

ТРАДИЦИИ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ ЯПОНИИ В МУЛЬТИМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена особенностям функционирования спортивной журналистики в мультимедийном пространстве Японии. Автор характеризует деятельность популярных новостных сайтов Японии, формы сетевого информирования, принципы и новые методы журналистики в сетевой среде.

Ключевые слов: спорт; спортивная журналистика; мультимедийное пространство; принципы журналистики

Спорт – один из важнейших сегментов современных японских СМИ. Помимо политических и экономических новостей спортивная информация стала востребованным сообщением для жителей Японии. Это объясняется их большим интересом к спортивным событиям, которые активно освещают современные японские СМИ. Любители спорта предпочитают следить за соревнованиями в режиме реального времени. Данный запрос аудитории стали выполнять прямые трансляции в эфире радио и телевидения. До появления интернета приоритеты оперативности принадлежали только аудиовизуальным СМИ.

В современном информационном пространстве функционирует мультимедийная журналистика. «Мультимедиа в журналистике – это: 1) предоставление пакета новостей на сайте с использованием двух или более медиаформатов, таких, как написанное и звучащее слово, музыка, движущаяся и статичная картинка, графика, элементы гипертекста (но не ограничиваясь ими); и 2) предоставление пакета новостей через различные платформы: интернет-платформу, мобильные медиа, SMS, MMS, радио, ТВ, принт» [3, с. 39]. В данной многофункциональной работе мультимедийной журналистики значительную роль играет интернет.

Спортивная журналистика выходит на новый этап. «Из интернет-версий традиционных спортивных изданий в сетевую журналистику перекочевали, несколько видоизменяясь, и некоторые традиционные печатные жанры – прежде всего, интервью, аналитическая статья, портретный очерк» [1, с. 152]. Следует отметить, что отношение аудитории к сообщаемым СМИ новостям также меняется. Современная аудитория предпочитает короткую заметку длинной статье. С одной стороны, журналист утрачивает навыки творческой деятельности, а адресат информации теряет возможность проникнуть в суть передаваемых событий. С другой стороны, мультимедийный прогресс сближает журналиста с аудиторией и реализует глобализацию, объединяя людей из разных стран мира.

Одна из важнейших задач современных японских СМИ – гармоничное сочетание традиционной журналистики с новейшими информационными технологиями. По статическим данным Министерства внутренних дел и коммуникации Японии от 2016 г. в настоящее время в Японии существует 85 газет, 404 радиостанций, 127 эфирных телекомпаний и общественная медиакорпорация Эн-эйч-кей. СМИ сегодня создают свои новостные сайты, на которых предоставляют людям свежую информацию через компьютер, мобильные телефоны и планшет. Это очень влиятельные методики распространения информации, поскольку 83 % всего населения Японии находится в сетевой среде и более половины (57 %) пользуется смартфоном, куда постоянно приходят новостные интернет-сообщения.

Наиболее популярным новостным сайтом в Японии является Yahoo-news, который входит в состав крупнейшего японского портала «Yahoo! Japan» (основан в 1996 г.). В 2017 г. компании «Nielsen Digital Co., Ltd» провели исследование, которое показало (статистика опубликована в номере экономической газеты «Нихон кэйдзай симбун» от 19 декабря 2017 г.): «Yahoo! Japan» – самый распространенный по доступу из компьютера портал в Японии (33 млн 770 тыс человек из всего около 120 млн населения Японии), он занимает второе место в доступе из смартфона (56 млн 310 тыс человек) после масштабной мировой сети Google (60 млн 480 тыс человек) в Японии. Yahoo-news передает в сети огромное количество новостей, которые собираются на этом сайте на онлайн-выпуск из крупных газет, каналов и информационных агентств в Японии. Японские СМИ осуществляют публикацию своих материалов в интернете посредством работы данного сайта.

Yahoo-news запустил также контент спортивных новостей «Yahoo! Sports». В 2013 г. «Yahoo! Sports» объединился с другим сервисом компании Y's Sports Inc. (основана в 2002 г.), и был создан спортивный новостной сайт «Sportsnavi». В качестве крупнейшего спортивного сайта Японии «Sportsnavi» сегодня предоставляет аудитории свой разнообразный контент: новости, статьи, видеоролики каждого вида спорта. На «Sportsnavi» пользователи могут следить за происходящими соревнованиями и ознакомиться с планами будущих событий. Данный веб-сайт выполняет функции традиционных СМИ: печатных и аудиовизуальных.

Такая удобная форма сетевого информирования между автором и аудиторией воздействует на их взаимоотношения. Японский ученый Сугияма Шигеру в своем исследовании «Для кого спорт» раскрывает влияние интернета на спортивную журналистику: «Нет смысла освещать спорт, если его интерес заключается только в результате игры. Спортивное информирование из удобного интернета становится еще широко распространенным. Но и отправителю информации, и ее получателю следует учитывать, что этот

прием недостаточно раскрывает суть события. Еще полезно передавать ход игры, где происходит много интересного» [6, с. 171]. Исследователем рекомендуется обеим сторонам (журналистам и аудитории) стремиться к осмыслению сути самого спорта в информационном пространстве.

Современные СМИ используют традиционные и новые методы журналистики в сетевых платформах интернета, где не ограничена пересекающаяся информация. Спортивные новости эмоциональны. Они производят на людей сильные впечатления от происходящих соревнований. Целью спортивной журналистики является не только сообщение реальных результатов в соревнованиях, но и раскрытие самой сути спорта в глубоком освещении каждой игры. Спортивный журналист всегда должен быть готовым адаптироваться к любой меняющейся ситуации. В данной непредсказуемости заключается сложность и интерес работы спортивных СМИ.

Спорт играет значительную роль в жизни японцев. Он входит в обсуждаемые темы основных новостей. В ходе международных соревнований японские СМИ стремятся к оперативному освещению достижений своих национальных игроков и к нахождению интересных моментов событий. В данных особенностях заключаются традиции спортивной журналистики Японии. Следует наблюдать за дальнейшим развитием спортивных СМИ Японии. Расширяя свою деятельность в мультимедийном пространстве, в частности в интернете, японские журналисты должны соблюдать свои традиционные принципы: оперативность, точность, объективность, нейтральность и достоверность в подаче любой информации, в том числе спортивной.

Библиографические ссылки

1. Алексеев, К. А., Ильченко, С. Н. Основы спортивной журналистики / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 232 с.
2. Ёнекура, Рицу, Ида Миэко Направление журналистики в период интернета / Р. Ёнекура. – М. Ида – Великобритания: в исследовании в институте журналистики Рейтера при Оксфордском университете, 2009. – 117 с.
3. Качкава, А. Г., Шомова, С. А. Мультимедийная / А. Г. Качкава, С. А. Шомова. – М.: дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
4. Михайлов, С. А., Мостов, А. Г. Спортивная журналистика / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 224 с.
5. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа / А. И. Соловьев. – Минск.: БГУ, 2018. – 279 с.
6. Сугияма, Шигеру Для кого спорт / Ш. Сугияма. – Япония.: Изд-во при университете Кейогидзюку-дайгаку, 2011. – 276 с.
7. Сэнда, Тошифуми Исследование о воздействии расширения онлайн-медиа на функционирование журналистики и медиаобразование / Т. Сэнда – Япония.: в исследовании прикладной социологии No.53, 2011. – 256 с.