УДК 070.446(520)

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СПОРТИВНЫХ ГАЗЕТ ЯПОНИИ

ХИТОШИ ТАНАКА[1)]

[1)]*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь*

Рассматривается развитие специализированных спортивных массовых изданий Японии. Анализируется их особое содержание, которое включает не только спортивную, но и развлекательную информацию. Проводится сопоставительный контент-анализ материалов о спорте в качественных общественно-политических изданиях и массовых спортивных газетах в Японии. Раскрывается специфика методов работы журналистов японских спортивных газет, которые способствуют значительному повышению роли и значимости этих изданий в современном информационном пространстве.

Ключевые слова: спортивная журналистика Японии; специализированная спортивная газета; массовое издание; спортивная информация; контент-анализ.

Благодарность. Автор выражает благодарность доктору филологических наук, профессору Т. Н. Дасаевой за помощь в подготовке статьи.

THE SPECIFICS OF THE WORK OF SPECIALISED SPORTS NEWSPAPERS IN JAPAN

HITOSHI TANAKA[a]

[a]*Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus*

The development of specialised sports newspapers in Japan, which are related to mass publications, is considered. Special content is analysed, which includes sports materials and entertainment information. Comparative content analysis of sports materials in high-quality socio-political publications and mass sports newspapers in Japan carried out. Specificity of the working methods of journalists of Japan sports newspapers is revealed, which contributes to a significant increase in their role and significance in the modern information space.

Keywords: Japan sports journalism; specialised sports newspapers of Japan; mass edition; sports information; content analysis.

Acknowledgements. The author wishes to present his gratitude to T. N. Dasayeva, doctor of science (philology), full professor.

Периодические печатные издания в Японии до сих пор остаются наиболее читаемыми и влиятельными. Несмотря на то что современной тенденцией считается переход от печатных медиа к цифровым, японские издания продолжают выходить большими тиражами. Это обусловлено высокой потребностью читательской аудитории в разнообразном содержании газет Японии, что определяет их ведущую роль в мировом информационном пространстве. «По данным материала “Тенденции мировой

Образец цитирования:
Хитоши Танака. Специфика работы специализированных спортивных газет Японии. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика.* 2021;2: 79–82.

For citation:
Hitoshi Tanaka. The specifics of the work of specialised sports newspapers in Japan. *Journal of the Belarusian State University. Journalism.* 2021;2:79–82. Russian.

Автор:
Хитоши Танака – аспирант кафедры международной журналистики факультета журналистики. Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор Т. Н. Дасаева.

Author:
Hitoshi Tanaka, postgraduate student at the department of international journalism, faculty of journalism.
hitofood@yahoo.co.jp

CC BY NC

прессы 2014", опубликованного Всемирной газетной ассоциацией, японские газеты входят в первую десятку самых многотиражных изданий мира. В этом рейтинге первое место занимает "Ёмиури симбун" (с тиражом в 9 690 000 экз.), второе – "Асахи симбун" (7 450 000 экз.), третье – "Майничи симбун" (3 320 000 экз.), седьмое – "Нихон Кейдзай симбун" (2 760 000 экз.)...»[1] [1]. Эти газеты являются качественными общенациональными общественно-политическими изданиями.

Значительное распространение спортивных публикаций в крупных общественно-политических газетах страны относится к концу 1980-х гг. – началу XXI в. «Анализ январских номеров, выходивших с 1986 по 2006 г., показал, что объем спортивных материалов, ежедневно публикуемых на страницах газеты "Асахи симбун", увеличился более чем на 2 полосы – в среднем от 1,5 на 3,9 страниц в день», – отметил японский ученый Сакондзю Терказу в исследовании «Новые отношения между спортивным освещением и газетной рекламой» [2].

Данная тенденция наблюдается также в системе современных печатных СМИ Японии. Веб-портал рекламного бюро газеты «Ёмиури симбун» (*adv.yomiuri.co.jp/ojo*) отмечает большой объем спортивных публикаций на ее страницах. В 2018 г. спортивные статьи в одном утреннем (главном) номере занимали 2–4 полосы (в два раза больше других тематических публикаций). Опрос, проведенный на портале с октября 2016 г. по сентябрь 2019 г., подтверждает значительный интерес аудитории к спортивному контенту. За спортивной информацией обращались 73,7 % читателей этой газеты, а за сообщениями об олимпийских играх – 82,9 %. Спортивные рубрики становятся такими же востребованными, как политические и экономические новости, за которыми следят 78,2 % читателей. Согласно результатам исследований содержание спортивных публикаций и формы подачи информации о спорте в структуре общественно-политических и специализированных спортивных газет в Японии отличаются.

По статистическим данным, публикуемым на сайте ассоциации японских газет «Нихон симбун киокай» (*pressnet.or.jp*), в 2020 г. в Японии выходили всего 116 ежедневных газет общим тиражом в 42 344 668 экз., из которых тираж газет спортивной тематики составлял 2 637 148 экз. В настоящее время семь специализированных спортивных газет («Никкан спорт», «Дэйри спорт», «Спорт хоути», «Спорт Ниппон», «Санкэй спорт», «Токио спорт», «Токио тюничи спорт») распространяются на всей территории Японии. Среди них старейшим и наиболее популярным изданием является «Никкан спорт», которое было создано в 1946 г.: «Основанная в Токио газета "Никкан спорт" стала примером для последующих спортивных изданий. Она освещала такие темы, как профессиональный бейсбол, сумо, студенческие соревнования между университетами и др. Сегодня в общественных местах в окрестностях столицы, в частности на станциях японской железной дороги, продают более семи разных специализированных спортивных газет» [3, с. 153].

В сотрудничестве с руководством крупных газетных холдингов большинство вышеуказанных изданий расширяют свою деятельность: «Никкан спорт» относится к общественно-политической газете «Асахи-симбун», «Дэйри спорт» – к «Кобе симбун», «Спорт хоути» – к «Ёмиури симбун», «Спорт Ниппон» – к «Майничи симбун», «Санкэй спорт» – к «Санкэй симбун», «Токио тюничи спорт» – к «Тюничи симбун». Повышенный интерес читательской аудитории к публикациям, содержащим спортивный контент – информацию о профессиональном японском бейсболе и достижениях национальных спортсменов в международных соревнованиях (в частности, на Олимпийских играх, чемпионате мира по футболу), – поспособствовал созданию спортивных газет Японии в середине XX в. Кроме этих общенациональных специализированных изданий выходят еще две ежедневные региональные спортивные газеты: «Дошин спорт» на северном острове Хоккайдо и «Ниши-Ниппон спорт» на южном острове Кюсю.

В настоящий момент тираж спортивных газет в Японии сравним с тиражом крупных общественно-политических изданий. Популярность спортивной прессы у японцев обусловлена уникальным контентом, присущим массовому изданию. Помимо спортивных новостей газета содержит сенсационную и развлекательную информацию для привлечения внимания аудитории. Данные особенности подтверждает японский исследователь Сугияма Шигеру в своей книге «Для кого существует спорт»: «К особенностям японских спортивных газет относят и публикацию других развлекательных новостей» [3, с. 153]. На страницах газет встречаются спортивные материалы с интересными заголовками и впечатляющими иллюстрациями, а также публикации, наполненные скандальной, азартной, порнографической информацией, которые значительно увеличивают популярность массовых изданий. По содержанию они относятся к желтой прессе, предназначенной только для взрослых мужчин. Массовыми спортивными газетами Японии считаются два таблоида – «Никкан Гендай» и «Юкан Фудзи». На их полосах рядом со спортивной информацией размещается множество сенсационно-скандальных и развлекательных новостей.

В целях определения особенностей содержания спортивных газет Японии важно проанализировать номера двух крупнейших специализиро-

[1] Здесь и далее перевод наш. – *Т. Х.*

ванных изданий о спорте «Никкан спорт» и «Спорт Ниппон», вышедшие с 29 по 31 июля 2019 г. (в понедельник, вторник, среду). Они освещают информацию о спортивных мероприятиях в Японии: различных соревнованиях, проходящих в воскресенье, матчах профессионального бейсбола, которые пользуются наибольшей популярностью, и др. При сопоставительном анализе рассматриваются также материалы, опубликованные с 29 по 31 июля 2019 г. в качественной общественно-политической газете «Ёмиури симбун».

1. Каждый номер ежедневной общенациональной спортивной газеты «Никкан спорт» составляет 22–26 страниц, на которых размещаются такие рубрики, как «Бейсбол», «Спорт», «Азартные гонки», «Общество», «Общество и звезды», «Культура и звезды», «Туризм», «Программа передач ТВ». Большинство полос освещают информацию о бейсболе (5–7 страниц в одном номере), об азартных гонках (5–8 страниц), новости о других видах спорта (2–4 страницы), а остальная часть номера состоит из развлекательных и новостных рубрик (каждая содержит 1–2 страницы) и рекламы (1–4 страницы). Первая полоса номера газеты посвящается как спортивным событиям, так и развлекательным новостям. В понедельник на главной странице газеты могут разместить скандальную новость, а во вторник и среду – спортивную информацию.

2. Объем публикаций и содержание ежедневной общенациональной спортивной газеты «Спорт Ниппон» такие же, как в вышеуказанном издании. Главным отличием структуры данной газеты является постоянное размещение порнографичекого развлекательного контента, который занимает одну страницу в каждом номере.

3. Главный (утренний) номер общенациональной общественно-политической газеты «Ёмиури симбун» состоит из 30–32 страниц, которые содержат следующие темы: «Спорт» (2–6 страниц), «Общие события» (3 страницы), «Политика» (1 страница), «Экономика» (1–2 страницы), «Общество» (2–3 страницы), «Общественная жизнь» (1 страница), «Социальная защита» (1 страница), «Воспитание» (1 страница), «Культура» (1 страница), «Литература» (1 страница), «Региональные новости» (1–2 страницы), «Международные новости» (1–2 страницы), «Письма» (1 страница), «Информация о рынке акций» (1–2 страницы), «Программа передачи радио и ТВ» (2 страницы). Главная полоса газеты освещает несколько актуальных новостей об общественной жизни, включая информацию о крупных спортивных событиях. Каждый номер содержит 4–7 страниц рекламы.

В результате проведенного исследования определились особенности специализированных спортивных газет Японии. Они публикуют материалы о разных видах спорта, сенсационные новости, а также актуальную информацию об общественно-политических событиях и социально-экономической жизни. Вместе с тем в спортивных газетах имеются рубрики, содержащие азартные, порнографические и скандальные материалы, не предназначенные для всех читателей. По этой причине японские спортивные газеты относятся не к качественным, а к массовым изданиям.

Особое внимание в массовых специализированных спортивных газетах Японии уделяется таким видам спорта, как бейсбол, конные скачки, гонки на велосипедах и лодках. Размещенные подробные статистические и цифровые данные о гонках помогают читателям выигрывать деньги, что относится скорее к досуговой сфере развлечения взрослых, чем к спортивной.

Новости о бейсболе выходят постоянно, а когда игры не проходят (по понедельникам и в зимний сезон), публикуется подробная информация о профессиональной карьере знаменитых бейсболистов. В японских спортивных газетах наблюдается жанровое разнообразие публикаций о бейсболе: детальный отчет о результатах проходящих игр, фотозаметки, интервью спортсменов, комментарии специалистов, анализ экспертов. Такие статьи привлекают читателей яркими заголовками и текстами с эмоциональными фразами, метафорами, жаргонизмами. Данные выразительные средства создания реальной событийной картины повлияли на последующую трансформацию языка современной спортивной журналистики Японии. Ее характерной особенностью является сочетание объективности и субъективности в освещении спортивных событий. Подача бейсбольной информации – одна из важных составляющих информационной политики спортивных газет Японии. Это обеспечивает стабильность их существования и повышает эффективность деятельности.

Специализация одной из исследуемых спортивных газет – «Никкан спорт» – отражена в электронном буклете «Медиаруководство “Никкан спорт”»[2], который раскрывает особенности популяризации японских спортивных газет и актуальные информационные потребности их читателей. Периодическое издание «Никкан спорт» лидирует среди спортивных печатных СМИ Японии. Его тираж составляет 1 661 828 экз., из которых 1 115 561 экз. доставляются подписчикам домой, а 546 267 экз. продаются в общественных местах. Номер корректируется в соответствии со стандартом японской газетной печати (размер полосы – 514 × 394 мм). В тексте присутствует множество фотографий, таблиц, графиков, рекламы. Наибольший читательский интерес

[2]Nikkan Sports 2017. Media Guide [Electronic resource]. URL: https://www.nikkansports.com/advertising/ad_guide_2017.pdf (date of access: 05.03.2021).

представляют публикации о профессиональном бейсболе (80,0 %), затем материалы из раздела «Звезды» (73,0 %), информация о конных скачках (62,9 %), расписание телепрограмм (59,5 %), общественно-политические и экономические новости (54,6 %) и т. д. Для современной аудитории, предпочитающей обращаться за любой информацией к интернету, газета предоставляет свой спортивный портал (*nikkansports.com*), сетевые страницы которого насчитывают более 200 млн просмотров в месяц.

Приведенные статистические данные свидетельствуют об основных потребностях читательской аудитории «Никкан спорт». Помимо основной информационной деятельности издание активно участвует в организации и проведении различных спортивных мероприятий, что положительно влияет на развитие физической культуры и спорта в Японии. На современном этапе общенациональные спортивные газеты «Никкан спорт», «Спорт хоути» и «Токио тюничи спорт» не содержат порнографической информации. Эти многотиражные периодические издания сохраняют и продолжают традиции японской журналистики и освещают актуальную спортивную информацию.

В многотиражных общественно-политических газетах подготовкой материалов о спортивных событиях занимается отдел спортивных новостей. Они также публикуют данные о достижениях спортсменов Японии на мировых соревнованиях. Спортивные газеты дают информацию о популярных в стране видах спорта (например, о бейсболе) и проходящих международных состязаниях с участием японских спортсменов. Кроме того, значительное место уделяется развлекательной тематике. В этом главное отличие массовых специализированных спортивных газет и качественных общественно-политических. Вместе с тем оба типа изданий пропагандируют здоровый образ жизни, популяризируют высокие достижения спортивных лидеров, подают востребованную их читателями информацию о современном спорте, используя различные эффективные средства эмоциональной выразительности.

Определить, к какому типу изданий относятся спортивные газеты Японии – качественному медиа или желтой прессе, достаточно сложно. Как отмечалось выше, в этих изданиях освещается информация не только о спорте. Однако в отличие от общественно-политических газет на страницах спортивных газет информационно-новостные сообщения о политике, экономике, культуре и других сферах передаются в более привлекательной и доступной форме. Присутствие такого контента усиливает значимость спортивной информации, пробуждает у читателей патриотизм, нейтрализуя тем самым негативный эффект от наличия в содержании этих изданий сенсационных и развлекательных материалов. Таким образом, специализированные спортивные газеты Японии выполняют важную функцию: они создают панораму спортивной жизни страны, способствуют формированию физической культуры населения, выступают как факторы национального сплочения и укрепления международного сотрудничества.

Библиографические ссылки

1. 窪田 順生. 日経が世界の経済メディアのなかで「大きな存在感」を示すのが 難しい理由 = Кубота Масаки. Почему газету «Нихон Кейдзай симбун» трудно относить к мировым экономическим медиа [Интернет]. *ITmedia Inc.* 2015 [процитировано 22 февраля 2021 г.]. Доступно по: https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1507/28/news081_3.html.

2. 左近寿テルカズ. スポーツ報道と新聞広告の新しい関係. 東京：帝京大学経済研; 究2007. 47～68ページ = Сакондзю Терказу. *Новые отношения между спортивным освещением и газетной рекламой.* Токио: Университет Тейкио; 2007. с. 47–68.

3. 杉山 茂. スポーツは誰のためのものか. 東京: 慶応義塾大学出版株式会社 = Сугияма Шигеру. *Для кого существует спорт*. Токио: Издательство университета Кейо; 2011. 280 с.

References

1. Kubota Masaki. Why Nihon Keizai Shimbun newspaper is difficult to become a global economic media [Internet]. *ITmedia Inc*. 2015 [cited 2021 February 22]. Available from: https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1507/28/news081_3.html. Japanese.

2. Sakonju Terukazu. *Sportshodo to sinbunkokoku no atarashii kankei* [The new relationship between sports coverage and newspaper advertising]. Tokyo: Teikyo University; 2007. p. 47–68. Japanese.

3. Sugiyama Shigeru. *Sports wa dare no tame no monoka* [For whom the sport]. Tokyo: Keio University Press; 2011. 280 p. Japanese.

Статья поступила в редколлегию 19.03.2021.
Received by editorial board 19.03.2021.