

СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ЯПОНИИ В МУЛЬТИМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Танака Хитоши

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
hitofood@yahoo.co.jp*

Исследование раскрывает специфику спортивного информирования в мультимедийном пространстве журналистики Японии, что благотворно влияет на взаимодействие новых источников информации с аудиторией.

Ключевые слова: спортивная журналистика Японии; мультимедийное пространство; интернет.

JAPANESE SPORTS JOURNALISM IN MULTIMEDIA

Tanaka Hitoshi

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus,
Corresponding author: H. Tanaka (hitofood@yahoo.co.jp)*

The study reveals the specifics of sports informing in the multimedia space of Japanese journalism, which has a beneficial effect on the interaction of new sources of information with the audience.

Keywords: Japanese sports journalism; multimedia space; the Internet.

Спортивная журналистика – один из важнейших сегментов современных японских СМИ. Это обусловлено большим интересом японцев к спортивным событиям. 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» [1, с. 39]. В данной многофункциональной работе нового направления журналистики значительную роль играет интернет.

С использованием современных технологий спортивная журналистика Японии 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» [2, с. 152]. Следует отметить, что отношение аудитории к сообщаемым СМИ новостям также меняется. Сегодня аудитория предпочитает короткую заметку длинной статье. С одной стороны, журналист утрачивает навыки творческой деятельности, а получатель информации теряет возможность проникнуть в суть передаваемых событий. А с другой стороны, мультимедийный прогресс сближает журналиста с аудиторией и объединяет людей из разных стран мира.

Одна из важнейших задач современных японских СМИ – использование методов и приемов традиционной журналистики с новейшими информационными технологиями. По статистическим данным Министерства внутренних дел и коммуникации Японии 2016 г. в настоящее время в Японии существует 117 газет, 404 радиостанции, 676 телекомпаний, 4 мультимедийных канала, одна общественная медиакорпорация «Эн-эйч-кей». Все виды СМИ сегодня открывают свои новостные сайты, на которых предоставляются людям свежие известия через их компьютер, мобильный телефон. Это влиятельные способы распространения информации, поскольку большинство японцев находится в сетевой среде, куда постоянно приходят новостные сообщения. 80,9 % всего населения Японии пользуется интернетом, из них 52,5 % выходит в сеть из компьютера, 59,7 % – со смартфона, 20,9 % – с планшета (по статистическим данным Министерства внутренних дел и коммуникации Японии 2017 г.).

Наиболее используемым информационным порталом в Японии является «Yahoo! Japan» (основан в 1996 г.). В 2017 г. исследованием компании «Nielsen Digital Co., Ltd» было выявлено: «Yahoo! Japan» – самый распространенный по доступу через компьютер портал в Японии (33 миллиона 770 тысяч человек из всего населения Японии, которое составляет около 120 миллионов человек) и занимает второе место по рейтингу доступа через смартфон в Японии (56 миллионов 310 тысяч человек) после масштабной мировой сети «Google» (60 миллионов 480 тысяч японских пользователей). При данном портале действует новостной сайт «Yahoo-news», который выставляет в сеть огромное количество новостей, собранных из основных газет, каналов и информационных агентств Японии. «Yahoo-news» запускал также пакет спортивных

новостей под названием «Yahoo! Sports», который в 2013 г. объединился с другим подобным сервисом компании «Y'sSports Inc.». В результате этого появился крупнейший специализированный спортивный сайт Японии «Sportsnavi». Он представляет богатый спортивный контент: новостные фотоматериалы и видеоролики о многих видах спорта. Пользователи сайта могут оперативно следить за проходящими соревнованиями, а также подробно ознакомиться с историей прошедших игр, планами предстоящих событий. Таким образом, «Sportsnavi» заменяет функции традиционных спортивных СМИ.

Современные СМИ используют традиционные и новые методы работы на платформах интернета, где пересекается неограниченный объем информации. Удобная форма сетевого информирования благотворно влияет на аудиторию. Японский ученый Сугияма Шигеру в своем исследовании «Для кого спорт» раскрывает воздействие интернета на развитие спортивной журналистики: «Нет смысла освещать спорт, если его интерес заключается только в результате игры. Спортивное информирование из-за удобства интернета становится более 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» [3, с. 171].

Спорт играет значительную роль в японском обществе. Он входит в обсуждаемые темы основных новостей. Целью спортивной журналистики является не только сообщение реальных результатов соревнований, но и раскрытие их сути при глубоком освещении каждой игры. В ходе международных соревнований японские СМИ оперативно освещают достижения своих национальных игроков и наиболее напряженные моменты спортивных состязаний. Таким образом, спортивная журналистика Японии, расширяя свою деятельность в мультимедийном пространстве, в частности в интернете, сохраняет традиционные принципы: оперативность, точность, объективность, нейтральность и достоверность в подаче любой информации.

Библиографические ссылки

1. Качкава А. Г., Шомова С. А. Мультимедийная журналистика. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.
2. Алексеев К. А., Ильченко С. Н. Основы спортивной журналистики. М. : Аспект-Пресс, 2016. 232 с.
3. Сугияма Шигеру. Для кого спорт. Япония : Изд-во при университете Кейо-гидзюку-дайгаку, 2011. 276 с (на яп. яз/).