивных студий, функционирующих на территории Содружества Независимых Государств

Таблица 1.

	Starladder	RuHub Studio	Maincast
Дата основания	1 марта 2001 года	28 августа 2015 года на базе российского киберспортивного холдинга ESforce.	12 апреля 2018 года. Открыта бывшими представителями RuHub Studio Виталием Волочаем и Андреем Григорьевым.
Количество подписчиков в Twitch	Starladder5 – 1 млн. Starladder1- 568 тыс.	Dota2RuHub – 726 тыс. ESL_RuHub_CSGO – 308 тыс.	Dota2mc_ru – 415 тыс. csgomaincast – 79 тыс.
Количество	Starladder5 – 206 млн.	Dota2RuHub- 221	Dota2mc_ru – 71 млн.

просмотров Twitch	Starladder1 – 405 млн.	млн. ESL_RuHub_CSG О- 39 млн.	
Количество подписчиков в ВКонтакте	Starladder CS:GO – 370 тыс. Starladder Dota 2 – 130 тыс. Starladder Hearthstone- 38тыс. Starladder Fortnite – 23 тыс. Starladder PUBG – 55 тыс. Starladder Starcraft 2 – 5 тыс.	RuHub Studio – 66 тыс. Dota 2 RuHub – 378 тыс. CS RuHub – 96 тыс.	Dota 2 Maincast – 97 тыс. CS:GO Maincast – 8 тыс.
Количество подписчиков в YouTube	Starladder CS:GO - 504 тыс. Starladder Dota 2 – 281 тыс. Starladder Hearthstone – 44 тыс. Starladder Starcraft 2 -34 тыс.	Dota2RuHub – 343 тыс. DotaUniverse by RuHub-799 тыс. RuHub Media- 269 тыс. CSRuHub – 142 тыс.	Dota 2 Maincast – 227 тыс. CS:GO VOD`s Maincast – 88 тыс.
Количество видео YouTube	Starladder CS:GO – 10 тыс. Starladder Dota 2- 9.5 тыс. Starladder Hearthstone – 2 тыс. Starladder Starcraft 2 – 2 тыс.	Dota2RuHub – 14.8 тыс. DotaUniverse by RuHub – 2 тыс. RuHub Media – 2.8 тыс.	

		CSRuHub – 7.2 тыс.	
Количество подписчиков в Facebook	Starladder Dota 2 – 187 тыс. Starladder CS:GO – 93 тыс. Starladder PUBG – 11 тыс.	RuHub Studio – 1.3 тыс.	
Количество читателей Twitter	Starladder CS:GO – 68 тыс. Starladder PUBG – 16 тыс. Starladder Dota 2 – 51 тыс.	RuHub Studio – 20.3 тыс	Dota 2 Maincast 31.8 тыс.
Количество подписчиков в ok.ru		RuHub Studio – 17.3 тыс.	
Общее количество просмотров сайта	Starladder.ru в мес.: - 82 тыс.	Twitch: 3млн.	Twitch в мес.: 1.1 млн. (По данным twitch.whatstat.ru)
Статус	По своему статусу Starladder является представителем масс-медиа. Помимо своей коммуникационной деятельности Starladder так же является крупнейшей в СНГ	По своему статусу RuHub Studio является представителем масс-медиа.	На данный момент Maincast является представителем масс-медиа.

	<p>многофункциональной киберспортивной игровой площадкой. Площадка основана в 2012 году при поддержке таких крупных мировых компаний как: Intel, Asus ROG, INNOVA и др. Соревнования на ней проходят в виде ладдера по 4 сезона в год. По аналогии с футбольными соревнованиями ладдер имеет несколько дивизионов, команды из которых могут повышать квалификацию и статус, добиваясь определенных успехов.</p>		
Тематика	<p>Тематически Starladder связан с киберспортивной деятельностью. Турниры по основным киберспортивным дисциплинам, жизнь</p>	<p>Тематически RuHub связан с киберспортивной деятельностью. Турниры по основным киберспортивным</p>	<p>Тематически Maincast связан с киберспортивной деятельностью. Турниры по основным киберспортивным дисциплинам, жизнь</p>

	киберспортсменов, экономические проблемы сферы, развитие киберспорта в мире.	дисциплинам, жизнь киберспортсменов, экономические проблемы сферы, развитие киберспорта в мире, развлекательные и познавательные программы.	киберспортсменов, экономические проблемы сферы, развитие киберспорта в мире, развлекательные программы.
Состав редакции	Комментаторы: Роман «Casper» Лепехин; Дмитрий «Flunkyflame» Мешков; Виктор «Godhunt» Волков; Михаил «Olsior» Зверев; Петр «Smiley» Банах; Дмитрий «Droog» Чумаченко; Виталий «V1lat» Волчий; Александр «ХВОСТ» Дашкевич. Аналитики: Антонина «Топуа» Предко; Иван «Faker» Демкин; Владимир	Ярослав «NS» Кузнецов; Владимир «Maelstorm» Кузьминов; Сергей «Smile» Ревин; Дмитрий «Inmate» Филинов; Дмитрий «LighTofHeaveN» Куприянов; Дмитрий «NotInMyHouse» Крупнов; Дмитрий	Виталий «V1lat» Волочай; Виктор Godhunt Волков; Михаил «Olsior» Зверев; Алексей «Bafik» Бафадаров; Артур «Goblak» Костенко; Роман «Casperrrr» Лепехин; Игорь «Nexus» Лысаковский; Иван «MistaFaker» Демкин; Александр «ХВОСТ» Дашкевич; Иван «ArtStyle»

<p>«PGG» Аносов; Артур «Goblak» Костенко; Максим «Трон» Верников; Андрей «ALWAYSWANNAFL Y» Бондаренко.</p>	<p>«CrystalMay» Корчевинин; Никита «4ce» Котков; Алексей «Lex» Филиппов; Александр «Jam» Коротков; Рустам «Adekvat» Мавлютов; Дмитрий «Mortalles» Аржиловский; Дмитрий «Instamityay» Серебренников; Дария «Eiritel» Морозова; Мила «Mila» Алиева; Илья «ALOHADANCE» Коробкин; Егор «JotM» Сурков; Александр</p>	<p>Антонов; Владимир «PGG» Аносов; Арен «VeRsuta» Зарубян; аксим «Трон» Верников; Дмитрий «Flunky» Мешков; Олег «Stray» Бочаров; Артем «Fng» Баршак; Арсений «ArsZeeqq» Усов; Богдан «Iceberg» Василенко; Андрей «ALWAYSWANNAFL Y» Бондаренко; Дмитрий «Droog» Чумаченко; Петр «Sm1ley» Банах</p>
--	---	---

		«DkPhobos» Кучеря; Кирилл «Sunlight» Качинский; Альберт «Kyivstoner» Колыхалов; Евгений «Chuvash» Макаров; Андрей «Dread» Голубев; Роман «RAMZES666» Кушнарёв; Егор «Ark» Жаботинский; Никита «Daхак» Кузьмин.	
Ведущий менеджер лиги	Тауфик Хидри		
Формы работы	Прямые трансляции на стриминг-сервисе Twitch, публикации	Прямые трансляции на стриминг-сервисе	Прямые трансляции на стриминг-сервисе Twitch, публикации

	материалов на официальном сайте, социальных сетях и мессенджерах.	Twitch, публикации материалов в социальных сетях и мессенджерах, развлекательные и познавательные передачи на YouTube.	материалов в социальных сетях и мессенджерах.
Аудитория	Спортивные болельщики, любители компьютерных игр. Мужчины-67%, Женщины – 33% (По данным a.pr-cy.ru). 65% пользователи от 18 до 34 лет (Исследования Quantcast).	Спортивные болельщики, любители компьютерных игр, большая часть-мужчины до 34 лет.	Спортивные болельщики, любители компьютерных игр, большая часть-мужчины до 34 лет.
Жанры	Информационные: Заметка, репортаж, интервью, отчет, опрос, совет. Аналитические: Интервью, отчет, беседа, рейтинг, статья, прогноз. Художественно-публицистические: Отсутствуют.	Информационные: Заметка, информация, репортаж, интервью, отчет, опрос, совет. Аналитические: отчет, интервью, беседа, рейтинг, статья, прогноз, рекомендация. Художественно –	Информационные: информация, заметка, репортаж, интервью, комментарий, опрос, совет. Аналитические: отчет, интервью, беседа, рейтинг, статья, прогноз, рекомендация. Художественно –

		эксперимент. Художественно – публицистические : Отсутствуют	публицистические: Отсутствуют.
Языковые средства	Основную массу составляет профессиональная речь. Не редко можно услышать иронию по отношению к спортсменам или ситуации. Иногда просторечные слова. Основной композиционной формой является описание.	Основную массу составляет профессиональная речь. Не редко можно услышать иронию по отношению к спортсменам или ситуации. Иногда просторечные слова. Основной композиционной формой является описание.	Основную массу составляет профессиональная речь. Не редко можно услышать иронию по отношению к спортсменам или ситуации. Иногда просторечные слова. Основной композиционной формой является описание.

Из вышеприведенной статистики становится ясно, что киберспортивная журналистика сейчас является одним из самых популярных подвидов спортивной журналистики. Трансляции ежемесячно смотрят миллионы людей, что привлекается тысячи подписчиков на аккаунты вышеперечисленных студий в социальных сетях. Это положительно влияет на развитие контента, производимого студиями на стриминг-платформе Twitch. Появляются различные игровые и аналитические программы, которые привлекают все большую аудиторию.

2.4 Проблемы современной киберспортивной журналистики в медиапространстве

Медиа — понятие, включающее в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду (медиапространство).

Подавляющее большинство киберспортивных каналов существует на платформе Twitch, находящейся по адресу www.twitch.tv. Сайт существует с 2011 года. Месячная аудитория исчисляется десятком миллионов пользователей. Платформа позволяет вести прямые трансляции различных игр, позволяя стримеру на этом зарабатывать. Монетизация на сайте происходит путем подписки на пользователя за 4.99\$ и получением донатов от пользователей. Популярные стримеры получают дополнительную прибыль используя рекламу на каналах, а крупные компании проводят онлайн-презентации на платформе, что делает Twitch максимально привлекательным для маркетологов.

Для киберспортивных трансляций формат длительных непрерывных прямых трансляций на Twitch является оптимальным. Игровой день на крупных турнирах в среднем занимает 8-10 часов, что не позволяет проводить эфиры подобного формата на телевидении.

Несмотря на всю перспективность платформы, не каждый пользователь может позволить себе вести прямую трансляцию. Для проведения успешного прямого эфира пользователю нужен ноутбук или компьютер, технически позволяющий вести эфир без зависаний. В среднем такие компьютеры стоят от 60 тысяч рублей и выше. К тому же начинающему стримеру нужно иметь в своем арсенале веб-камеру высокого качества и микрофон с качественным звуком. Многие стримеры используют дополнительные девайсы для одновременного просмотра чата, чтобы повысить коммуникационные способности. Обычно для этого используется второй монитор, а в некоторых

случаях полноценный дополнительный ноутбук или компьютер. Минимальные системные требования платформы: процессор Intel Core i5 или аналогичные по производительности процессоры других компаний; Видеокарта Nvidia GeForce GT720; 4 ГБ оперативной памяти. По данным популярного онлайн-сервиса по продаже игр Steam, такими техническими данными обладают менее 40% пользователей. К тому же стримеру требуется постоянное подключение к интернету, что не дает многим жителям дальневосточных сел и деревень провести полноценный прямой эфир.

Вышеперечисленные проблемы существенно сокращают количество контента, производимого гражданской журналистикой и мешают ее постоянному росту и функционированию. Независимых комментаторов на данный момент единицы. Ярким примером подобных являются Adekvat, KVVZEE, Sanman67, AferaTV и др.

Для того, чтобы лучше разобраться в ситуации мы попробовали создать канал и провести несколько трансляций по Dota 2.

2.5 Создание и раскрутка канала на платформе Twitch.TV

Исследование проводилось со следующими девайсами:

Ноутбук: ASUS TUF Gaming FX505DY-BQ024T - 57990 руб.

Микрофон: Trust GXT 252 Emita – 9472 руб.

Веб-камера: A4Tech PK-910P - 3990 руб.

Наушники: Razer Kraken – 8530 руб.

Мышь: SteelSeries Sensei 310 Black USB – 5290 руб.

Итого: 85 272 руб.

Использовалось следующее программное обеспечение: open broadcaster software из-за удобного интерфейса и отсутствия встроенной рекламы. Мы

использовали уже существующий аккаунт под никнеймом sphere58. Исследования проходили в период с 12.03.2020 по 12.05.2020.

За время проведения исследований канал посетили 15237 человек.

Для прямых эфиров были выбраны следующие игры: Dota 2 и CS:GO.

Первым нашим решением было оформление канала. Специально для канала был разработан фон профиля и аватар в Adobe Photoshop. Поскольку в исследованиях был использован уже существующий аккаунт, мы избежал процесс двухэтапной аутентификации.

Далее, в инструментах трансляции мы выбрали open broadcaster software, после чего приступил к настройке программы. Для упрощения этого процесса программа предлагает автоматическую настройку параметров. Затем был аккаунт Twitch был связан с программой open broadcaster software. После проверки соединения появится окно с оптимальными параметрами трансляции для Twitch. Окончив начальную подготовку 12.03.2020 была запущена первая пробная трансляция для выявления потенциальных технических проблем.

Для запуска трансляции нужно сделать следующее:

1. В программе open broadcaster software нажать на «плюсик» в поле «Сцены».
2. Ввести подходящее название трансляции. Все тестовые трансляции я проводил под тегом «Тест» и числовым значением в соответствии с хронологическим порядком трансляций.
3. Кликнуть по плюсику в поле «Источники».
4. Выбрать параметр «Захват игры».
5. Внести название, которое будет использовано для захвата.
6. Выбрать режим кадра: полноэкранный.
7. Нажать на кнопку «Запустить трансляцию».

В правом нижнем углу окна приложения open broadcaster software находятся показатели загрузки процессора и FPS. Моя средняя загрузка во время прямого эфира составила 40% и 30 FPS.

Прямые эфиры проводились раз в два дня. В общей сумме было проведено 40 эфиров. Средний хронометраж составил 3 часа. Самый долгий прямой эфир длился 8 часов.

80% контента прямых эфиров – комментарии турниров и лиг по Dota 2.

20% контента прямых эфиров- комментарии турниров и лиг по CS:GO.

За время исследования были проведены трансляции турниров WePlay WeSave; WePlay Pushka League по Dota 2 и ESL one road to Rio по CS:GO.

В ходе исследования было выяснено, что обе эти категории по популярности равны и начинающему стримеру будет перспективно выбрать любую из них для работы.

Аудитория положительно реагирует на онлайн-прогнозы исхода киберспортивного матча.

Сфера очень перспективна с точки зрения комментирования. Большинство турниров транслируются онлайн внутри самих игр бесплатно.

Киберспортивная журналистика богата информационными поводами. Допинговые и расистские скандалы, игровые новости и жизнь медийных личностей – лишь малая часть из них.

Платформа Twitch удобна для взаимодействия стримера с аудиторией, что положительно сказывается на качестве производимого медиаконтента.

На данный момент на платформе 95% развлекательных каналов по данным escharts.com.

В среднем за один месяц на платформе Twitch проходят более 500 миллионов часов просмотров по данным escharts.com.

Стриминговые платформы сейчас играют важную роль в медиасфере, благодаря финансовому потенциалу.

Формирование и функционирование гражданской журналистики осложняется финансовым вопросом. Техника, позволяющая вести полноценные трансляции дорогая и не все могут себе ее позволить.

Для поддержания аудитории нужно проводить регулярные трансляции, на что требуется свободное время, что является еще одной сложностью формирования гражданской журналистики в стриминг-сервисе Twitch.

Если решить проблему с дороговизной создания функционирующего канала на Twitch, то платформа получит до двух миллионов новых пользователей. С ростом количества каналов появится больше контента, что послужит толчком и ускорит темпы развития киберспортивной журналистики и медиасферы не только в СНГ, но и во всем мире, а пользователи получат выбор студии или человека, комментирующего и обзорающего киберспортивные турниры.

2.6. Возможные пути решения пополнения штаба киберспортивных студий путем привлечения гражданской журналистики на платформе Twitch.TV

По нашему мнению, есть два варианта решения проблемы формирования гражданской журналистики на платформе Twitch. Оба варианта предусматривают обязательное использования так называемого облачного гейминга. Явление облачного гейминга произошло 4 года назад, после чего сервисы, основой работы которых стал облачный гейминг, развились до высокого уровня производительности. Популярность таких сервисов растет с каждым годом.

Суть облачного гейминга следующая- в облачных играх игровой провайдер запускает игру на своих серверах, а затем передает вам обратно. Приложение-хозяин на вашем компьютере отправляет ваши движения мыши и нажатия клавиатуры обратно на сервер, где запущена игра. Поэтому не имеет значения, какие характеристики у вас на вашем ноутбуке, так как

сервер может запускать любую игру в отличном качестве, если у вас есть соединение, достаточно хорошее для воспроизведения видео в качестве 1080p и с 60 FPS.

Иными словами, при помощи облачного гейминга на любых даже самых «слабых» с технической точки зрения компьютерах можно будет запустить любую игру. Требуется лишь стабильное подключение к интернету. Сейчас в большинстве городов России начало использоваться оптоволоконное покрытие, что не дает опасаться за качество интернет-соединения. Использование сервисов по предоставлению облачного хранилища игр стоит сравнительно не дорого. Некоторые сервисы берут оплату за час игры или же за месяц. Например, один из самых популярных сервисов облачных игр Nvidia GeForce NOW предлагает на постоянной основе подключить аккаунты владельца из различных игровых библиотек. GFN.ru предлагает месяц пользования своим сервисом за 999 рублей. Большинство стримеров на Twitch могут собрать данную сумму всего за один день. На время карантинных мер сервис стал бесплатным по всему миру.

Использовать облачный гейминг на платформе Twitch можно двумя способами:

- 1) Разработка собственного облачного сервиса на платформе сайта Twitch.

Добавить на сайт возможность всем желающим приобрести подписку на облачный гейминг внутри сайта, чтобы пользователи смогли проводить прямые эфиры даже не на самых мощных компьютерах. Это принесет дополнительный доход владельцам стриминг-сервиса и привлечет новых пользователей, что положительно скажется на маркетинговом аспекте. Каждый желающий сможет раскрыть свой комментаторский потенциал и найти свою аудиторию, которая будет поддерживать его финансово.

- 2) Сотрудничество Twitch с сервисами облачного гейминга. Компания может добавить возможность связи аккаунтов Twitch и облачного

сервиса для того, чтобы дать игрокам возможность вести прямые эфиры оплатив месячную подписку на сервис. Такое решение проблемы значительно сократит расходы на разработку своего собственного сервиса и создаст условия для выгодного сотрудничества двух компаний.

Таким образом оба вышеперечисленных решения дадут возможность сформировать плацдарм, на котором сможет существовать гражданская журналистика без крупных финансовых затрат пользователя.

Если решить вышеперечисленную проблему, то киберспортивные студии аналитики смогут регулярно пополнять штаб новыми талантами, которые ранее не могли проявить себя из-за финансовых проблем, связанных с высокой стоимостью оборудования. Это положительно повлияет на количество производимого контента и снизит общую нагрузку на журналистов студии.

Вывод по второй главе

После проведения исследований, описанных в данной главе, мы можем сказать, что киберспорт сейчас является одним из самых популярных видов спорта во всем мире. Киберспортивная журналистика как новое явление медиапространства развивается стремительными темпами, усвершенствуя его. Киберспорт за первую декаду двадцать первого века распространился и на телевидение: «Матч ТВ долго шел к компьютерному спорту. Наконец, осенью 2016 года генеральный продюсер телеканала Тина Канделаки заявила о начале нового этапа развития в истории «Матч ТВ». С тех пор на сайте matchtv.ru появился раздел «киберспорт», в котором журналисты пишут о новостях индустрии» [М. К. Сидунова, с. 78]. Киберспорт зародился еще в конце двадцатого века: «В связи с растущей популярностью игр разных жанров в 1990-е гг. на просторах сети появилось понятие, которое никому не доводилось встречать ранее, тогда впервые заговорили о киберспорте» [В. В. Панкина, Р. Т. Хадиева 2015, с. 34]. Сейчас считается одной из самых перспективных маркетинговых областей в мире. Однако у киберспортивной

журналистики существуют и свои недостатки. Формат длительных прямых трансляций турниров практически не подходит для телевидения, а пополнение журналистского состава происходит не так часто, как хотелось бы. Решений проблемы состава студии может крыться в облачном гейминге. Киберспортивную журналистику нужно поддерживать и развивать, чтобы новое явление технического прогресса продолжало существовать еще долгие годы в медиапространстве.

Появление и развитие киберспорта привело к изменению отношения людей к стриминг-платформам. Их аудитория стала непрерывно расти, создавая благоприятные условия для маркетинга и инвестиций. Каждый день сайт Twitch посещают более миллиона людей со всего мира.

Вокруг киберспортивного пространства стремительно образовалось и соответствующее ответвление от общей спортивной журналистики – киберспортивная журналистика. Ее основным родом деятельности являются прямые трансляции на стриминговых платформах и аналитические программы, связанные с игровыми киберспортивными дисциплинами.

За свое недолгое существование киберспортивная журналистика привнесла свою лепту в развитии медиасферы. Появилась возможность оформления онлайн-подписки, которая предлагает поддержать студию финансово и получить особые привилегии подписчикам в виде эксклюзивных смайлов в чате.

Использование онлайн-чата позволило выйти коммуникации между ведущим и аудиторией на новый уровень. Похожее взаимоотношения между автором и аудиторией ранее существовали в прессе в виде писем, но оперативность была гораздо ниже, чем на Twitch. К тому же чат на многих каналах абсолютно бесплатный.

Между киберспортивными организациями и киберспортивной журналистикой осуществляются взаимовыгодные бизнес-отношения. Спортсмены получают популярность после появления в эфире, а каналы привлекают благодаря ним большую аудиторию, что позволяет

рекламировать в прямом эфире практически любой предмет или услугу. Увеличение финансовой составляющей студий позволяет увеличивать затраты на развитие каналов, что положительно сказывается на всей индустрии и способствует развитию масс-медиа.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью работы мы ставили исследование киберспортивной журналистики как части медиасферы. Главной гипотезой работы является: невозможность формирования штаба киберспортивных студий без возможности формирования гражданской журналистики на стриминговой платформе Twitch.

Для достижения этой цели, мы в ходе исследований решили следующие задачи:

1. Рассмотрели историю спортивной журналистики в России и выяснили, история развития спортивной журналистики тесно связана с историей России.

2. Познакомились со спортивной интернет-журналистикой, что позволило нам изучить преимущества, которые получила журналистика с появлением интернет-сети. В первую очередь это совершенно новый уровень коммуникации и высокая оперативность появления новостей.

3. Выделили новый аспект/направление в современной спортивной журналистике – киберспортивную журналистику. Данный подвид спортивной журналистики сейчас является сейчас одним из самых популярных в мире. Качество контента, производимого киберспортивными студиями постоянно растет.

4. Рассмотрели становление киберспортивной журналистики. Каналы на стриминг-платформах прошли через трудные времена, но сейчас

киберспортивные журналисты и киберспортсмены являются одними из самых медийных личностей в масс-медиа.

5. Исследовали киберспортивные студии, функционирующие на территории Содружества Независимых Государств. Данные исследования показали, что аудитория у киберспорта исчисляется миллионами людей, а контент студий включает в себя почти все жанры классической журналистики.

6. Выявили проблемы современной киберспортивной журналистики в медиапространстве. Основной проблемой стала невозможность формирования штаба киберспортивных студий без существования гражданской журналистики на стриминговой платформе Twitch, что осложняется финансовой составляющей процесса функционирования канала.

7. Определили возможности работы канала на платформе Twitch.TV. Такие как использование облачного гейминга на стриминговой платформе Twitch или связи аккаунтов платформы и облачных сервисов, что значительно снизило затраты пользователей на функционирование канала.

Таким образом все цели и задачи выполнены. Желаемый результат достигнут и проблемы решены. Таким образом гипотеза о невозможности формирования штаба киберспортивных студий без возможности формирования гражданской журналистики на стриминговой платформе Twitch доказана и решена.

Список использованной литературы.

1. Алексеев К. А. Особенности труда спортивных журналистов 19-начала 20 века. Научная статья по специальности "СМИ (Медиа) и массовые коммуникации". 2007. [<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-truda-sportivnyh-zhurnalistov-xix-nachala-xx-vv>]
2. Алексеев К. А., Ильченко С. Н. Основы спортивной журналистики . Учебное пособие для студентов , обучающихся по специальности "Журналистика".Москва . 2016г
3. Анохин А. К. Спорт и Пресса . Русский спорт 1912 . номер 53
4. Баранов В. В. , Слюсаренко Е. А. Спортивная печать Российской Федерации (1990-2000)
5. Баранова Е. А. Трансформация института СМИ в условиях медиаконвергенции; научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».
6. Борьба в зоологическом саду// Русский спорт 1909г. н.6.
7. Буянова А. В.; Козилина В. Киберспорт: История становления, современное состояние и перспективы развития; Текст научной статьи по специальности «Философия, этика, религиоведение».
8. Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ; научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».
9. Войтик Е.А. Конструирование информационного пространства в спортивной медиакommunikации России; научная статья по специальности

«СМИ(Медиа) и массовые коммуникации.

10. Гатаулин Р. М. Литературное редактирование в системе спортивной журналистики; Научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».

11. Генерозов В . Да здравствует свободная Россия ! // коннозаводство и спорт . 1917 . № 2265 .

12. Данилова М. Н. Влияние технологий на развитие отечественных спортивных медиакоммуникаций; научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».

13. Дубин Б. Спорт в современных обществах : пример России // Вестник общественного мнения . 2004. № 2 . (<https://cyberleninka.ru/article/n/sport-v-sovremennyh-obschestvah-primer-rossii>)

14. Иванова Н. А. Мотивация игроков в компьютерных играх и киберспорте; научная статья по специальности «СМИ (Медиа) и массовые коммуникации».

15. Исмаилов А. А. Киберспорт как социальное явление; научная статья по специальности «СМИ (Медиа) и массовые коммуникации.

16. Кальпус Б. Спорт и физическая культура // Красный спорт. 1924. № 1.

17. Киберспорт как феномен XXI века. Панкина В. В., Хадиева Р. Т.; Текст научной статьи по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации»; 2015г. Физическая культура, спорт, туризм. Т.1. № 3

18. Киуру К. В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике //Вестник Челябинского государственного университета . 2012 . №5 (259). Вып. 63 .

19. Коропова В. В. Киберспорт как основа соотдания спортивных кластеров; Научная статья по специальности «Экономика и бизнес».

20. Коршак Ю. Ф. Старый, старый футбол. 1975

21. Макаров А. Шахматное обозрение. Шахматный журнал . 1891 год. номер 7-10.

22. Менеджмент в индустрии спорта: Сб. ст. Вып. 1 / Под ред. В. А.

Леднева. М., 2012.

23. Андрей Мятнев. Российская велосипедная пресса. [<http://www.old-velo.ru/press.shtml>]

24. Москва, 16-го ноября // Коннозаводство и спорт. 1917. № 2296. С. 548.

25. Паных Р. Б.; Петровский С. С.; Огурцов Д. А. Формирование положительного отношения к киберспорту как спортивной дисциплине среди молодежи. Научная статья по специальности «Социологические науки».

26. Передачи о киберспорте на российском телевидении. Сидунова М. К. научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».

27. Российское законодательство 10-20 вв.: в 9 т. т.9. законодательство эпохи буржуазно - демократических революций. отв. ред . О. И. Чистяков. М., Юридическая литература , 1994 .

28. Санкт-Петербургские ведомости. 1775 год. Прибавление к номеру 57.

29. "Развитие спортивной журналистики в России : История и современность" Силкин В. В. , Суворова А. Ю. Научная статья по специальности "СМИ (Медиа) и массовые коммуникации" [<https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sportivnoy-zhurnalistiki-v-rossii-istoriya-i-sovremennost/viewer>]

30. Спортивная журналистика после октября 1917 года: особенности происхождения советской физкультурно - спортивной печати / К. А. Алексеев / научная статья по специальности " История и археология ". вестн. моск. ун-та. сер. 10. журналистика. 2015. н. 2.

31. Стариков В. Всеобщий и спорт (текущий момент) // Физическая культура. 1922. № 1.

32. Сутырина Е. В. Киберспорт: право и бизнес; Научная статья по специальности «Экономика и бизнес».

33. Сутырина Е. В. Основные условия контракта профессионального киберспортсмена; текст научной статьи по специальности «Право».

34. Сутырина Е. В. Правовое регулирование деятельности киберспортивной организации (Клуба); Текст научной статьи по

специальности «Право».

35. Суходимцева А. П.; Суходимцев П. А.; Профессия киберспортивного комментатора как социальное явление. Научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».

36. Толстой С. С. Власть и массовый спорт в СССР (на примере истории советского футбола в 1930 - 1950 -е годы): Автореф. дисс. ... канд. ист. наук. М., 2009

37. Хомяков А. С. Спорт. Охота. Москвитянин. 1845 год. номер 2.

38. Шарков Ф. И.; Силкин В. В.; Лайшев Р.А.; Спортивная журналистика в системе современной медиакommunikации. Научная статья по специальности «СМИ(Медиа) и массовые коммуникации».

39. Шустер О. С. Средства массовой информации и спорт. СПб., 1998.

40. Эдельман Р. Серьезная забава. История зрелищного спорта в СССР / пер. с англ. И. С. Давидян. М ,2008

Список эмпирических материалов

1. URL: <https://www.twitch.tv/> (Дата обращения 1.05.2020 по 31.05.2020)
2. URL: <https://ru.dota2.com/> (Дата обращения 12.04. 2020 по 31.05.2020)
3. URL: <https://steamcommunity.com/> (Дата обращения 10.02.2020 по 31.05.2020)