

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СПОРТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ ЯПОНИИ

Танака Хитоши

*Белорусский государственный университет, г. Минск;*

*hitofood@yahoo.co.jp;*

*научн. рук. – Т. Н. Дасаева, д-р филол. наук, проф.*

Спортивная информация сегодня становится все более востребованной в Японии. Аудитория Японии чаще следит за проходящими соревнованиями, освещаемыми аудиовизуальными СМИ в прямом эфире. В исследовании раскрываются специфика спортивного информирования радио и телевидения Японии, а также методы работы японских журналистов в данной сфере.

**Ключевые слова:** Аудиовизуальные СМИ; прямой эфир; спортивная журналистика Японии.

В работе современных аудиовизуальных СМИ Японии значительную роль играет спортивное информирование. Наряду с сообщениями о политических, экономических и других важных событиях спортивные новости становятся все более востребованной информацией в Японии. Это объясняется высоким уровнем экономического развития страны и успешными выступлениями современных японских спортсменов в мировых соревнованиях.

«Специфика функционирования спортивной информации связана, прежде всего, с тем, что это по преимуществу новостная информация, ориентированная на сообщение аудитории результатов и подробностей завершившихся или проходящих соревнований» [1, с. 81]. Приоритет оперативного информирования о спортивных событиях принадлежит аудиовизуальным СМИ. Они предоставляют событийные сообщения, которые аудитория получает в режиме реального времени. «Прямой эфир в сегодняшней журналистской практике – один из самых эффективных способов организаций электронного вещания» [1, с. 374]. Данная оперативная функция эффективно используется аудиовизуальными СМИ Японии, которые разделяются на множество каналов.

По статическим данным Министерства внутренних дел и коммуникации Японии за 2016 г., в Японии существуют 404 радиостанции (14 средневолновых и 356 ультракоротковолновых станций, один коротковолновый канал, 33 телерадиокомпаний), 676 телекомпаний (127 эфирных компаний, из которых 33 канала являются телерадиокомпаниями, 41 спутниковое вещание и 508 каналов кабельного телевидения), 4 мультимедийных канала, одна медиакорпорация NHK, включающая все общественные теле- и радиоканалы Японии (3 радиоканала: 2 средневолновых, один ультракоротковолновый, 4 телеканала: 2 эфирных и 2 спутни-

ковых) и международное вещание (одно коротковолновое радиовещание и 2 спутниковых телеканала). Основными коммерческими каналами Японии являются следующие компании: 1) шесть радиоканалов – три средневолновых «Ниппон хосо», «Бунка хосо», «TBS Radio» и три ультракоротковолновых «FM-Токио», «J-Wave», «Inter FM»; 2) пять эфирных телеканалов – «Ниппон-Тэрэби», «TBS», «Тэрэби-Асахи», «Фудзи-Тэрэби», «Тэрэби-Токио». В качестве общенациональных каналов они вместе с ширококвещательной корпорацией NHK входят в информационное пространство Японии.

Большинство общенациональных каналов Японии ежедневно посвящает спортивным событиям почти одну четверть каждой новостной программы и часто транслирует крупные соревнования в прямом эфире. Японское радио традиционно больше всего вещает о бейсбольных играх. Создание звуковой картины и реальное описание бейсбольного матча ведущим повысило интерес многих слушателей к спортивным программам на радио.

Аудитория Японии следит за новостями о спорте чаще всего по телевидению, которое является главным информатором о спортивных событиях. Его аудиовизуальный эффект усиливает эмоциональный фон подачи спортивной информации. Востребованность спортивных трансляций в Японии объясняются особым отношением японцев к спорту. По общим статическим данным исследовательской компании «Video Research», в течение более 50 лет (с 1962 г. доныне) семь спортивных программ входят в первую десятку по рейтингу просмотра всех транслируемых телепередач в Японии.

В Японии также действуют специализированные спортивные телеканалы, чье эфирное время полностью занимает информация о спорте. Крупнейшей спортивной телекомпанией Японии является «J SPORTS» (основана в 1996 г.), в ее состав которой входят четыре спортивных канала. Японский ученый Кавакита Хисаси определяет специфику работы «J SPORTS» в сопоставительном анализе со спортивным информированием других общенациональных каналов Японии. «Оказалось, что общее эфирное время прямых трансляций “J SPORTS” в 2012 г. составляло 6000 часов. В этом огромном объеме прямых трансляций заключается смысл существования спортивного канала. А шесть общенациональных каналов (первый канал NHK и 5 коммерческих), базирующихся в Токио, в 2009 г. посвящали спортивным событиям 5,3 % всего эфирного времени. То есть эфирное время всех спортивных программ на данных общенациональных каналах составляет 2083 часа в год. Следует отметить, что спортивные каналы передают множество соревнований в прямом эфире» [2, с. 70]. Для просмотра специализированных программ спор-

тивных каналов необходимо платно подключаться к ним. Поэтому японские зрители чаще смотрят спортивные передачи на бесплатных общенациональных телеканалах.

Среди японских СМИ приоритет трансляции крупных спортивных событий принадлежит общественной медиакорпорации NHK. Ее деятельность обеспечивается государственным финансированием и сбором абонентной платы у каждого владельца телевизора в Японии. Как общенациональное телевидение Японии первый эфирный канал корпорации «NHK общий» освещает преимущественно достижения японских спортсменов. Первый спутниковый канал «NHK BS1» передает зарубежные новости и транслирует много международных соревнований. Характерно, что этот канал показывает игры и без участия японских игроков, информируя аудиторию о развитии зарубежного спорта.

Спорт – важный контент современных аудиовизуальных СМИ Японии. Посредством спортивного информирования, в частности, освещения успехов японских спортсменов в мировых соревнованиях повышается имидж Японии и расширяется сфера ее международного сотрудничества. Помимо поддержки игроков национальных команд спортивный журналист должен объективно и глубоко раскрыть суть проходящих соревнований. Сохранение данных традиций – важнейшая функция современной спортивной журналистики Японии.

#### **Библиографические ссылки**

1. *Алексеев К. А., Ильченко С. Н.* Спортивная журналистика. М. : Изд-во Юрайт, 2014.
2. Введение в медиа-спорт. Япония. : Изд-во «Минерва», 2012.
3. *Михайлов С. А., Мостов А. Г.* Спортивная журналистика. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005 г.