

Особенности языковой репрезентации политической повестки в спортивных медиа

Научный руководитель – Мудрик Светлана Владимировна

Панфилов Фёдор Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: panfedor03@gmail.com

Мировой спорт представляет в настоящее время один из наиболее политизированных секторов общественных интересов. Исследователи считают, что спорт, в особенности, большой спорт, с миллиардными аудиториями и громадными бюджетами и спонсорскими контрактами давно и прочно вошел в обиходную сферу общественной жизни с самым высоким потенциалом политизации и политической медиатизации [1].

Кроме того, спортивные СМИ становятся все более востребованными источниками информации: по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» индекс цитируемости газеты «Спорт-Экспресс» за три года увеличился почти на 10 тысяч (19029 в 2021 году и 28372 в 2023), а цитируемость телеканала «Матч ТВ» более чем в два раза (17140 в 2021 году и 35690 в 2023) [2]. Итоги 2024 года показали спад в активности цитируемости спортивных интернет-изданий, однако цифры все еще показывают, что спортивная отрасль остается одной из наиболее популярных [3].

В условиях активной политизации спортивных медиа специфика языка в контексте политической повестки имеет особое значение, поскольку она определяет не только содержание сообщений, но и их эмоциональную окраску, а также восприятие аудиторией. Выбор определенных лексических приемов или цитат может способствовать формированию особого общественного мнения относительно политических проявлений в спорте. Такой анализ позволяет глубже понять, какие стратегии используются для воздействия на аудиторию, какие темы акцентируются, а какие не получают широкого освещения.

В рамках данного исследования был рассмотрен корпус публикаций в двух самых цитируемых спортивных интернет-СМИ по данным рейтинга системы «Медиалогия» — «Чемпионат» и «Спортс». В качестве исследуемого периода был выбран период с 2021 по 2024 гг. Для точности анализа будут рассмотрены аналогичные месяцы каждого из этих четырех лет, начиная с января, и с отступом в один месяц. То есть: январь, март, май, июль, сентябрь, ноябрь каждого года в соответствии с выбранным временным промежутком. Публикации были отобраны по ключевым словам и тэгам, связанным с актуальными на тот момент политическими событиями — например: возможность участия российских спортсменов в летних Олимпийских играх в Токио только под нейтральным флагом (2021 год), запрет на участие российских спортсменов в любых международных соревнованиях и отмена всех крупных международных турниров на территории России (2022 год), недопуск сборной России по футболу к участию в отборочных играх к Чемпионату Европы (2023 год), дисквалификация фигуристки Камилы Валиевой и лишение всей сборной России по фигурному катанию золотых олимпийских медалей за командный зачет (2024 год).

Анализ показал, что выбранные издания в своих материалах в основном фокусируются на цитатном типе заголовка, которые зачастую содержат экспрессивную и оценочную лексику, что может повышать кликабельность публикации. Также результаты анализа показали, что после 2021 года наблюдается рост числа материалов с использованием экспрессивной и оценочной лексики в теле публикаций. Это может говорить о росте политической

напряженности в спортивном медиаполе, а также об усилении конкуренции за внимание аудитории и попытках манипуляций на фоне растущего уровня политизации спортивных СМИ.

Источники и литература

- 1) Гуслистый С.А. Политизация контента спортивных СМИ: специфика американской и российской повестки // Коммуникология: электронный научный журнал. 2023. Том 8. №1. С. 112-128.
- 2) Рейтинг самых цитируемых медиаресурсов спортивной отрасли за 2023 год. Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/12793/>
- 3) Рейтинг самых цитируемых медиаресурсов спортивной отрасли за 2024 год. Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/13744/>