

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ К. В. Анисимов
« ____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**Киберспорт в дискурсе спортивной журналистики
(на примере телеканала Матч ТВ)**

Руководитель	_____	доц., канд.филол.наук	М.Л.Подлубная
Выпускник	_____		Е.П. Симонькин
Нормоконтролер	_____	ст. преп	Д.А. Устюжанина

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Особенности современной спортивной журналистики	8
1.1. Спортивная журналистика: понятие и тенденции	8
1.2. Феномен киберспорта	12
2 Анализ материалов телеканала «Матч ТВ»	19
2.1 Методика исследования.....	19
2.2 Общая характеристика СМИ.....	23
2.3 Анализ материалов раздела «Киберспорт»	28
2.3.1 Динамика	28
2.3.2 Темы	31
2.3.3 Жанры.....	43
2.3.4 Формы.....	51
2.3.5 Герои.....	59
2.3.6 Авторы.....	61
Заключение	68
Список использованных источников	71
Приложение А Список проанализированных и упоминаемых в тексте материалов.....	74

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено изучению особенностей отражения темы киберспорта современными спортивными средствами массовой информации (далее — СМИ). Примером такого СМИ в рамках текущей работы будет выступать телеканал «Матч ТВ».

В век развития компьютерных и цифровых технологий едва ли не каждый так или иначе сталкивался с видеоиграми. Если первые видеоигры были более «требовательными» к пользователю, то есть обязывали иметь персональный компьютер, приставку или любой другой девайс, специально предназначенный для игр, то сейчас они распространяются на различных устройствах. Речь, в том числе, о мобильных устройствах, которые позволяют играть в видеоигры при любой удобной возможности. Например, люди могут играть, ожидая своей очереди в магазине или автобуса на остановке. По данным 2020 года, 15% от всех мобильных приложений в Apple Store и Google Play составили именно видеоигры [The Top 1% of App Publishers Generate 80% of All New Installs, 2020].

Исследователи А. Буянова и В. Козилина отмечают, что первой наиболее известной компьютерной игрой стала «Spacewar», которая появилась в 1962 году. Далее индустрия видеоигр развивалась, причем как с графической, так и технологической точки зрения [Буянова, 2017, с. 77-80]. Статистические исследования говорят о том, аудитория видеоигр расширилась до 3,1 миллиарда человек к 2020 году [Исследование: число увлекающихся видеоиграми людей превысило 3 миллиарда, 2020].

Одна из веток развития видеоигр — превращение игрового процесса в нечто большее, чем любительское время проведение времени. В наше время игра в соревновательные игры стала профессией. Людей, играющих в видеоигры профессионально и соревнующихся с другими профессиональными игроками называют киберспортсменами, а саму организацию таких игр — киберспортом.

Важно понимать, что киберспорт — это официально признанный [Министерство Sports РФ признало Компьютерный спорт официальным видом

спорта в Российской Федерации, 2016] в России вид спорта, который существует в виртуальном пространстве. Он уже представлен в современном медиапространстве. При этом, согласно исследованиям [eSports market revenue worldwide from 2019 to 2024, 2022], киберспорт в медиа может играть значительную роль благодаря своей аудитории. Так, по данным сервиса statista.com, с 2019 по 2021 год мировая выручка с киберспортивного рынка выросла с 957,5 миллиона до 1084,1 миллиона долларов США. Более того, по прогнозам статистиков, доходы продолжают расти и к 2024 году достигнут 1617,7 миллиона долларов США за год [eSports market revenue worldwide from 2019 to 2024, 2022].

eSports market revenue worldwide from 2019 to 2024
(in million U.S. dollars)

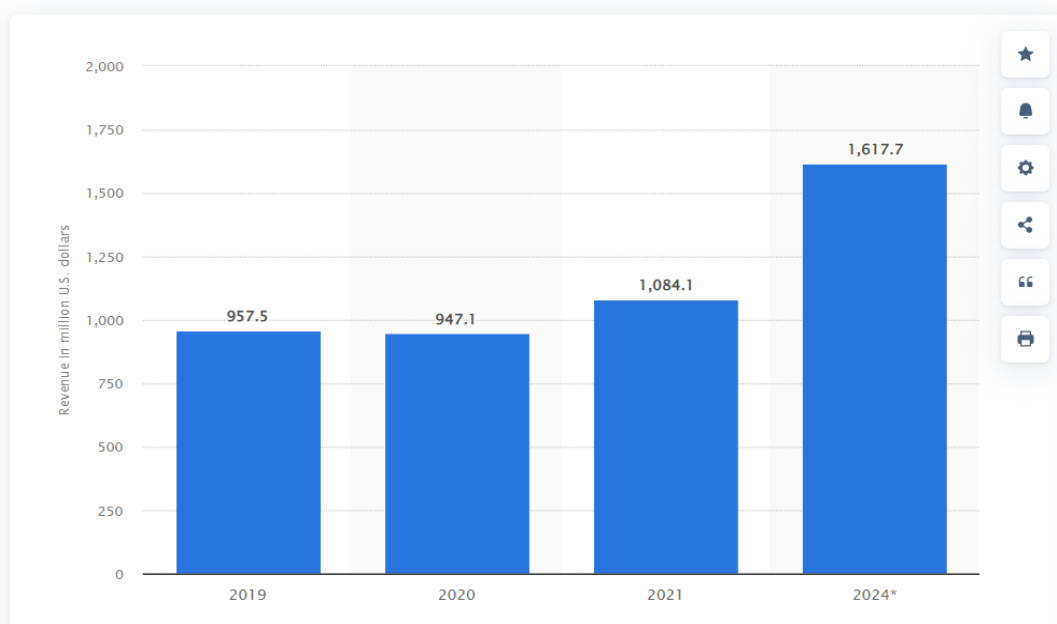


Рисунок 1 — Исследование объема выручки

Параллельно с этим в мире растет число людей, интересующихся киберспортом. Так, по данным аналитиков, с 2019 года к 2021 году количество зрителей сетевых трансляций киберспортивных турниров увеличилось с 397,8 миллиона до 474 миллионов человек. А к 2024 году сервис ожидает увеличение

аудитории турниров до 577,3 миллиона человек [eSports audience size worldwide from 2019 to 2024, by type of viewers, 2021].

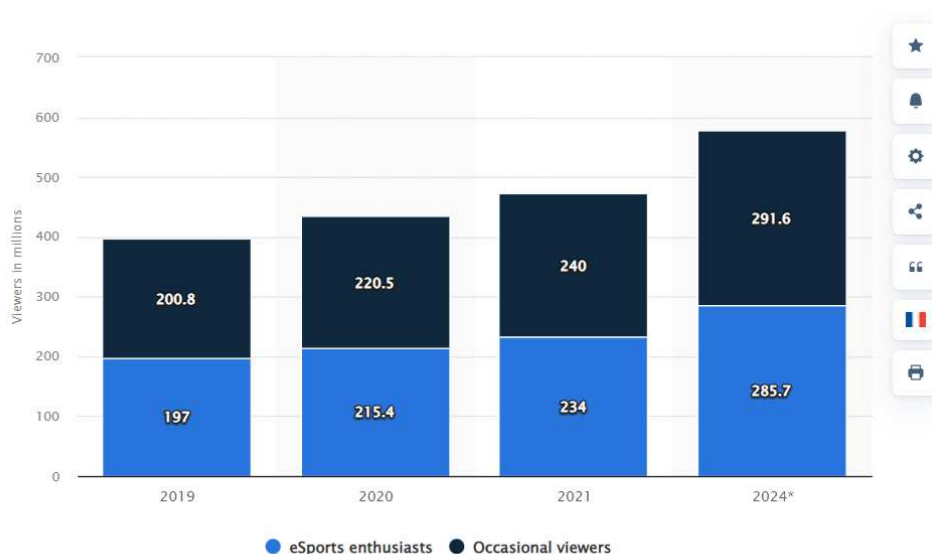


Рисунок 2 — Исследование аудитории киберспорта

Учитывая столь обширный сегмент аудитории, а также благоприятные прогнозы развития отрасли, для средств массовой информации естественно пытаться привлечь ее внимание, предоставляя специализированный контент. Вопрос о том, как и что именно делают СМИ в контексте киберспорта, и будет рассмотрен в следующих параграфах настоящей работы.

Актуальность. Актуальность работы обусловлена рассмотрением развивающегося направления в спорте на фоне процессов, происходящих в мировом сообществе. Можно предположить, что более чем два года пандемии COVID-19 [Мухина, 2021, с. 186-193] и тенденция к росту аудитории [eSports audience size worldwide from 2019 to 2024, by type of viewers, 2021] и признанию киберспорта [Министерство Sports РФ признало Компьютерный спорт официальным видом спорта в Российской Федерации, 2016] отразились на медиапотреблении и, как следствие, контенте спортивных СМИ. Работа будет содержать осмысление состояния представленности темы киберспорта в контенте телеканала Матч ТВ как спортивного СМИ.

Степень изученности темы. Существует ряд исследований, так или иначе затрагивающих киберспортивный дискурс. Например, киберспорт исследуют с точки зрения психологии [Горбунов, 2015, с. 25-32], физической культуры [Панкина, 2016, с. 34-38], филологии [Зарипов, 2016, с. 99-101] и журналистики [Алексеев, 2016].

Новизна. Новизна работы определяется тем, что в текущей работе киберспортивная журналистика будет рассматриваться с использованием разработанной методики, не использовавшейся ранее.

Гипотеза. На фоне происходящих процессов, связанных с киберспортом и киберспортивной индустрией, спортивные СМИ стали чаще обращаться к этим темам в своих публикациях. Кроме того, в материалах увеличилось разнообразие используемых форм.

Объект исследования. Объектом исследования представляется дискурс спортивной журналистики.

Предмет исследования. Предметом исследования являются тема киберспорта в дискурсе спортивной журналистики.

Цель исследования. Цель исследования состоит в выявлении особенностей киберспорта в спортивном дискурсе.

Задачи исследования. Задачи работы предусматривают:

- Обозначить особенности спортивной журналистики;
- Обозначить понятие киберспорта;
- Обозначить методику анализа контента издания;
- Привести общую характеристику телеканала «Матч ТВ»;
- Выявить особенности динамики анализируемых материалов;
- Выявить тематические особенности анализируемых материалов;
- Выявить жанровые особенности анализируемых материалов;
- Привести результаты анализа авторского состава издания;
- Выявить особенности используемых в анализируемых материалах форм;

- Привести результаты анализа героев публикаций издания.

Эмпирическая база исследования. Эмпирической базой исследования будут являться публикации российского телеканала «Матч ТВ» на сайте СМИ в разделе «Киберспорт» в период с 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года. В ходе сплошной выборки было проанализировано 1999 публикаций. Выбор периода обусловлен тем, что контент о киберспорте в обозначенном временном интервале представлен значительным количеством материалов, представленных в разнообразных формах. Так, в эмпирическую базу практически полностью войдут два телевизионных сезона и публикации за два полных календарных года.

Выбор платформы объясняется отсутствием в телевизионной сетке вещания СМИ за исследуемый период программ или рубрик, посвященных киберспортивной тематике. Отдельные телевизионные выпуски о киберспорте существуют, однако они также размещены на сайте. Подробнее об этом речь пойдет в следующих параграфах настоящего исследования.

Теоретическая база исследования. Теоретической базой настоящей работы послужат публикации исследователей, изучавших такие проблемные поля, как: киберспорт, игровая журналистика и спортивная журналистика. Это К. Алексеев [Алексеев, 2018], А. Селютин [Селютин, 2018], В. Силкин [Силкин, 2018] и другие.

Структура. Настоящее исследование состоит из введения, теоретической и практической глав, заключения, списка использованных источников и приложения с примерами анализируемых материалов.

1 Особенности современной спортивной журналистики

1.1. Спортивная журналистика: понятие и тенденции

Термин «спортивная журналистика» можно определять как социально-значимую деятельность по сбору, обработке и распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации [Крылова, 2018, с. 98-106]. К. Алексеев и С. Ильченко в своем учебнике, посвященном спортивной журналистике, предлагают понимать спорт как социокультурный феномен, который объединяет такие стороны человеческой деятельности, как развлечение и соревнование [Алексеев, 2016]. Исследователи отмечают и то, что сложности возникают на этапе определения предмета внимания спортивной журналистики. До конца не совсем понятно, что следует понимать под термином «спорт». Кроме того, границы определения понятия, а также всех тематик, попадающих в сферу интересов спортивных журналистов остаются размытыми. Особенно это актуально для современного спорта, который прошел через годы эволюции и стал настолько разноплановым, что при его анализе следует учитывать различные подходы и переменные [Алексеев, 2016].

Если вернуться к ключевым чертам спорта, то соревновательность, действительно, кажется основной характеристикой в определении явлений, которые можно причислить к спортивным. Значимость этого элемента отмечают и исследователи, рассматривающие спорт с точки зрения психологии. Так, Г. Горбунов в своей статье «Психология и спорт» отмечает, что соревнования появились именно как результат естественного стремления человечества к переживанию чувства превосходства, радости достижения и счастья победы. Для того, чтобы пережить эти чувства, ощутить результат стремления стать первым, человек участвует в соревнованиях. Соревнования со временем эволюционировали в спорт, который представляется итогом многолетних

усилий по самосовершенствованию. А апогеем спорта, по мнению исследователя, выступают Олимпийские игры [Горбунов, 2015].

Заметим, что подход Г. Горбунова также предусматривает наличие развлекательности, поскольку акцентирует внимание на переживании эмоций, приносящих радость и развлекающих. В этом смысле кажется целесообразным определять соревновательность как основную характеристику спорта, включающую как развлекательный элемент, так и стремление спортсменов к самосовершенствованию и превосходству над другими людьми. Это важно учитывать, поскольку при изучении спортивной и, в частности, киберспортивной журналистики необходимо понимать предмет внимания СМИ.

Среди особенностей спортивной журналистики исследователи выделяют запрограммированность оперативных событий, работу со статистикой, планируемость материалов и специфическую аудиторию [Крылова, 2016]. Спортивные журналисты заранее знают, что, где и когда произойдет, если речь идет о спортивных событиях. Все из-за спортивного календаря, который позволяет заранее узнать о мероприятии и подготовиться к нему. Здесь же стоит отметить планируемость материалов: раз журналист знает о событии, то может заранее запланировать, какой материал принесет оттуда. Например, наиболее часто встречаются репортажи, интервью, статьи, корреспонденции, портреты и зарисовки [Крылова, 2016].

Работа со статистикой подразумевает необходимость работать со множеством цифр: протоколы матчей, собственные подсчеты по различным параметрам игры, таблицы и графики. Оперативные материалы в спортивной журналистике часто сопровождаются статистической информацией. Аудитория требует множество итогов: результат на табло, результативность спортсменов, позиции стран в общем зачете, возможные итоги соревнований и так далее [Крылова, 2016].

Исследователи Ф. Шарков, В. Силкин, и Р. Лайшев пишут, что с появлением интернета в спортивной журналистике началось совмещение классической и сетевой форм представления изданий. В контексте конвергенции

средств массовой информации, исследователи говорят о том, что в сети существуют тексты, просто скопированные с бумажных носителей и не имеющие отношения к интернет-журналистике. В то же время часть изданий использует мультимедийные возможности новой платформы [Шарков, 2018]. То есть с появлением интернета спортивная журналистика начала адаптироваться под новые условия и формы контента.

Отдельно можно рассматривать функционирование журналистики в контексте социальных медиа. «С точки зрения журналистики, социальные медиа можно рассматривать и как источник информации, так и как площадку для распространения контента» [Маметьев, 2017]. Например, телеканал «Матч ТВ» в эфире программ использовал функцию опросов в социальной сети «ВКонтакте», чтобы узнать мнение аудитории о происходящих событиях. Такие возможности позволяют зрителям быть более активным в потреблении контента, а также частично влиять на его производство [Маметьев, 2017].

Среди других современных тенденций развития спортивной журналистики исследователи выделяют ее политизацию и коммерциализацию [Ляпун, 2019]. Примером первой тенденции могут послужить допинг-скандалы, освещаемые в СМИ. В научных работах эту тему рассматривают как рычаг манипулирования политической обстановкой на международном уровне. В случае с коммерциализацией в спортивную журналистику пришел, например, повышенный интерес к частной жизни спортсменов. В противовес материалам о скандалах и личной жизни людей, журналисты развивают аналитическую спортивную журналистику [Ляпун, 2019].

Отметим, что в XXI изменилась привычная система спортивной журналистики. Поскольку такая журналистика по своей сути событийна, ее главными жанрами называли заметку, корреспонденцию и репортаж [Алексеев, 2016]. С появлением в нашей жизни интернета, жанровая сетка претерпела изменения. Так, репортаж в онлайн-среде превратился сразу в несколько смежных форм: текстовую трансляцию и мультимедиа-трансляцию [Шершнева, 2016]. Кроме того, на примере анализа публикаций спортивного издания «Спорт-

экспресс» видно, как в 1999 году в нем было много текста, длинных аналитических и информационных материалов [Петрова, 2019]. К 2019 году в спортивном издании стало куда меньше сплошного текста, стало больше иллюстраций, расписаний, интересных моментов, схем, таблиц, фотографий, подзаголовков. «Так, комментарий преобразовался в личный блог, обзорная или аналитическая статья стала лонгридом, длинное интервью — в блиц-интервью. Таким образом, информацию как бы модифицируют, переводя ее из специализированной (в данном случае спортивной) в массовую, доступную каждому, даже тому, кто не разбирается в спорте» [Петрова, 2019].

Также стоит разобраться, кто именно представляет спортивную журналистику. Исследователи пишут о двух основных точках зрения. Согласно первой, в спортивных СМИ должны работать спортсмены, а согласно второй — журналисты. Л. Петрова, М. Петров и А. Пак пишут, что спортивную журналистику должен представлять некий симбиоз спортсмена и журналиста. То есть это должен быть человек, обладающий как знаниями и опытом в спортивной отрасли, так и умениями по созданию журналистских текстов [Петрова, 2019].

Важно понимать, что спортивная журналистика прошла хоть и относительно небольшой по времени, но значимый с точки зрения качества путь. Адаптируясь к постоянно меняющимся условиям, это направление в журналистике продолжает развиваться и искать новые прогрессивные формы существования. Так, одна из относительно новых тенденций — появление в дискурсе спортивной журналистики вида спорта, существующего, по сути, не в реальном мире, а в виртуальном пространстве.

Одна из актуальных тем для исследований в сфере спортивной журналистики — появление в ней киберспортивного дискурса. Это явление рассматривают как инновацию в спортивной журналистике, в контексте новых медиа, с точек зрения жанровой классификации, с позиции лингвистики, политологии и экономики, а также спортивных медиакоммуникаций в целом. В этом смысле стоит разобраться, что из себя представляет киберспорт и почему он интересен для спортивной журналистики.

Таким образом, спортивная журналистика — это социально-значимая деятельность по сбору, обработке и распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации. Под спортом исследователи предлагают понимать как социокультурный феномен, который объединяет развлечение и соревнование. Среди особенностей работы в спортивной журналистике отмечают, например, запрограммированность событий, работу со статистикой, планируемость материалов и специфическую аудиторию. Спортивными журналистами же могут выступать как сами спортсмены, обладающие необходимыми навыками, так и собственно журналисты, разбирающиеся в спортивной тематике. Одно из развивающихся направлений в спортивной индустрии — это киберспорт. Параллельно с ним появилась и существует киберспортивная журналистика, особенности которой будут рассмотрены далее.

1.2. Феномен киберспорта

Вовлечение игроков в видеоигры в процесс игры прогрессирует со временем. Надежда Иванова в статье «Мотивация игроков в компьютерные игры и киберспорт» пишет, что в определенный момент игроки, которые достаточно сильно увлекаются игрой, вкладывают значительное количество сил и времени в игру, становятся профессиональными игроками. С таким уровнем способностей им перестает быть интересной игра как с новичками, так и с опытными представителями игрового сообщества. В поисках более сильных соперников по игре, такие продвинутые игроки вступают в профессиональные сообщества и обращаются к киберспорту [Иванова, 2017].

Вот что о первых киберспортивных состязаниях пишет исследователь А. Исмаилов: «Киберспорт официально зародился в 1997 году. Соревнования проходили по игре Quake 2. Но любительские соревнования проходили и раньше. Связано это с тем, что игроки, научившиеся играть против искусственного интеллекта захотели играть с более сильными противниками. Первое

соревнование проходило в 1972 году в американском университете в игре «Spacewar», главным призом соревнования был журнал "Rollingstone". В дальнейшем такие соревнования начали собирать по 10000 человек» [Исмаилов, 2019]. Появившись как полубытовое развлечение для умелых игроков в видеоигры, киберспорт вскоре стал выходить на официальный уровень. Кстати, Россия стала первой страной, признавшей киберспорт как вид спорта. Это произошло в 2001 году, правда уже в 2006 году киберспорт вычеркнули из реестра видов спорта. Российская Федерация вновь признала киберспорт уже в 2017 году, и с тех пор он находится под наблюдением Министерства спорта [Исмаилов, 2019]. Такой статус позволяет проводить в России официальные чемпионаты по киберспорту, а также присваивать киберспортсменам разряды и звания.

Здесь же стоит отметить, пожалуй, одну из ключевых особенностей киберспорта. В обывательском представлении спорт ограничивается именно физической деятельностью. Несмотря на то, что существуют официально признанные интеллектуальные виды спорта, такие как шахматы или шашки, например, некоторые люди по-прежнему отказываются считать их спортом. Киберспорт же в этом отношении не очень «спортивен». Он не предполагает развития гибкости тела, наращивания мышечной массы, а также в принципе практически не предусматривает значительных телодвижений. «Согласно исследованиям, современные киберспортсмены могут похвастаться скоростью реакции, значительно превышающей её же у среднестатистического человека, а помимо этого они способны делать до 300 осознанных нажатий по клавиатуре в минуту. Игры тренируют и умение в максимально короткие сроки принимать решения, стратегически мыслить, выбирать тактику, оценивая возможности и предугадывая дальнейшие шаги оппонента или же оппонентов, если речь идёт о командных соревнованиях» [Панкина, 2016]. Это очень важный момент, поскольку в первом параграфе настоящего исследования ключевой особенностью любого вида спорта была обозначена соревновательность.

Игры в рамках киберспорта, или, как еще их называют, киберспортивные дисциплины, могут предполагать как командные, так и одиночные выступления. Так же, как и в традиционном спорте, в киберспорте присутствует момент развития рефлексов, способности адаптироваться и реагировать на внешние факторы, тренировки целеустремленности и дисциплинированности, а также наличия воли к победе и прочего [Панкина, 2016].

Выходит, что киберспорт необходимо рассматривать, с одной стороны, как полноправную спортивную дисциплину, принятую в России на официальном уровне, а с другой — как одно из направлений в сфере видеоигр. Журналистика уже давно следит за спортивными тенденциями, а вот к играм и киберспорту, как к новым явлениям обратилась только недавно. Например, об этом пишут К. Алексеев [Алексеев, 2018], Е. Важина [Важина, 2017], Викулов [Викулов, 2017] и другие. Поскольку киберспортивные дисциплины являются, в первую очередь, видеоиграми, журналистика о киберспорте, или так называемая киберспортивная журналистика, будет рассматриваться как часть игровой журналистики, подразумевающую объектом своего интереса различные игры, включая и те, что попадают под киберспортивные мерки.

Если киберспорт является предметом сразу двух направлений в журналистике: игровой и спортивной, необходимо ответить на вопрос о том, какова граница между ними. Для этого необходимо несколько углубиться в исследования обоих направлений. Основные особенности спортивной журналистики, важные для текущей работы, уже были рассмотрены ранее, так что сейчас речь пойдет именно об игровой журналистике.

Игровая журналистика или, как её называют, например, А.А. Селютин гейм-журналистика [Селютин, 2018] — относительно новое направление в журналистике, определяющее видеоигры и гейм-индустрию в целом как объект своего внимания. Предметной областью гейм-журналистики является сбор, обработка, хранение и передача информации об игровых проектах, темах, событиях, происходящих в игровой индустрии [Коданина, 2020].

А.А. Селютин также ссылается на определение игровой журналистики, разработанное Я.С. Топорковой: это «...вид журналистики, связанный с сообщением о компьютерных играх, их описанием и обсуждением» [Цит. по Селютину, 2017, с.2].

Иную трактовку этого определения предлагает Д.А. Красницкая: «Видеоигровая (игровая) журналистика — разновидность журналистики, целью которой является актуализация мировоззрения социальных групп по вопросам, касающимся видеоигровой индустрии» [Красницкая, 2020]. Из этого определения можно сделать вывод, что игровая журналистика и видеоигровая журналистика, в рамках текущего исследования, — это идентичные понятия.

А. Яремчук в статье «Видеоигровая журналистика и медиаиндустрия: история развития и сегментация» отмечает, что в России гейм-журналистика появилась почти одновременно с видеоиграми: «В России первые видеоигры стали появляться в 1990-ых годах. Тогда же крупнейшая игровая компания Nintendo, продукция которой только начала появиться в стране, создало первое издание о видеоигровой индустрии. Затем при игровом магазине «Гейм Лэнд» появился журнал «Страна игр», который задумывался как некий помощник при выборе и покупке игры» [Яремчук, 2020]. Как видно из приведенного фрагмента статьи, в России игровая журналистика зародилась практически одновременно с предметом действительности, к которому она обращается. О сетевых изданиях в девяностые годы говорить, разумеется, не приходится, так что гейм-журналистика была представлена, преимущественно, журналами. Тогда у изданий были постоянный состав редакции, рубрики, регион распространения и игровая платформа или издатель игр, о которых шла речь в журналах [Яремчук, 2020].

С развитием интернета, игровые средства массовой информации стали переходить в онлайн-формат. Одним из таких изданий была, например и «Игромания», существовавшая и в печатном, и в сетевом формате вплоть до 2018 года [«Игромания» окончательно уходит в онлайн, 2018].

Важная тенденция, о которой пишет А. Яремчук, это расширение тематики игровых изданий: «На данный момент не так много порталов, которые пишут только о видеоиграх. Большое количество издание расширило свой охват тем и теперь пишет о кино, комиксах, музыке и других продуктах гиковской культуры. Все это делается для широты охвата аудитории. Ведь именно от ее количества зависит финансовый доход редакции. Большинство изданий, функционирующих в онлайн, существуют за счёт рекламы, которая размещается на ресурсах с приличным охватом аудитории. Поэтому в интересах редакции освещать как можно больше тем, чтобы рекламодатели были заинтересованы» [Яремчук, 2020].

Таким образом, игровая журналистика оказывается видом журналистики, направленным на сбор, обработку и распространение социально-значимой информации об играх и игровой индустрии. Представляется целесообразным выделить источники этой информации. Если исходить из приведенного в этом абзаце понимания термина «игровая журналистика», то можно выделить два основных типа источников информационных поводов.

Во-первых, это события и явления, наблюдаемые в реальном мире. Здесь игровые средства массовой информации, как правило, опираются на игровую индустрию и связанные с ней отрасли. Это могут быть материалы, связанные с заявлениями игровых компаний, разработчиков, критиков, актеров озвучивания, онлайн-магазинами и сервисами, а также другими их действиями. Другими словами, это такие универсальные инфоповоды, которые напоминают классические и часто используются в других видах журналистики [Селютин, 2018].

Во-вторых, источниками информационных поводов для продуктов игровой журналистики могут быть события и явления, которые происходят исключительно в виртуальном мире, созданном людьми при помощи технических устройств. Об этом же пишет А.А. Селютин в статье «Виртуальный игровой мир как источник новостных сюжетов» [Селютин, 2018]. Исследователь, говоря о выпускаемом разработчиками игры «Аллоды онлайн»

издании «Вестник Сарнаута», отмечает следующее: «...виртуальный игровой мир с точки зрения журналистики наделяется определенными чертами, сближающими его с миром реальным, обладающим ценным потенциалом для новостного материала, интересного для потребителя новостного контента. Событийность игрового процесса, а также определенные внешние действия разработчиков и игроков, наполняют виртуальность движением, действием, что приближает диджитальный игровой мир к миру реальному. Ежедневный игровой прогресс, креативно направляемый пользователями игры, формирует кульминационные моменты, являющиеся яркими и запоминающимися, а также информационно значимыми для других пользователей игры» [Селютин, 2018].

Таким образом, источниками инфоповодов для материалов гейм-журналистики могут служить события не только в реальном, но и в виртуальном мире, что существенно расширяет возможности и спектр тем этого журналистского направления. Впоследствии, в рамках текущего исследования, будут рассмотрены материалы спортивных журналистов о киберспорте, включающие инфоповоды как из реального, так и виртуального мира.

Важной особенностью игровой журналистики в России является то, что сотрудники редакций игровых СМИ не всегда являются профессиональными журналистами. Очевидно, что у каждого игрового издания есть редакция, авторы, выпускающие материалы, однако при этом сформировавшейся школы гейм-журналистики, по крайней мере, в России, не существует. Об этом же говорит Селютин А.А. [Селютин, 2018].

Исходя из приведенных данных, можно сделать вывод, что киберспорт является лишь одной из возможных тем как в игровой, так и в спортивной журналистике. Для спортивной журналистики киберспорт представляется одним из многих видов спорта, на которые падает внимание журналистов. Для спортивных журналистов природа киберспорта, а именно его существование в виртуальной реальности, не так значима, поскольку определения спорта не предъявляют никаких требований к этому аспекту спорта. В то же время природа киберспорта является главной причиной внимания к нему игровых журналистов.

Для игровой журналистики киберспорт, в первую очередь, остается видеоиграми. При этом в киберспорте просматривается влияние обоих направлений. Так, в России существует, например, сетевое издание «Cybersport.ru», которое содержит как информацию о турнирах [Расписание и результаты Чемпионата России по киберспорту 2022, 2022], что свойственно спортивной журналистике, так и публикации игровой тематики, лишь косвенно связанные с киберспортом, что присуще игровой журналистике [Геймер воссоздал черную дыру в Minecraft, 2022]. Напрашивается тезис о том, что киберспортивная журналистика является симбиозом игровой и спортивной журналистики, сочетающим элементы обоих направлений, и существующим в их непосредственном взаимодействии.

Е. Филина в своей научной работе «Киберспорт в пространстве российской тележурналистики» пишет, что российская телевизионная журналистика только недавно начала активно представлять киберспорт в своей сетке вещания. В частности, речь о телеканалах «2x2», «Матч — ТВ», и «Gameshow». При этом разные СМИ находили разные подходы к киберспортивному дискурсу. Так, на «2x2» появлялись трансляции киберспортивных состязаний и развлекательный контент, на «Матч — ТВ» — трансляции соревнований и турниров, информационные и аналитические сюжеты, интервью. «Gameshow» же содержал передачи про игры, фильмы, аналитические обзоры киберспортивных событий, новости и так далее [Филина, 2017]. Выходит, что тема киберспорта может быть представлена с помощью разных подходов. Исходя из исследования, можно сделать вывод, что на «Матч — ТВ» киберспорт соседствовал со спортивными событиями и трансляциями, представляя, в первую очередь, спортивную журналистику.

Таким образом, киберспорт, зародившись как развлечение для умелых игроков в видеоигры, стал официально признанным в России видом спорта. Киберспорт подразумевает как одиночные, так и командные соревнования по различным играм, которые в спортивном дискурсе называют киберспортивными дисциплинами. Спортсменов, выступающих на киберспортивной арене,

называют киберспортсменами. С одной стороны, киберспорт — это спортивная дисциплина, а с другой — направление в сфере видеоигр. Такое положение делает киберспорт предметом интереса как спортивной, так и игровой журналистики.

Спортивная журналистика по-прежнему остается работой по сбору актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации, однако теперь обращает внимание и на относительно новое направление в развитии спорта — киберспорт. Журналистика о киберспорте, или киберспортивная журналистика, имеет свои особенности, среди которых — нахождение на пересечении двух направлений в журналистике: игровой и спортивной. Текущее исследование призвано выявить особенности киберспорта в спортивном дискурсе на примере публикаций телеканала «Матч ТВ».

2. Анализ материалов телеканала «Матч ТВ»

2.1. Методика исследования

В практической главе исследования будут проанализированы публикации сайта телеканала «Матч ТВ». В частности, это все материалы, опубликованные на сайте в рамках рубрики «Киберспорт».

Публикации в рубрике «Киберспорт» будут подвержены анализу по ряду критериев:

- динамика;
- темы;
- жанры;
- формы;
- герои;
- авторы.

Под темой публикации будет пониматься проблемная область, которой посвящен материал. В частности, в рамках текущего исследования были выделены такие темы, как:

- турниры. Сюда входят итоги турниров, анонсы турниров, организация турниров, изменения в правилах и другая информация, касающаяся как конкретного соревнования, так и киберспортивных турниров в целом;

- киберспортсмены. Это интервью со спортсменами киберспортивной арены, информация о них, их жизни, публикации, посвященные их деятельности;

- спортсмены. Сюда относятся тексты, аналогичные тематической группе «киберспортсмены», однако посвященные профессиональным представителям других видов спорта;

- киберспортивные команды. Под это тематическое определение подходят публикации об изменении составов команд, об их участии в турнирах, а также другая информация, касающаяся не отдельных игроков, а киберспортивного клуба или нескольких клубов в целом;

- игровая индустрия. Сюда попадают публикации, посвященные явлениям из игровой индустрии, включая видеоигры. Сюда могут входить материалы об обновлениях в играх, соглашениях между игровыми компаниями и прочие;

- киберспорт. В эту группу относятся публикации как о киберспорте в целом, так и о киберспортивных дисциплинах. Например, материал об исключении киберспорта из списка признанных видов спорта попал бы в этот раздел;

- спорт. Материалы для этой тематической категории отбирались по аналогии с темой «киберспорт», но посвященные всем прочим видам спорта.

Жанры публикаций. Для того чтобы проводить анализ существующих в «Матч ТВ» жанровых форм, будут учитываться существующие жанровые классификации. Так, актуальными, а также исчерпывающими для классификации текстов в рамках текущего исследования представляются

система жанров по А. Тертычному [Тертычный, 2011], А. Селютину [Селютин, 2018] и В. Цвику [Цвик, 2004].

А. Тертычный предлагает ставший классическим вариант деления жанров на информационные, аналитические и художественно-публицистические.

К информационным жанрам исследователь относит такие, как: заметка; информационная корреспонденция; информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос — ответ, репортаж и некролог.

К аналитическим жанрам А. Тертычный ним относит: аналитический отчет, аналитическую корреспонденцию, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседу, комментарий, социологическое резюме, анкету, мониторинг, рейтинг, рецензию, статью журналистское расследование, обозрение, обзор СМИ, прогноз, версию, эксперимент, письмо, исповедь, рекомендацию (совет) и аналитический пресс-релиз.

Художественно-публицистические жанры, согласно мнению исследователя, проявляются в повышенной требовательности к языку, художественной образности, эмоциональной насыщенности текстов, глубине авторского обобщения действительности. К ним относятся: очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпитафия, анекдот, шутка и игра [Тертычный, 2011].

Кроме того, представляется целесообразным учитывать также и более современную жанровую систему. Из предыдущих параграфов стало ясно, что к киберспортивной журналистике можно подходить также и со стороны игровой журналистики. В этом смысле в исследовании будут актуальны уникальные для игровой журналистики жанры, выделенные А. Селютиным [Селютин, 2018]. В частности, речь о жанрах видеоблога и видеострима.

Среди функций видеоблога А. Селютин выделяет следующие: информационную (получение представления о видеоигре), образовательную (получение информации о прохождении видеоигры), рекреативную или развлекательную (просмотр отдельных фрагментов игры в соответствии с тематическим признаком), самопрезентационную (контент формирует имидж),

рекламную (скрытие недостатков и подчеркивание достоинств игры) [Селютин, 2018].

Похожий, жанр в гейм-журналистике — видеострим. Стрим — потоковая онлайн-трансляция, прямое вещание, позволяющее общаться с аудиторией через синхронный чат. В отличие от видеоблога, видеострим более спонтанный и не может быть подвергнут монтажу. А. Селютин делит видеостримы на развлекательные (предназначенные для подготовленной аудитории и формирующие образ контентмейкера) и обучающие (призванные учить аудиторию, рассказывать нюансы, скрытые детали, подробности и прочее). Если проводить аналогию с традиционными жанрами, то и видеострим, и видеоблог берут начало из репортажа [Там же].

Поскольку «Матч ТВ» распространяет не только текстовый, но и видеоконтент, следует обратить внимание и на жанры, которые выделяют исследователи телевизионной журналистики. В частности, В. Цвик и Р. Борецкий выделяют три вида публицистики: аналитическая, художественная и телевизионная информация.

Первому виду публицистики принадлежат следующие жанры: комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, ток-шоу, пресс-конференция, корреспонденция («передача»).

К художественной публицистике относят: очерк, зарисовку, эссе и сатирические жанры (памфлет и фельетон).

Последнему виду публицистики соответствуют такие жанры, как: информационное сообщение (видеосюжет), отчет, выступление (монолог в кадре), интервью, репортаж [Цвик, 2004].

При анализе публикаций средства массовой информации в рамках текущего исследования, в качестве основной жанровой классификации будет использована приведенная система жанров по А. Тертычному. Другие упомянутые классификации будут учитываться в случаях, когда одной сетки жанров будет недостаточно для наиболее полного описания контента.

Герои. В рамках этого блока публикации будут исследоваться на наличие экспертов, участников соревнований и других медиаперсон, структурирующих в медиапространстве киберспортивную тематику. Например, в случае с интервью героем очевидно будет являться интервьюируемый персонаж. В рамках текущего исследования, под героями публикации могут пониматься люди, проявляющие себя в них. Например, героем может быть автор приведенного в СМИ высказывания, либо сам журналист, высказывающийся не от имени редакции.

Авторы. В рамках текущего блока исследований будет рассмотрен состав авторов «Матч ТВ», пишущих на киберспортивную тематику.

Формы. При исследовании публикаций «Матч ТВ» будет уделено внимание формам, в которых контент преподносится аудитории. Среди возможных вариантов могут быть: текст, изображение, список, цитата, подзаголовки, гиперссылка, видео, gif-анимация и другие.

Динамика. В этом блоке публикации будут подвергаться анализу в рамках диахронического аспекта. Будут рассмотрены дата публикаций, их частота, а также будут проанализированные тенденции в динамике распространения контента.

2.2 Общая характеристика СМИ

«Матч ТВ» — национальный спортивный телеканал, возникший в 2015 году. СМИ позиционирует себя как «общедоступный канал о спорте и здоровом образе жизни» [Телеканал «Матч ТВ» — российский федеральный общедоступный канал о спорте и здоровом образе жизни, 2022]. В сетке телевизионного вещания средство массовой информации представлено несколькими телеканалами. Это «Матч ТВ», «Матч премьер», «Матч! Страна», «Матч! Футбол 1», «Матч! Футбол 2», «Матч! Футбол 3», «Матч! Боец», «Матч! Арена», «Матч! Игра» и «Конный мир ТВ». Все телеканалы отличаются своим наполнением. Так, серия телеканалов «Матч! Футбол» посвящена матчам

ведущих чемпионатов и лиг, матчам за главные кубки футбольного мира, отборочным турнирам, тематическим программам о футболе и аналитике. В то же время телеканал «Матч ТВ» собирает самую важную информацию о российском и мировом спорте: это новости, аналитика и развлекательные программы, документальные циклы и специальные репортажи, реалити- и ток-шоу, художественные фильмы и сериалы.

На своем официальном сайте издание пишет: «Телеканал предлагает эксклюзивный контент для разных аудиторий и возрастных групп» [Телеканал «Матч ТВ» — российский федеральный общедоступный канал о спорте и здоровом образе жизни, 2022]. Это подтверждается наличием 18 рубрик в соответствии с видами спорта. В качестве основных выделены футбол, хоккей, биатлон, бокс, лыжные гонки, фигурное катание, баскетбол и теннис. Остальные виды спорта, например легкая атлетика, шахматы и киберспорт, вынесены во вкладку «еще».

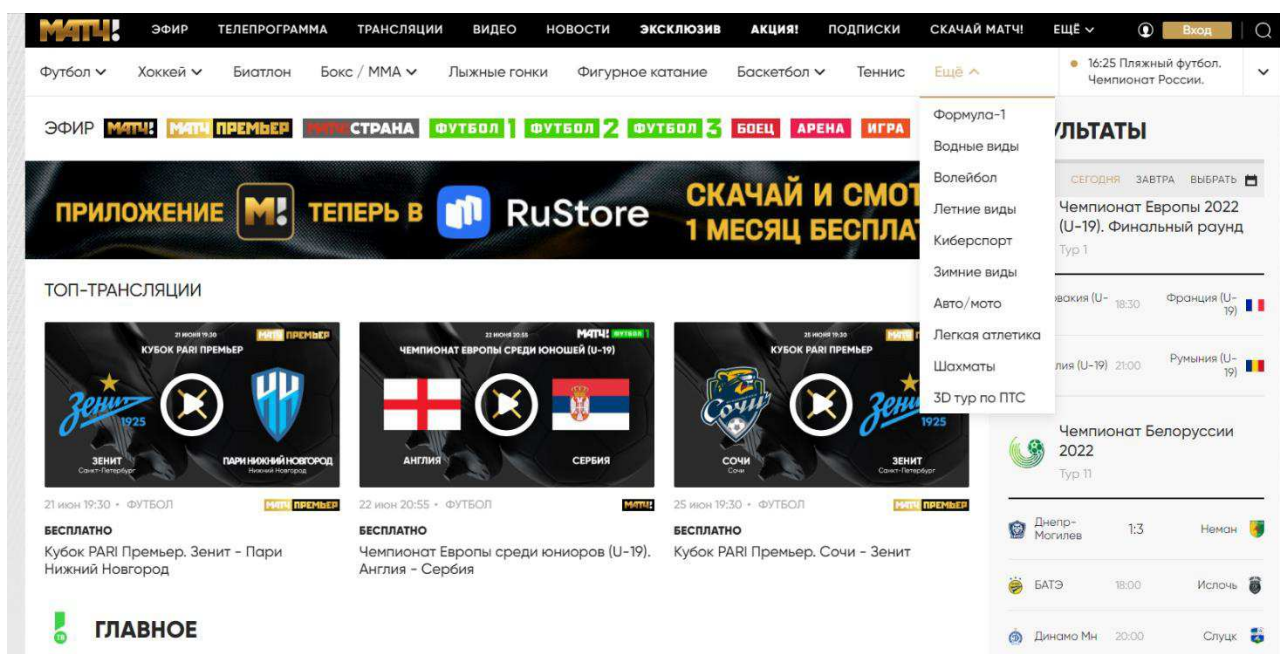


Рисунок 3 — Рубрики на сайте «Матч ТВ»

Такое деление меню сайта важно отметить, поскольку издание делит свои материалы, в первую очередь, по тематическому признаку, а, например, не по территориальному или жанровому. Можно предположить, что аудитория

издания приходит на сайт именно для того, чтобы посмотреть материалы о предпочитаемом виде спорта, при этом не интересуясь всем остальным контентом. Такой подход может позволить собирать на сайте самую разнообразную аудиторию.

Контент средства массовой информации распространяется не только через телеканалы и сайт, но также и через социальные медиа. В частности, у «Матч ТВ» есть официальные аккаунты на видеохостингах YouTube и RuTube, в TikTok, в «Одноклассниках», канал в Telegram, а также сообщество в «ВКонтакте».

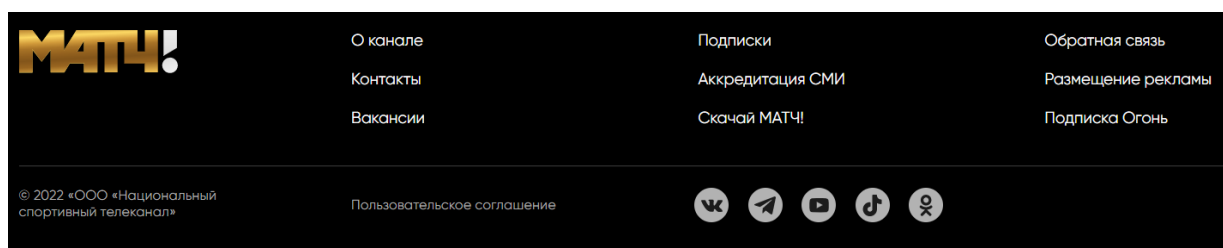


Рисунок 4 — Каналы дистрибьюции контента на сайте «Матч ТВ»

Отметим, что в «ВКонтакте» издание обладает более разнообразной системой распространения контента. Так, помимо основного сообщества «Матч ТВ», у издания есть аккаунты «Матч! Биатлон и лыжи», «Матч! Фигурное катание», «Матч! Хоккей», «МАТЧ ПРЕМЬЕР» и «Телеканал МАТЧ!Боец». В этой же социальной сети указаны аккаунты, на которые нет ссылок на сайте. Это «Матч ТВ» в Twitter и аккаунт в Yappy.

Ссылки 10











-  **Матч ТВ в телеграме**
t.me
-  **Матч! Биатлон и лыжи**
Биатлон и лыжи в одном месте
-  **Матч! Фигурное катание**
Вся красота, грация и магия фигурки
-  **Матч! Хоккей**
Всё о КХЛ, НХЛ и сборной России
-  **МАТЧ ПРЕМЬЕР**
Весь российский футбол здесь
-  **Телеканал МАТЧ!Боец**
-  **Матч ТВ в Яппи**
yappy.media
-  **Матч ТВ в твиттере**
twitter.com
-  **Матч ТВ в ТикТоке**
www.tiktok.com
-  **Матч ТВ в одноклассниках**
ok.ru

Рисунок 5 — Каналы дистрибьюции контента в сообществе «Матч ТВ» в «ВКонтакте»

Контент во вкладке «Киберспорт» на сайте делят еще на несколько разделов. СМИ разделяет киберспортивный контент на: «КУБОКМАТЧТВ», «DOTA 2», «ФОНБЕТКИБЕРБАКЕТ», «COUNTER-STRIKE», «FIFA», «LEAGUE OF LEGENDS», «FORTNITE», и «ВИДЕОИГРЫ».

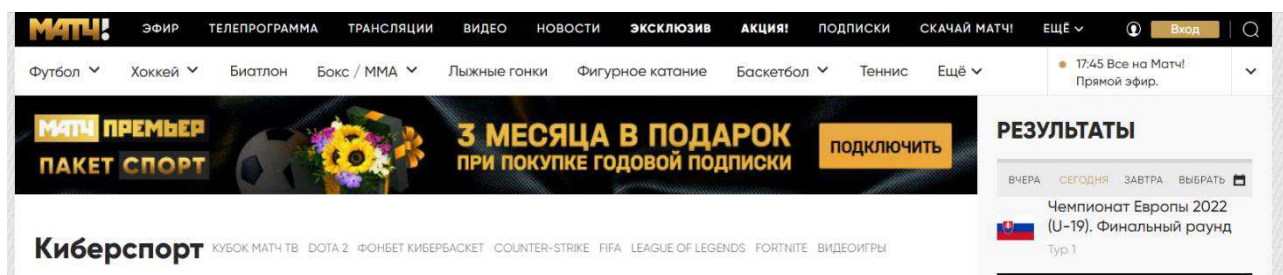


Рисунок 6 — Разделы рубрики «Киберспорт» на сайте «Матч ТВ»

Это деление представляется более сложным, чем представленная ранее рубрикация, основанная на видах спорта. «Кубок Матч ТВ», по сути, является

киберспортивным турниром, организованным самим изданием. Однако ни один другой раздел не посвящен исключительно одной серии турниров. В то же время здесь присутствует «ФОНБЕТ Кибербаскет 2020», который содержит публикации о Чемпионате России по интерактивному баскетболу, о состоянии киберспорта во время пандемии, а также кибердерби и других явлениях. Разделы с названием видеоигр можно распределить в одну группу, которую следует назвать «киберспортивные дисциплины». В нее бы вошли «DOTA 2», «COUNTER-STRIKE», «FIFA», «LEAGUE OF LEGENDS» и «FORTNITE», по которым проводятся киберспортивные турниры. Несмотря на то, что упомянутые дисциплины являются играми, что упоминалось в первой главе текущего исследования, во вкладку «Видеоигры» они не попали. В этот раздел издание поместило материалы, связанные с игровой индустрией в целом, а не только с киберспортивными дисциплинами и турнирами.

Отметим, что если сайт СМИ включает в себя содержание его телевизионной платформы, то в телевизионную сетку попадают не все публикации из онлайн-издания. По этой причине в рамках текущего исследования будут рассматриваться публикации «Матч ТВ» именно на сайте издания — так анализ будет более полным и объективным. Кроме того, в телевизионной сетке вещания «Матч ТВ» нет постоянных программ или рубрик, посвященных киберспорту, в отличие от сайта.

Таким образом, «Матч ТВ» — телеканал, производящий контент на спортивную тематику, а также распространяющий его через ряд каналов массовой коммуникации. Контент СМИ на сайте разделен на несколько рубрик, соответствующих виду спорта, которому он посвящен. Киберспортивный контент, представляющий интерес в рамках настоящего исследования, сгруппирован изданием и вынесен в отдельную рубрику «Киберспорт». Именно эти материалы будут подвергаться исследованию и анализу в текущей работе.

2.3. Анализ материалов раздела «Киберспорт»

2.3.1. Динамика

В рамках текущей работы были проанализированы все публикации в рубрике «Киберспорт» с 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года. Число проанализированных данных составило 1999 публикаций.

Так, в 2022 году СМИ «Матч ТВ» опубликовало 42 публикации, в 2021 году — 354 публикации, а в 2020 году — 1603 публикации.

Соотношение количества публикаций по годам

Всего: 1999 текстов

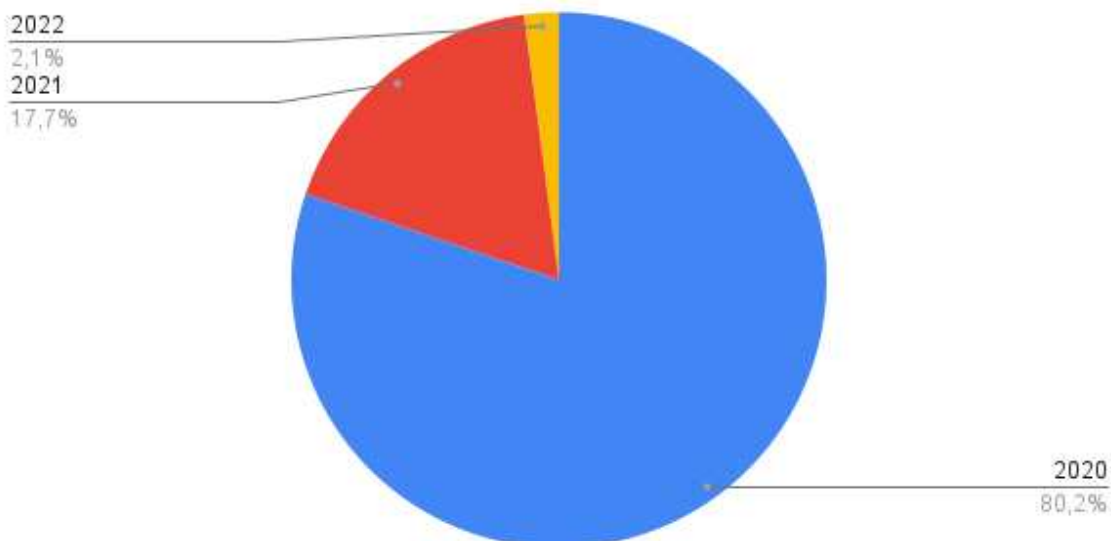


Рисунок 7 — Соотношение количества публикаций

Очевидно, что количество публикаций о киберспорте на сайте издания снижается от года к году. Разумеется, нужно понимать, что 2022 год еще не подошел к концу, что делает невозможным сопоставление неполных его результатов с данными за полные 2020 и 2021 годы. Однако если сравнить данные за период с 1 января по 28 мая за каждый проанализированный год,

окажется, что частота публикаций все же снизилась. Так, за этот период в 2021 году вышло 203 публикации, а в 2020 году — 921 публикация.

Количество публикаций с 1 января по 28 мая

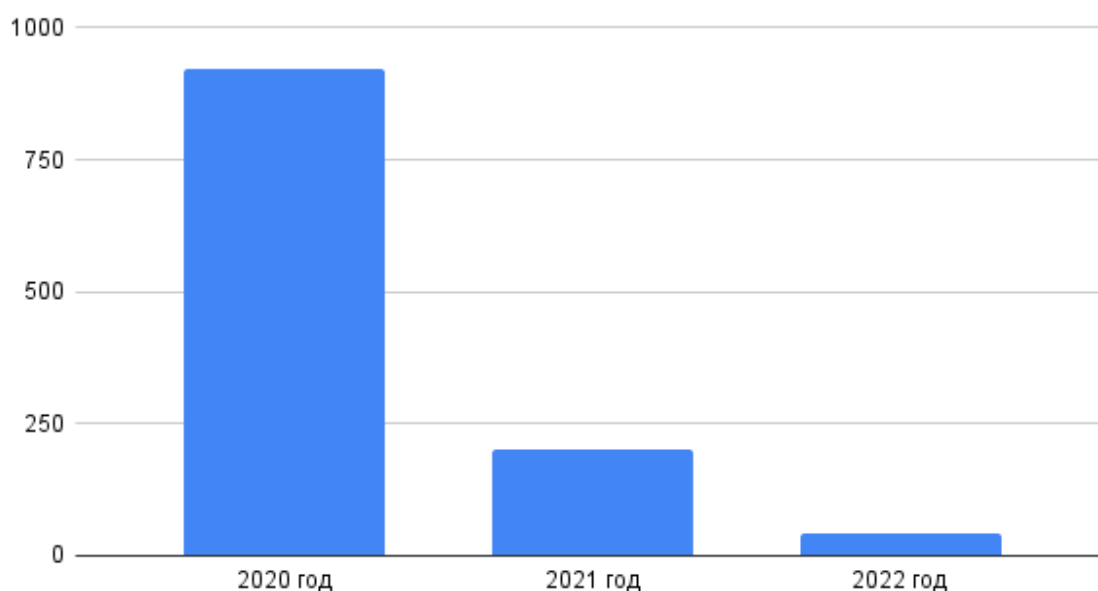


Рисунок 8 — Частота публикаций за определенный период

Выходит, что с 2020 года частота выхода публикаций о киберспорте на сайте «Матч ТВ» снизилась почти в 22 раза.

Стоит также отметить характер снижения частоты публикаций. Как в 2020, так и в 2021 и 2022 годах, количество опубликованных материалов за сутки могло значительно изменяться. Так, наибольшее число публикаций за сутки в 2020 году — 16. Это самый большой показатель за весь анализируемый период, который достигался только трижды: 11 апреля, 16 апреля, а также 1 мая. При этом динамике публикаций свойственны скачки. Так, после пикового значения 1 мая 2020 года, уже 2 мая число публикаций снизилось до 5 текстов.

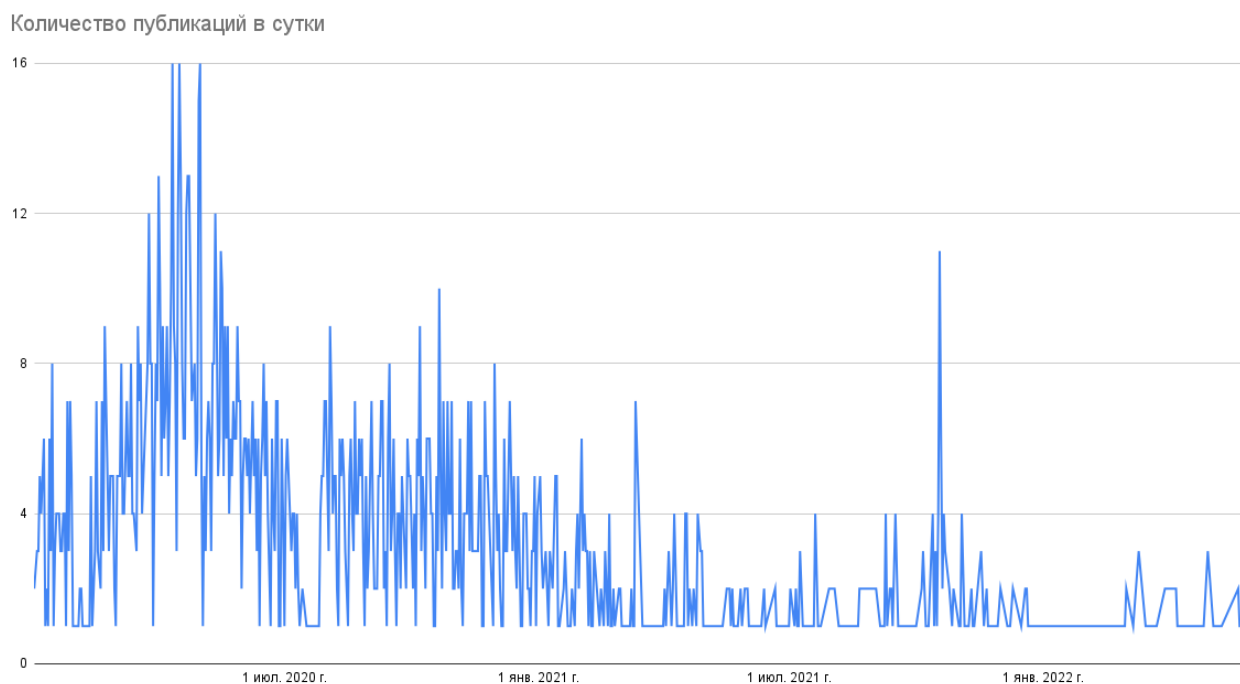


Рисунок 9 — Динамика числа публикаций

Такая ситуация повторяется на протяжении всего затронутого исследованием периода. Кроме того, в ряде случаев встречается ситуация, когда за день, а то и несколько дней, не появляется никаких материалов. Это особенно заметно на примере 2020 года, где с 30 марта по 4 апреля не появилось ни одной публикации. Такая тенденция позволяет сделать вывод о непостоянности публикации контента телеканалом «Матч ТВ». Вероятно, для издания не столько важно наличие определенного контента, сколько его содержание.

Можно также заметить, что основные изменения в частоте публикаций произошли именно в 2021 год. Несмотря на то, что ближе к концу 2020 года количество опубликованных за сутки материалов снизилось, их число примерно равно тому же, что было и в начале года. Таким образом, если бы тенденция 2020 года продолжилась и в 2021 году, издание бы, вероятно, не ожидало снижение количество публикаций за год в 4,5 раза. Именно в 2021 году издание изменило свою политику, снизив частоту публикаций о киберспорте.

Стоит отметить также выделяющуюся на фоне общей статистики по количеству публикаций в сутки пиковую точку 2021 года. Эта точка — 18

октября, когда в издании опубликовали сразу 11 материалов о киберспорте. Это связано с тем, что в тот момент была актуальна победа российской киберспортивной команды «Team Spirit» на международном турнире «The International 2021» по дисциплине «Dota 2» (Российская команда Team Spirit выиграла The International. Она заработала 18 миллионов долларов, 2021). Всего за 18 октября вышло 6 публикаций, так или иначе связанных с этим событием.

Таким образом, за анализируемый период выявляется тенденция снижения частоты публикаций как в целом за год, так и за отдельно взятый временной промежуток. Тенденция сопровождалась постоянными спадами и подъемами числа публикаций в сутки, что можно связать с особенностями отбора изданием информационной повестки.

Вопрос влияния тематики публикаций на их количество, а также связи числа публикаций с другими особенностями распространения контента телеканалом «Матч ТВ» будет рассмотрен в следующих параграфах.

2.3.2. Темы

В рамках текущего исследования, публикации рассматривались с точки зрения их тематики с учетом двух аспектов. С одной стороны, учитывалась повестка и основной объект внимания материала, а с другой — принадлежность инфоповода к той или иной локации. Так, новость о том, как завершился российский киберспортивный турнир («Лицей №3» из Чебоксар стал победителем четвертого сезона школьной лиги, 2021) была отнесена к локации «Россия». В то же время, текст о том, как киберспортсмен из Ливерпуля досрочно завершил турнир (Игроку «Ливерпуля» пришлось досрочно завершить турнир по FIFA 22 из-за матча АПЛ, в котором он оформил дубль, 2021), не посвящена России или российской повестке, а потому попадает в другую категорию.

Такое деление необходимо, поскольку, как уже упоминалось в теоретической главе настоящего исследования, игровой журналистике свойственно затрагивать темы, связанные с зарубежными компаниями, игроками

и так далее. Такой подход к анализу текстов призван выявить особенности распространения киберспортивного контента на «Матч ТВ» и выяснить, насколько киберспорт представлен в дискурсе спортивной и игровой журналистики.

Из 1999 опубликованных с 2020 по 2022 год текстов, 1214 было написано на основе зарубежных инфоповодов. Еще 560 были посвящены исключительно российской тематике, а 225 — инфоповодам смешанной тематики.

Соотношение числа публикаций по темам

Всего: 1999 текстов

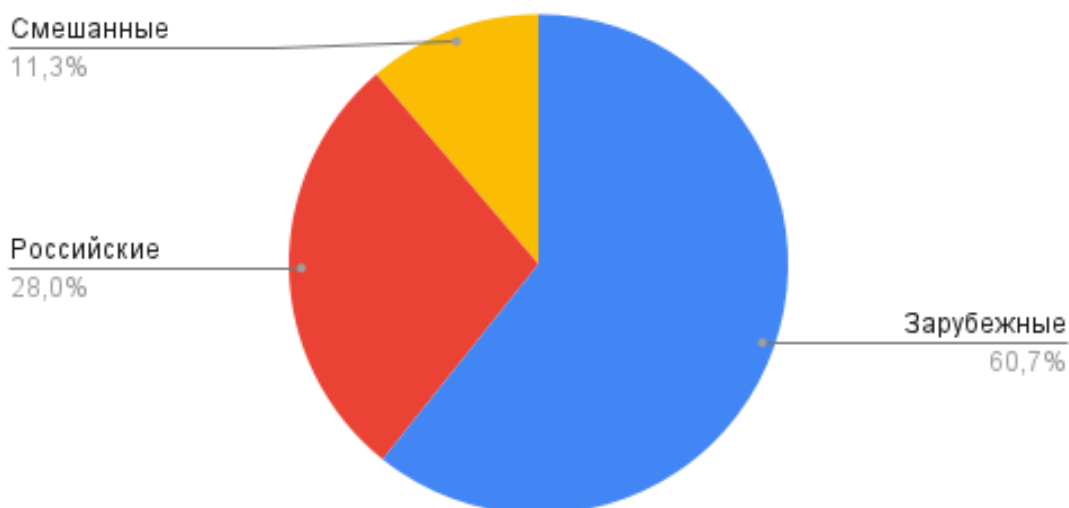


Рисунок 10 — Соотношение публикаций в соответствии с темами

Примеры исключительно зарубежных, а также российских публикаций уже были приведены выше. Под публикациями смешанной тематики в контексте настоящего исследования понимались, например, материалы, которые посвящены российским явлениям на фоне зарубежных или всемирных тенденций или процессов. Публикация «Матч ТВ» от 22 февраля 2020 года рассказывает о том, что российская киберспортивная команда «Gambit Esports» завершила свое участие во всемирном турнире «WePlay! Dota 2 Tug of War: Mad Moon» по дисциплине «Dota 2» (Gambit Esports завершила борьбу на турнире по DOTA 2 в Киеве, 2020).

Аналогичным образом в категорию смешанной тематики была отнесена новость о том, что две российских киберспортсменки вступили в немецкий киберспортивный клуб по дисциплине «CS: GO» (Две россиянки вошли в состав немецкого клуба по CS:GO, 2020).

Стоит отметить, что журналисты издания стараются подчеркивать связь инфоповодов с Россией при ее наличии. Так, например, в издании периодически появляются материалы о рейтинге лучших футболистов, который составляет компания EA Sports. Если в рейтинге присутствуют действующие или бывшие российские спортсмены, их, как правило, упоминают в заголовке, делая попадание персоны в рейтинг главным событием новости (Экс-игрок «Спартак» и «Кубани» Мельгарехо попал в команду недели FIFA 21, 2020). При этом спортсмен может не занимать лидирующие позиции рейтинга. В тех случаях, когда в рейтинге нет персон из российского дискурса, журналисты называют лидеров списка. Такие материалы уже нельзя отнести к смешанной тематике (Иммобиле и Жиньяк попали в команду недели FIFA 20, 2020).

При этом статистика по проанализированным материалам показывает, что публикации, в той или иной степени основанные на российских инфоповодах, составляют лишь 39,3% от общего числа публикаций. Это связано, в первую очередь, с тем, что большинство материалов издания было посвящено не непосредственно киберспорту, турнирам или киберспортсменам, а игровой индустрии.

Самой популярной темой для материалов стали «турниры». О них написан 821 текст — это 41,07% от общего числа проанализированных публикаций. В это число входят как те материалы, что посвящены исключительно киберспортивным турниром, так те тексты, где турниры являются лишь одной из затронутых тем.

Так, 7 июля 2020 года «Матч ТВ» опубликовал текст об участниках гранд-финала Кубка России по интерактивному футболу-2020 (Стали известны участники гранд-финала Кубка России по интерактивному футболу-2020, 2020). Этот текст был отнесен к материалам исключительно о турнирах. Несмотря на

то, что публикация рассказывает о киберспортсменах, прошедших в заключительный этап турнира, ни на одном из них не был сделан акцент: их не упоминали ни в лиде, ни в заголовке. Таким образом, представляется логичным вывод, что сами участники турнира становятся менее важны, чем сам факт того, что турнир перешел на новую стадию проведения.

Примером текстов о турнирах со смешанной тематикой может послужить материал «Матч ТВ» от 17 июня 2020 года (Team Liquid вышла в лидеры группового этапа Beyond Epic, 2020). В нем журналисты сообщают, что киберспортивная команда «Team Liquid» выиграла матч в турнире «Beyond Epic» и прошла в следующий этап. Здесь представлены две тематических группы: «турниры» и «киберспортивные команды». Акцент публикации сделан, с одной стороны, на результатах очередного этапа киберспортивного турнира, а с другой, на выступлении отдельно взятой команды на этом турнире.

Анализ выявил следующие смешанные тематические категории о турнирах:

- турниры и игровая индустрия — 1 публикация;
- турниры и киберспорт — 3 публикации;
- турниры и киберспортивные команды — 296 публикаций;
- турниры, киберспортивные команды и киберспортсмены — 11 публикаций;
- турниры, киберспортивные команды и спорт — 2 публикации;
- турниры и киберспортсмены — 82 публикации;
- турниры и спорт — 1 публикация;
- турниры и спортсмены — 4 публикации.

Таким образом, массив текстов о турнирах состоит из 421 текста, посвященного исключительно турнирам, а также из 400 текстов, посвященных нескольким темам.

Тематическое разнообразие текстов о турнирах

Всего: 821 текст

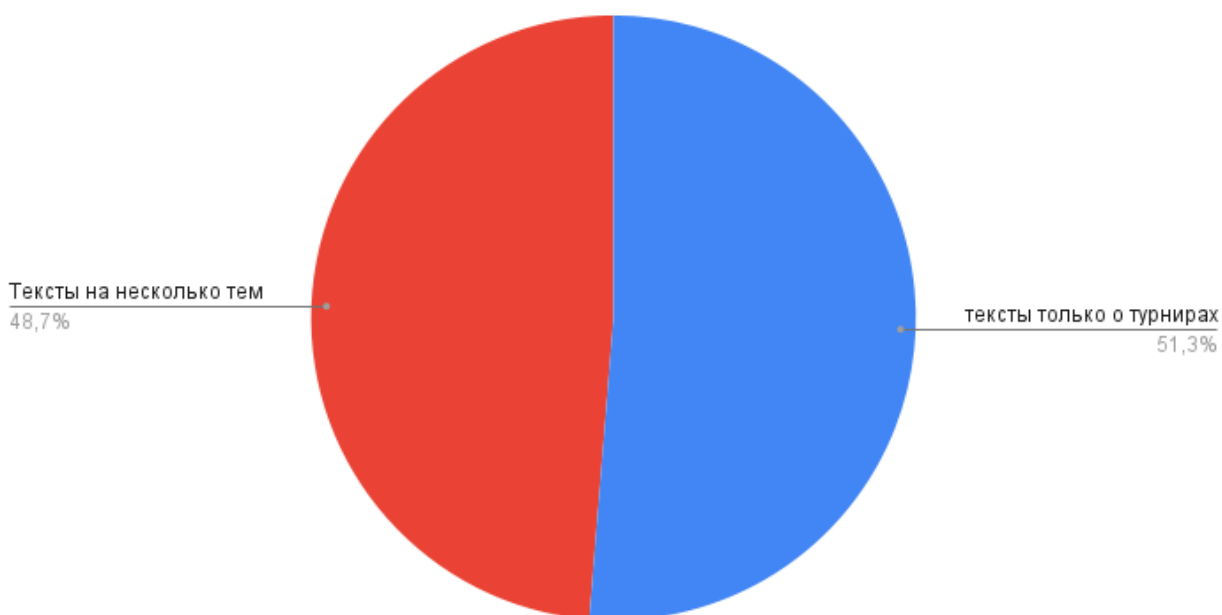


Рисунок 11 — Тематические особенности публикаций о турнирах

Результат, когда почти половина текстов из тематической группы оказывается посвящена сразу нескольким темам, может быть обусловлен спецификой киберспортивных турниров. Турниры могут существовать только при наличии в них участников: киберспортивных команд или киберспортсменов: турниры упоминаются вместе с этими темами в 391 тексте.

Анализ публикаций о турнирах также показал, что 370 публикаций о турнирах оказались основаны на зарубежных инфоповодах. Такой показатель может объясняться тем, что ряд турниров, о которых пишет издание, являются международными и проводятся за рубежом. Пример такой публикации — текст от 14 июня 2020 года, который рассказывает о победе киберспортивной команды BIG на международном турнире «Dreamhack Masters Spring 2020» (BIG выиграла Dreamhack Masters Spring 2020, 2020).

Соотношение числа публикаций о турнирах по темам

Всего: 821 текст

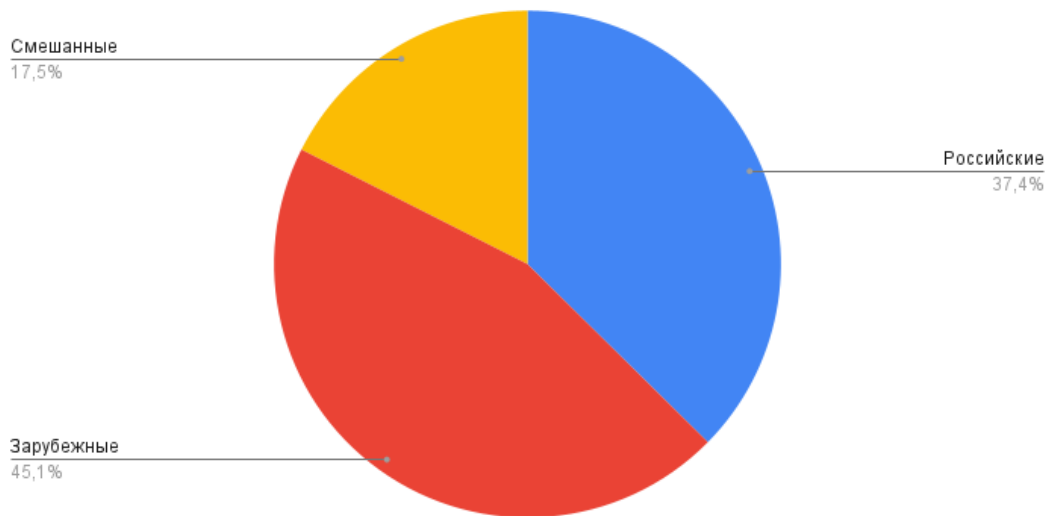


Рисунок 12 — Соотношение публикаций о турнирах в соответствии с темами

Еще 307 текстов о турнирах основаны на российских инфоповодах. Как уже отмечалось ранее, за период с 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года на сайте «Матч ТВ» опубликовали 560 текстов, основанных на исключительно российских инфоповодах. То есть большинство таких текстов составляли публикации о турнирах. Это связано с тем, что издание публикует материалы о киберспортивных турнирах в России. Например, в тексте от 24 мая 2020 года журналисты рассказывают о результате «Киберлиги Pro Series #7» («Урал» — победитель Киберлиги Pro Series #7, 2020).

Исследование выявило 144 публикации, основанных на одновременно зарубежных и российских инфоповодах. Из них 109 публикаций посвящены и турнирам, и киберспортивным командам. Такое сочетание встречается в тех случаях, когда авторы материала сообщают о результатах турнира и выделяют при этом одну из участвующих команд. Например, в публикации от 30 января 2021 года журналисты сообщают, что российская киберспортивная команда «Virtus.Pro» вышла в полуфинал турнира «CS_Summit 7» (Virtus.Pro вышла в полуфинал CS_Summit 7. ОБЗОР, 2021).

Весьма распространенной темой оказалась «игровая индустрия» — на эту тему опубликовано 734 материала. То есть публикации об этом составляют 36,72% от всех проанализированных текстов. В это число входят как тексты, посвященные исключительно игровой индустрии, так и публикации, затрагивающие тему частично.

Примером первого случая может послужить текст от 18 января 2022 года о покупке компанией «Microsoft» фирмы «Activision Blizzard», выступавшей издателем таких известных видеоигр, как «Call of Duty» и «Warcraft» (Microsoft объявила о покупке издателя Call of Duty и Warcraft, 2022). Это текст, который, по сути, не связан с киберспортом напрямую. Кроме того, журналисты не стремятся подчеркнуть связь события с киберспортивной ареной. Например, в приведенном случае СМИ упоминает, что «Activision Blizzard» также выступала издателем таких игр, как «Overwatch» и «Starcraft». Обе видеоигры являются также и киберспортивными дисциплинами, однако авторы не уделяют этому внимания.

Другим примером публикации об игровой индустрии может послужить текст от 27 октября 2020 года. В нем СМИ сообщает о том, что дата релиза видеоигры «Cyberpunk 2077» была перенесена (Релиз Cyberpunk 2077 перенесен на 10 декабря, 2020). В этом случае также не прослеживается связь инфоповода с киберспортивным дискурсом. Игра предполагает одиночное прохождение и не является киберспортивной дисциплиной, равно как и ее издатель не представляется в тексте значимой для сферы киберспорта фигурой.

Всего за период с 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года издание опубликовало 667 текстов такой тематики. Формальные признаки не позволяют причислить эти тексты к публикациям о киберспорте, однако подобный контент — существенная основа для телеканала. Из этих данных, можно сделать вывод, что для исследуемого издания характерно встраивание особенностей игровой журналистики, зачастую описывающей события игровой индустрии, в свою ленту публикаций.

Важно отметить, что помимо текстов, посвященных только игровой индустрии, существуют публикации, содержащие и другие категории. Условно их можно обозначить так:

- Игровая индустрия и киберспорт — 4 публикации;
- Игровая индустрия и киберспортсмены — 3 публикации;
- Игровая индустрия и спорт — 5 публикаций;
- Игровая индустрия и спортсмены — 54 публикации;
- Игровая индустрия и турниры — 1 публикация.

В общем объеме текстов, связанных с игровой индустрией, число публикаций с несколькими темами составляет только 9,1%, то есть 67 публикаций.

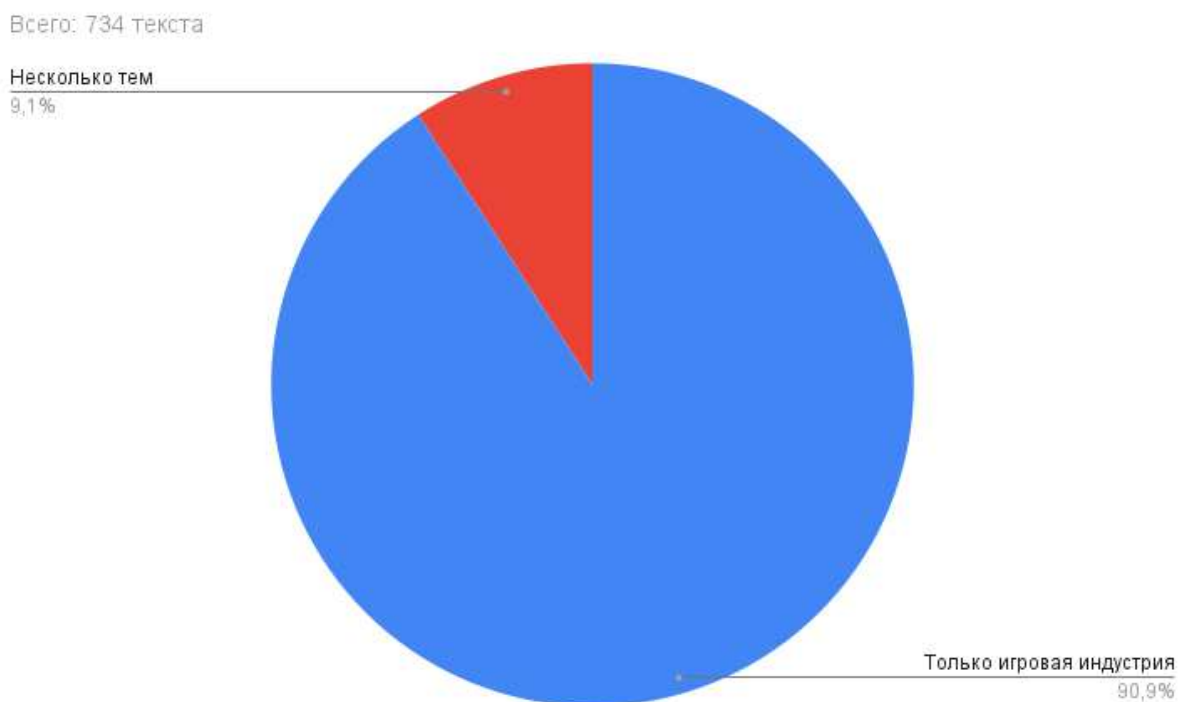


Рисунок 13 — Соотношение числа текстов об игровой индустрии по темам

В случае с игровой индустрией и киберспортом были выбраны две публикации. Например, одна из них вышла 28 января 2020 года и была посвящена открытию специальной гостиницы для геймеров и киберспортсменов в США (Atari откроет гостиницы для геймеров и киберспортсменов в США,

2020). В этом случае тема киберспорта обусловлена тем, что публикация затрагивает не непосредственно киберспортсменов или киберспортивные команды, но всю сферу в целом, поскольку открытие гостиницы означает развитие киберспорта, появление площадок для турниров и изменение условий существования спортсменов. Элемент игровой индустрии здесь представлен тем, что гостиница работает также и с любыми другими клиентами. Особенность места состоит в том, что оно сделано в геймерской тематике и содержит комнаты с AR и VR развлечениями. То есть такая новость рассказывает, с одной стороны, о явлении, затрагивающем разных участников сферы киберспорта, а с другой, о явлении, актуальном для всех, кто интересуется видеоиграми.

Тексты об игровой индустрии и киберспортсменах можно проиллюстрировать текстом от 24 ноября 2020 года. Его содержание — реплика киберспортсмена о вреде игр ночью (Киберфутболист рассказал о вреде игр ночью, приведя в пример Ибрагимовича, 2020). Тема «киберспортсмены» подтверждается тем, что героем публикации является киберспортсмен, а сама публикация формируется вокруг его высказывания. Тема игровой индустрии представлена здесь предметом диалога, а также внимания автора текста — влиянием видеоигр на людей.

В качестве примера публикаций об игровой индустрии и спорте можно рассмотреть публикацию «Матч ТВ» от 9 октября 2020 года. В ней журналисты рассказывают о сотрудничестве между компанией «Playstation» и футбольным клубом «Реал» («Реал» стал партнером Playstation, 2020). В представленной ситуации представителем игровой индустрии является фирма «Playstation», которая выпускает игровые приставки и аксессуары. В то же время спорт представлен футбольным клубом.

Игровая индустрия и спортсмены — самый многочисленный тематический блок в приведенном списке. Такие публикации обычно связаны с тем, как спортсмены играют в видеоигры. Например, этому посвящена публикация от 26 марта 2020 года. В ней сообщается, что российский теннисист Даниил Медведев показал, как играет в игру «FIFA 2020» (Соболев — о дружбе с Кокориным:

«Counter Strike сближает. А еще я у Сани машину купил», 2020). Другой пример — материал «Матч ТВ» от 29 августа 2020 года. В тексте приведен комментарий спортсмена Александра Соболева о своем друге Александре Кокорине. Соболев отмечает, что познакомился с Кокориным благодаря игре «Counter Strike» (Медведев теперь играет в FIFA 2020 вместо тенниса, 2020).

Публикация, рассказывающая одновременно и об игровой индустрии, и о киберспортивных турнирах, встретила в рамках исследуемого периода лишь однажды. Это был текст от 16 февраля 2020 года. В нем сообщается о новом обновлении для видеоигры «Rainbow Six Siege», которое представили во время киберспортивного турнира «Six Invitational 2020» по этой же дисциплине (На чемпионате мира по Rainbow Six представили операцию Void Edge для Siege, 2020). Игровая индустрия здесь представлена выходом нового обновления к игре, а тема турниров затронута благодаря тому, что действие происходит на киберспортивном состязании.

Таким образом, одна из самых распространенных тематических категорий среди публикаций представлена, главным образом, текстами посвященными исключительно игровой индустрии. Стоит отметить и тот факт, что из 734 публикаций об игровой индустрии 607 текстов основаны исключительно на зарубежных инфоповодах. Еще 45 материалов основаны одновременно и на зарубежных, и на российских инфоповодах.

Соотношение числа публикаций об игровой индустрии по инфоповодам

Всего: 734 текста

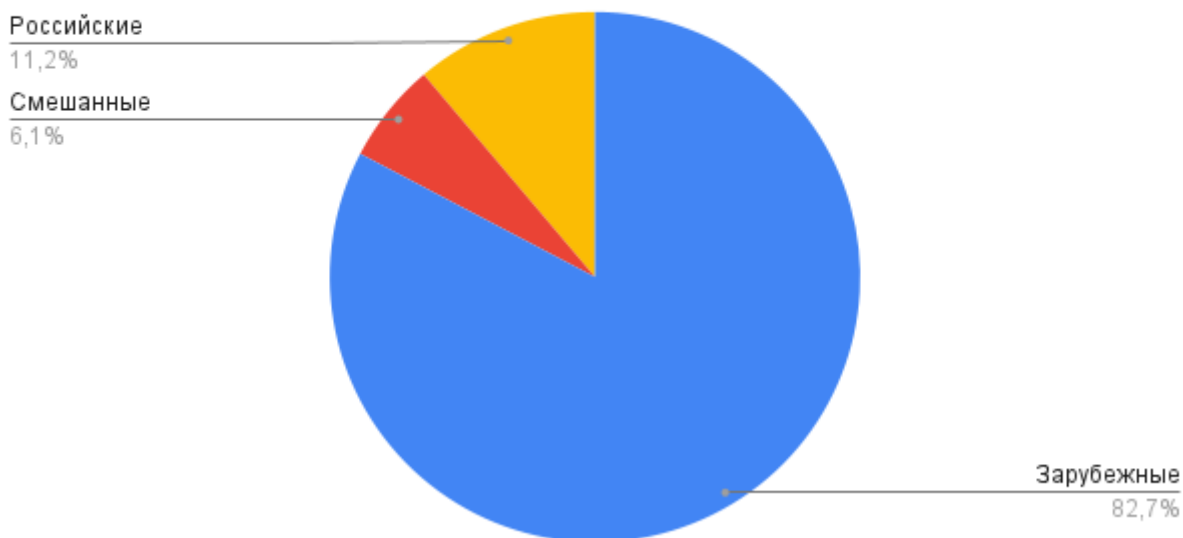


Рисунок 14 — Соотношение количества публикаций об игровой индустрии

Из собранных данных следует, что большинство текстов об исключительно игровой индустрии, 82,7%, основаны на зарубежных инфоповодах. Выходит, что один из самых распространенных тематических блоков «Матч ТВ» строится, в основном, при помощи иностранных явлений. Такая информация подтверждает зарубежную направленность в подборе инфоповодов в рамках киберспортивного дискурса издания.

Важно отметить тенденцию к снижению доли текстов, посвященных игровой индустрии в общем объеме публикаций. Если в 2020 году об игровой индустрии было опубликовано 595 текстов из 1603, то в 2021 году показатель снизился до 127 текстов из 354, а в 2020 году — до 10 текстов из 42. Тенденция такова, что с 2020 года по 2022 год доля публикаций об игровой индустрии значительно снизилась: сначала с 37,12% до 35,88% в 2021 году, а затем до 23,81% в 2022 году. Предположительно, такая тенденция связана с уменьшением общей частоты публикаций в рубрике «киберспорт» телеканала «Матч ТВ». Снижение доли публикаций на одну из самых обширных тематик издания могло отразиться на количестве публикуемого ей контента.

Аналогичную, однако, более ярко выраженную тенденцию можно заметить, если сравнить долю публикаций, основанную исключительно на зарубежных источниках, от общего количества публикаций за год, получится, что в 2020 году она составляла 65,5%, в 2021 году — 43,79%, а в 2022 году — уже 21,43%. Учитывая, что изначально зарубежные инфоповоды были основой большинства публикаций «Матч ТВ» о киберспорте, можно предположить, что частота появления контента на сайте снизилась из-за того, что журналисты стали существенно реже обращаться к исключительно зарубежным инфоповодам.

Отдельно стоит отметить, что число публикаций «Матч ТВ» может увеличиваться в зависимости от актуальных тем и тенденций. Например, в 2021 году СМИ опубликовало 34 материала, так или иначе затрагивающих события крупного международного турнира «The International» по игре «DOTA 2». Причиной такого количества публикаций послужило сначала попадание российской команды «Team Spirit» в финал турнира (Российская команда Team Spirit прошла в гранд-финал The International 10, 2021), а затем и ее победа в нем (Российская команда Team Spirit выиграла The International. Она заработала 18 миллионов долларов, 2021). После победы команды на турнире, издание выпустило о событии более десятка текстов (Crystalmay — о победе Team Spirit: «Это вдохновит новые организации присмотреться к киберспорту и инвестировать в нас», 2021), чего не происходило на менее крупных турнирах.

Кроме того, на публикации издания повлияла пандемия COVID-19. Не менее 51 публикации так или иначе были связаны с этой темой. Например, из-за введенных ограничений по предотвращению распространения коронавируса, спортивные турниры стали переводить в киберспортивный онлайн-формат, о чем писали журналисты «Матч ТВ». Так произошло с велогонкой «Тур де Франс», которую в 2020 году перенесли в игру «Zwift» (Велогонка «Тур де Франс» пройдет в онлайн-игре, 2020). Это говорит о том, что пандемия в некоторой степени расширила спектр тем, о которых могут писать киберспортивные журналисты. Так, в публикации от 18 апреля 2020 года журналисты сообщают о том, что киберспортсмен-победитель чемпионата «Race

For The World» собрал более 70 тысяч долларов на борьбу с коронавирусом (Леклер стал чемпионом виртуальной гоночной серии и собрал больше 70 тысяч долларов на борьбу с коронавирусом, 2020).

Таким образом, у анализируемых материалов можно выделить основные тематические направленности. Так, тему «турниры» так или иначе затрагивает 41,07% всех проанализированных материалов. Игровой индустрии посвящен в общей сложности 36,72% текстов, опубликованных в исследуемый период. Издание ориентируется на повестку, а потому количество публикаций тех или иных тем может изменяться в зависимости от определенных событий или тенденций. Стоит отметить и то, что большая часть проанализированных текстов основана на зарубежных инфоповодах. Использование тех или иных инфоповодов также зависит от темы. Например, текстам об игровой индустрии зарубежная повестка более свойственна, чем текстам о киберспортивных турнирах.

2.3.3. Жанры

В теоретической части настоящей работы приводились выводы исследователей, утверждавших, что спортивная журналистика по сути своей событийна, а потому в ней преобладают информационные жанры. Тезис оказался актуальным и для текущего исследования, поскольку из 1999 проанализированных материалов 1715 оказались заметками. Вторым по частоте использования оказался жанр интервью — 63 материала, а третьим — обзорное. В жанре обзора было выполнено 47 публикаций. Остальные жанры представлены оставшимися 174 публикациями.

Жанры публикаций

Всего: 1999 текстов

Другие

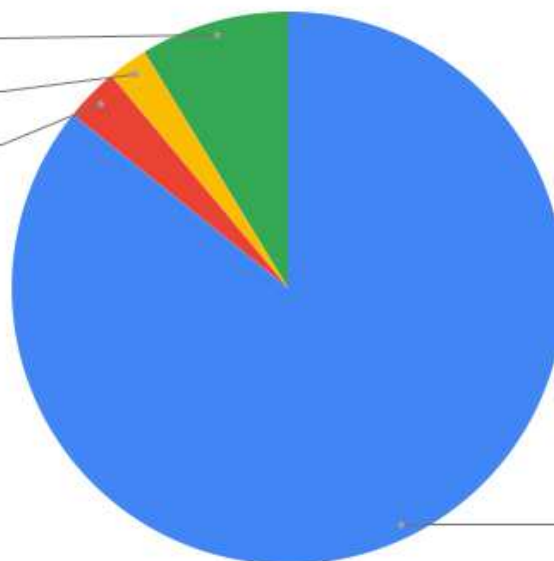
8,7%

Обозрение

2,4%

Интервью

3,2%



Заметка

85,8%

Рисунок 15 — Жанровая структура публикаций «Матч ТВ»

Примером заметки может выступить публикация от 17 ноября 2021 года (Иван Москаленко присоединился к клубу Virtus.Pro по DOTA 2, 2021). Цель этого текста — сообщить аудитории о переходе киберспортсмена Ивана Москаленко в киберспортивную команду «Virtus.Pro». Кроме того, большинство текстов, упоминавшихся в практической главе исследования, принадлежали к этому жанру.

Заметки так или иначе затрагивали абсолютно все тематические категории, встреченные в журналистских материалах исследуемого периода. Исключение составляли отдельные темы или их сочетания. Так, ни одна заметка не была посвящена исключительно спортсменам, однако эта тема затрагивалась, например, в сочетании тематических групп «спортсмены» и «турниры». В частности, такая ситуация встречается в публикации от 27 мая 2020 года, где издание сообщает, что звезды российского спорта будут выступать на киберспортивном турнире (Нагорный, Шубенков, Репилов и другие звезды российского спорта выступят на киберспортивном турнире, 2020). Аналогичная ситуация наблюдается с материалами, посвященными одновременно теме

«киберспорт» и «спорт». Любые другие отдельно взятые темы или их сочетания не менее одного раза были представлены заметками.

Большинство заметок, 1043 текста, основаны на зарубежных инфоповодах. Еще 459 публикаций строились на основе зарубежных инфоповодов, и еще 213 материалов — на основе одновременно зарубежных и российских информационных поводов.

Соотношение количества заметок по инфоповодам

Всего: 1715 текстов

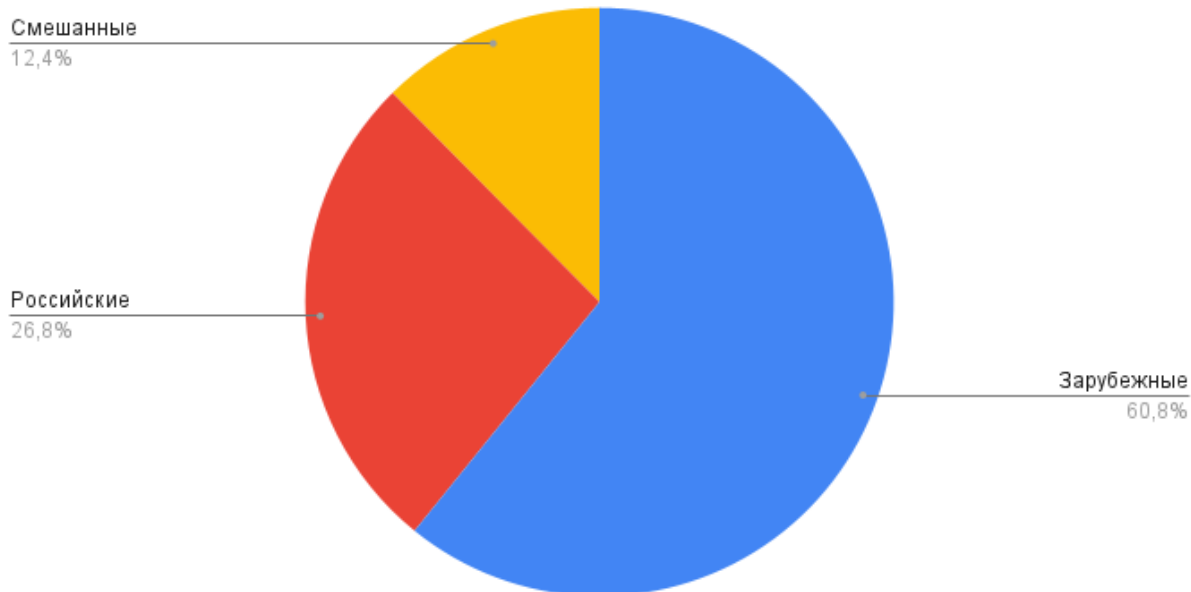


Рисунок 16 — Тематическая структура заметок

Поскольку большинство проанализированных материалов представлены именно заметками, их тематическое разнообразие во многом определяет общую тематическую картину. Соотношение заметок по инфоповодам почти полностью соответствует статистике по всем материалам. Однако стоит отметить, что доля материалов, основанных на российских инфоповодах, здесь на 1,2% ниже, чем в глобальной статистике. Это означает, что преимущественно российские инфоповоды были представлены другими жанровыми формами.

Интервью в материалах «Матч ТВ» можно проиллюстрировать текстом от 19 июля 2020 года («Разработчикам указывают на проблемы, а они только рисуют новые косметические предметы»). Интервью с бывшим про-игроком в Quake Champions, 2020). В нем журналист интервьюирует Николая Майорова, бывшего профессионального игрока в видеоигру «Quake Champions». Большинство интервью построены таким же образом, как упомянутый материал. Лид текста поясняет, с кем будет интервью, а также почему оно состоялось. Далее следует разговор в вопросно-ответной форме: указаны слова как интервьюера, так и его гостя. Иногда текст разбавляется изображениями или другими вставками.

Исключением служит материал от 15 апреля 2020 года, в котором интервью представлено повествованием «от первого лица» (Лигу Чемпионов все же доиграют. Благодаря Кубку Матч ТВ по киберфутболу, 2020). То есть реплики журналиста в нем не присутствуют, а речь героя представлена в виде рассказа-монолога героя материала. В представленном случае монолог ведет шеф-продюсер «Матч ТВ» Сергей Акулинин.

Самые популярные темы для интервью — это «игровая индустрия» и «киберспортсмены» — к обеим тематическим группам было отнесено по 14 материалов в этом жанре. Тройку самых популярных тем для интервью замыкают турниры — 13 публикаций.

Распределение интервью по темам

Всего: 63 текста

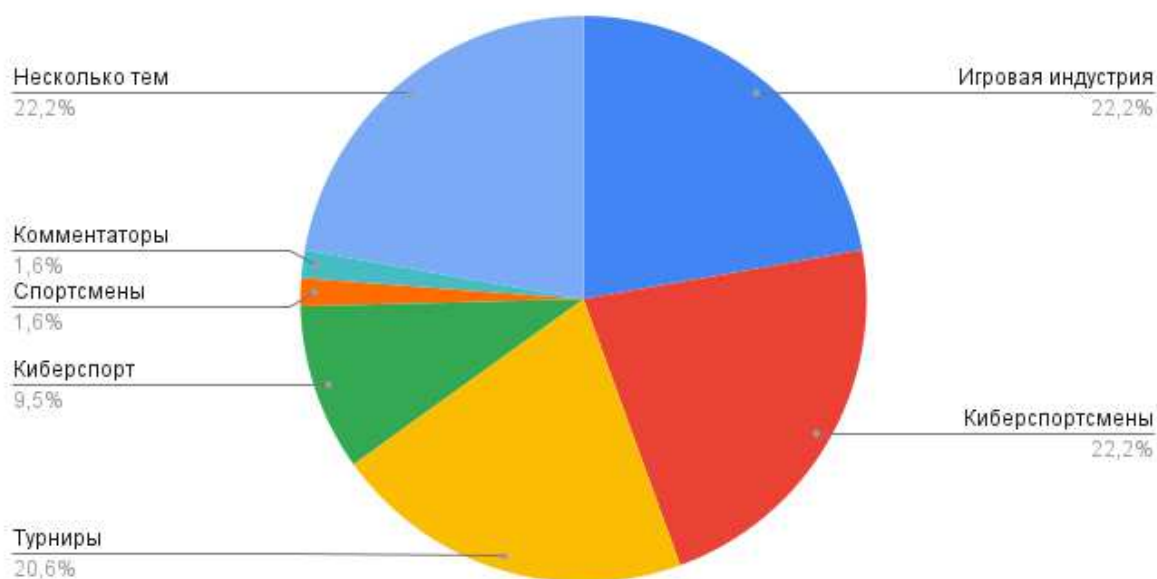


Рисунок 17 — Тематическое разнообразие интервью

Важно отметить, что 57 из 63 интервью были основаны на российских инфоповодах. Такой показатель может объясняться удобством при поиске героев из России и работе с ними. Такой выбор героя ограничивает потенциальный список тем, которые могут обсуждать на интервью. Это может быть связано, например с личным опытом героя, либо его экспертностью, не подходящей для обсуждения зарубежных явлений.

Так, в тексте от 22 апреля 2020 года «Матч ТВ» проводит интервью с собственным сотрудником, являющимся участником событий на турнире «Кубок Матч ТВ» («Может, мы теперь чаще будем смотреть киберфутбол». 5 вопросов комментатору Кубка Матч ТВ, 2020). Предметом обсуждения в этом материале являются события и их участники исключительно в российском дискурсе. В то же время в публикации от 10 сентября 2020 года журналисты общаются с зарубежным профессиональным баскетболистом Тони Паркером («В детстве постоянно рубился с младшими братьями в видеоигры». «Матч ТВ» поговорил с легендой НБА Тони Паркером, 2020). Этот материал был отнесен к

текстам, основанным на зарубежных инфоповодах, поскольку и его герой, и предмет для обсуждения не связаны с российским дискурсом.

Обозрения же, в отличие от интервью, представлены, в основном, при помощи зарубежных инфоповодов. На зарубежных информационных поводах основано 43 материала, на российских — 2 материала, а на смешанных — еще 2 материала.

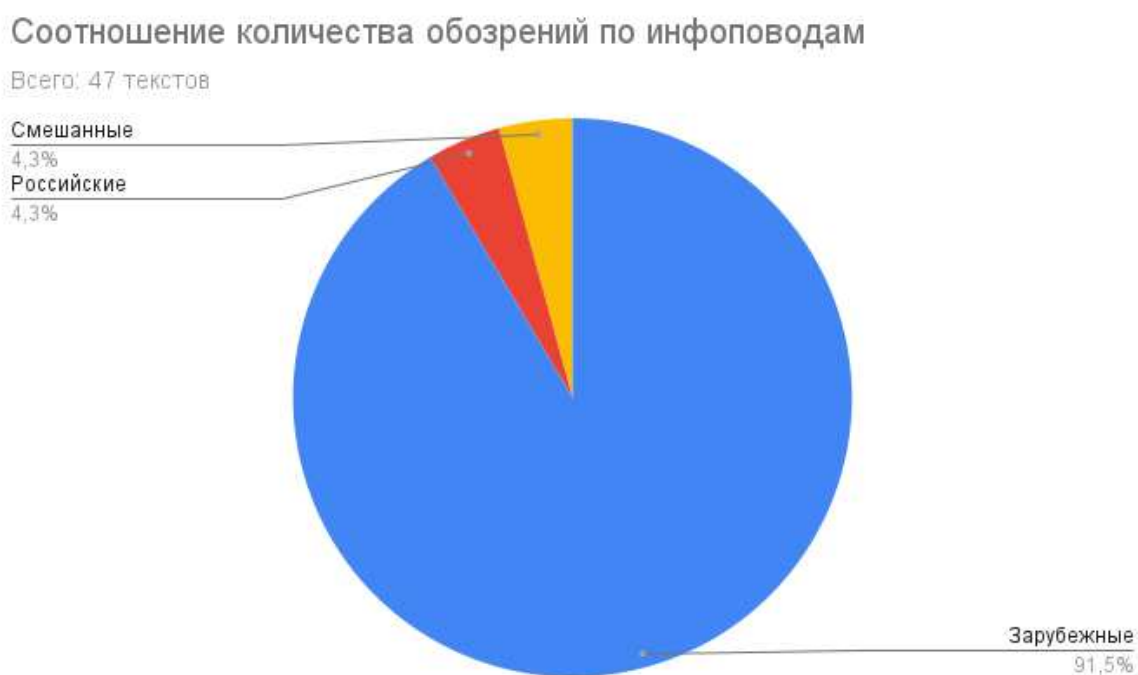


Рисунок 18 — Тематическая структура обзоров

Значительное преобладание зарубежных инфоповодов в обзорах «Матч ТВ» может объясняться тем, что они посвящены, в большинстве своем, игровой индустрии. Так, 36 обзоров из 47 написаны либо непосредственно об игровой индустрии, либо об игровой индустрии и спортсменах. Как уже упоминалось в текущем исследовании, теме игровой индустрии свойственна направленность на зарубежный информационный дискурс. Еще 5 текстов написаны о киберспортивных турнирах, тема которых также тяготеет к зарубежным инфоповодам.

Примером обзора на тему игровой индустрии может быть текст от 18 июня 2020 года. В нем журналист сделал так называемую подборку видеоигр, которые можно проходить в кооперативе (Одному хорошо, а с друзьями веселее. Подборка кооперативных игр, 2020). К каждой игре прилагается небольшой текст, где описываются главные особенности продукта. Здесь автор кратко передает свой личный опыт, обосновывая выбор игр в подборку.

Жанры, не вошедшие в тройку самых употребляемых, включают в себя:

- беседу — 1 публикация;
- видеосюжет — 1 публикация;
- житейскую историю — 1 публикация;
- зарисовку — 1 публикация;
- некролог — 9 публикаций;
- очерк — 1 публикация;
- прогноз — 9 публикаций;
- рейтинг — 39 публикаций;
- репортаж — 1 публикация;
- рецензию — 25 публикаций;
- сатирический комментарий — 2 публикации;
- статью — 1 публикация;
- а также 17 рекламных материалов. Их было решено отнести в отдельную жанровую форму, поскольку такие публикации не являются журналистскими, а значит и не поддаются классификации согласно жанрам журналистики.

Рейтинги, как правило, похожи на приведенный выше пример обзора, однако не содержат аналитического начала. Так, в тексте от 3 января 2021 года «Матч ТВ» представляет подборку видеоигр, сделанных российскими студиями (Разработчики «Героев», «Корсаров» и «Мора». Подборка российских игровых студий, 2021). Структура материала напоминает упомянутое ранее обозрение, но описания игр ограничиваются лишь фактическим перечислением их истории или

кратким описанием. Авторы рейтингов не выявляют тенденции и не объясняют явления, а скорее ограничиваются информированием о том, что уже существует.

Стоит отметить также и жанр прогноза, поскольку в некоторых материалах «Матч ТВ» четко просматриваются механизмы взаимодействия инструментов игровой и спортивной журналистики. Так, в публикации от 27 октября 2021 года журналисты прогнозируют ситуацию на спортивной арене через видеоигру «NHL 22» (Овечкин продолжит бить рекорды, а «Каролина» со Свечниковым выиграет Кубок Стэнли. Заглядываем в будущее через видеоигру NHL 22, 2021). Стоит, однако, отметить, что такие материалы хоть и содержат признаки аналитического жанра, по сути своей, скорее направлены на развлечение аудитории, чем на объективную аналитику.

Среди анализируемых текстов встречались и представленные в телевизионных жанрах. В частности, выпуск от 2 февраля 2022 года представлен жанром беседы («Есть тема!». Выпуск от 02.02.2022, 2022), публикация от 15 апреля 2020 года — жанром видеосюжета («Все на Матч!»: как будет проходить кубок «Матч ТВ» по киберфутболу, 2020), текст от 1 апреля 2020 года — репортажем «Все на Матч!»: впечатления участников и комментаторов киберфутбольного «Кубка Матч ТВ» от финальных матчей, 2020), а материал от 2 мая 2020 года — зарисовкой («Все на футбол! Наши парни». Дзюбия теперь чемпион и в киберфутболе. Итоги турнира «Наши парни» с участием Дзюбы, Соболева и T-Killah, 2020).

Жанр публикации от 13 апреля 2020 года не удалось определить, поскольку она представлена в форме видеоролика, который недоступен к просмотру на момент проведения исследования (Кибердерби «Спартак» — ЦСКА. Прямая трансляция, 2020).

Таким образом, наиболее используемым в издании жанром оказалась заметка. Именно этот жанр во многом определяет тематическую картину «Матч ТВ». Вторым самым используемым жанром оказалось интервью, а третьим — обозрение. Если большинство заметок и обозрений ссылаются на зарубежную повестку, то интервью, как правило, основаны на российских инфоповодах. Для

каждого жанра свойственны определенные темы. Например, большая часть обзоров посвящена игровой индустрии. Помимо упомянутых жанровых форм журналистики, тексты были также представлены беседой, видеосюжетом, житейской историей, зарисовкой, некрологами, очерком, прогнозами, рейтингами, репортажем, рецензиями, сатирическими комментариями и статьей.

2.3.4. Формы

В исследуемых публикациях были обнаружены такие формы, как:

- текст — 1972 публикации;
- изображение — 1389 публикаций;
- видео — 521 публикация;
- гиперссылка — 1900 публикаций;
- интеграция — 505 публикаций;
- список — 482 публикации;
- подзаголовок — 411 публикаций;
- гиф-анимация — 16 публикаций;
- цитата — 570 публикаций.

Суммарное число публикаций превышает количество проанализированных материалов, поскольку выше указано число материалов, где встречаются обозначенные формы. Такие результаты означают, что издание зачастую комбинирует различные формы.

Самой распространенной формой оказался «текст» — он присутствовал в 1972 проанализированном материале. Под «текстом» понималась любая текстовая информация без особого форматирования. При этом заголовок материала не учитывался как часть текста, поскольку заголовки присутствовали во всех материалах, и такой параметр анализа не имел бы смысла. За анализируемый период в «Матч ТВ» появилось 12 собственно «текстовых» материалов. Такую форму иллюстрирует публикация от 13 июля 2021 года

(Simreal Cup выходит на вторую отборочную стадию, 2021). В ней журналисты сообщают о ходе российского киберспортивного турнира «Porsche Russia Simreal Cup».

В исследуемых материалах изображения могли встречаться как в обложках, так и между текстовыми блоками. Первый случай иллюстрирует текст от 19 января 2022 года, в котором журналисты сообщают о начале киберспортивного чемпионата России по интерактивному футболу (Стартует чемпионат России по интерактивному футболу-2022, 2022). В то же время, в уже упомянутом ранее интервью от 19 июля 2020 года («Разработчикам указывают на проблемы, а они только рисуют новые косметические предметы». Интервью с бывшим про-игроком в Quake Champions, 2020) изображения делят текст на части.

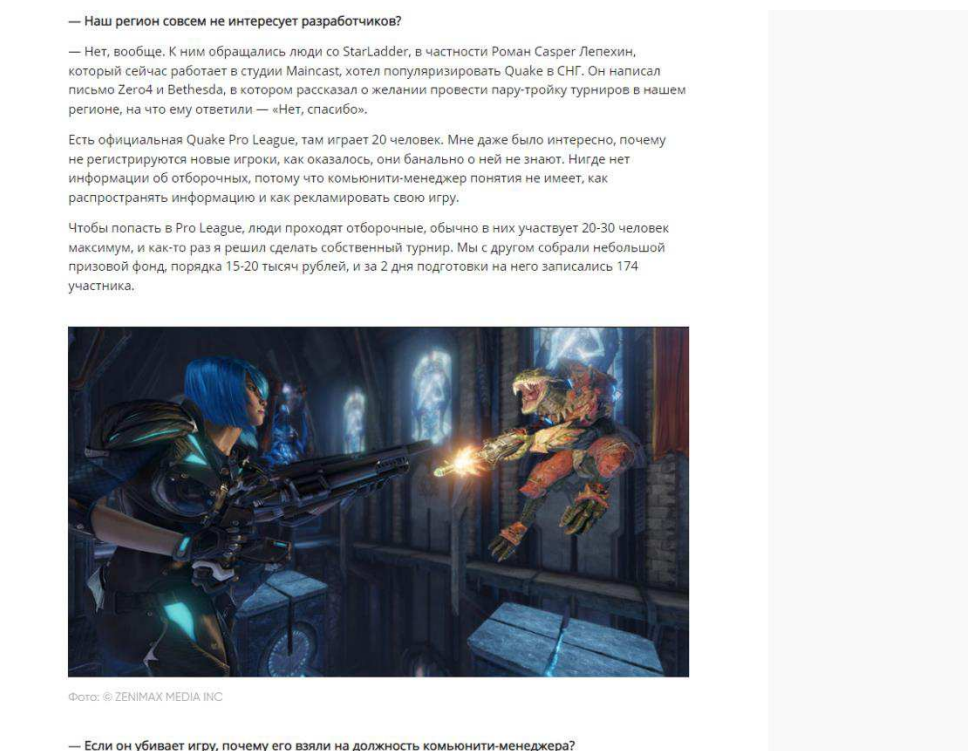


Рисунок 19 — Пример использования изображений

Видеоконтент представлен на «Матч ТВ» в двух формах: собственно видео и видео-интеграция. Видео, загруженные прямо на сайт издания, всегда сделаны журналистами «Матч ТВ» и могут представлять собой, например полноценный

телевизионный выпуск, как в случае с упомянутой ранее публикацией от 2 февраля 2022 года («Есть тема!». Выпуск от 02.02.2022, 2022). В некоторых же публикациях встречаются видео-интеграции, которые представляют собой встроенные в сайт видео из YouTube. Это уже заимствованные ролики, которые могут быть, например, контентом о киберспортивной организации, как в случае с заметкой от 1 декабря 2021 года (Де Хеа основал киберспортивную организацию, 2021).

Гиперссылки могут встречаться в форме дополнения к основной публикации. В таких случаях раздел с гиперссылками выделяют в блок «Читайте также». Например, его используют в тексте от 5 февраля 2021 года о прекращении существования киберспортивного клуба «North» (Киберспортивный клуб North, созданный под патронажем «Копенгагена», прекратил свое существование, 2021). Такие ссылки ведут на другие материалы издания, позволяя читателю переходить от одной интересующей его публикации к другой на схожую тематику. Кроме того, гиперссылки используют и в тексте, например, для того, чтобы аудитория могла узнать последние о киберспортивной организации. Например, из гиперссылки «Virtus.Pro» в публикации от 30 марта 2020 года пользователь может перейти на сайт «sportbox.ru» и увидеть публикации об этой киберспортивной команде (Virtus.Pro примет участие в серии турниров Hometown по CS:GO, 2020).

Студия комментирования и аналитики RuHub объявила о начале партнерства с серией турниров #HomeSweetHome по CS: GO. Студия будет освещать соревнования на русскоязычных трансляциях.

В первом турнире серии выступят 16 команд, из них известны пять: [Virtus.pro](#), BIG, GODSENT, North и forZe.

Первый из восьми чемпионатов начнется 7 апреля. 16 команд разыграют призовой фонд в 40 тысяч долларов (30 тысяч — победителю, 10 — серебряному призеру). После завершения серии будет проведен специальный финал с победителями всех чемпионатов.

ЧИТАЙТЕ ТАКЖЕ:

- [Коронавирус поставил спорт на паузу, а киберспорт отправил в онлайн. Что происходит в индустрии профессионального гейминга](#)

Рисунок 20 — Пример использования гиперссылок

Интеграции могут быть представлены как видео-интеграциями, примеры которых были обозначены ранее, так и встроенными в сайт публикациями из соцсети, запрещенной на территории Российской Федерации с 2022 года. Например, такой пост есть в публикации от 18 сентября 2021 года о рейтингах спортсменов видеоигре «FIFA 22» (Опубликованы рейтинги игроков «Локомотива», «Спартака» и ЦСКА в FIFA 22, 2021). В случае с видео-интеграциями, форма относилась и к списку интеграций, и к списку видео.

Форма списка обычно представлен маркированным или нумерованным списком и используется изданием как способ перечисления чего-либо. Например, в тексте от 27 мая 2020 года о показе турнира «Blast» маркированный список используется для перечисления участников соревнований (Winstrike и Maincast покажут первый турнир Blast по DOTA 2, 2020). Однако в эту категорию также попадали перечисления, не обозначенные маркерами. Например, в публикации от 4 мая 2022 года о финалистах чемпионата России по киберспорту имена участников расположены друг под другом и поделены на несколько групп, что позволяет определить группы имен как списки (Определились все финалисты Чемпионата России по киберспорту, 2022).

УЧАСТНИКИ ТУРНИРА:

- OG Esports (двукратный чемпион мира);
- Nigma (4 победителя The International и двукратный финалист — в одном составе);
- Team Liquid (тэг, побеждавший на TI7);
- Team Secret (сильнейшая команда региона в этом сезоне);
- Alliance (легендарный тэг, выигравший The International 3);
- Ninjas in Pyjamas (новый амбициозный состав с российским капитаном SoNNeikO).

Рисунок 21 — Пример использования списков

Подзаголовки представляют собой выделенный жирным шрифтом, либо увеличенный в размере текстовый элемент, определяющий дальнейшее содержание публикации. Зачастую подзаголовки используются вместе со списками. Например, в приведенной ранее публикации от 4 мая 2022 года подзаголовки обозначают киберспортивную дисциплину, после чего используются списки ее участников. Существуют также примеры самостоятельного использования подзаголовков. Так, в публикации от 6 декабря 2020 года автор использует подзаголовки, для обозначения видеоигр, о которых будет идти речь (Убийца богов, сын Аида и битвы с титанами. Игры, созданные на основе мифов, 2020).

HADES

Загрей — сын Аида, древнегреческого бога смерти, должен выбраться из загробного мира и попасть на вершину горы Олимп. В этом ему помогают боги Олимпа, награждая Загрея особыми умениями за успешное выполнение задания. Например, Зевс даст герою способность использовать молнии.



Локации в Hades генерируются случайным образом, а если ваш персонаж умрет, то потеряет все, что успел собрать. Зато после возрождения Загрея можно прокачать и получить новое оружие. Разработчики отлично поработали с концепцией, создав по-настоящему атмосферное приключение.

HERC'S ADVENTURES

На Playstation One были две игры про Геркулеса. Первая основана на полнометражном мультфильме «Дисней», а вот вторая опирается только на мифологию и выполнена в комедийном стиле.

Рисунок 22 — Пример использования подзаголовков

Гиф-анимации оказались наименее используемой формой в публикациях «Матч ТВ». Журналисты использовали такую форму для того, чтобы подчеркнуть яркий момент какого-либо события или проиллюстрировать то, о чем говорит автор в тексте. Примером первого случая можно назвать публикацию от 22 апреля 2020 года (Определились четвертьфинальные пары лиги чемпионов на кубке «Матч ТВ», 2020). В ней гиф-анимация демонстрирует момент с прямой трансляции турнира «Кубок Матч ТВ». При этом момент не связан напрямую с тем, о чем говорится в публикации. В то же время, в публикации от 10 ноября 2020 года гиф-анимация встроена в повествование и дополняет его (Все любят викингов. О чем новая игра Assassin's Creed Valhalla, 2020). В приведенном тексте форма иллюстрирует игровой процесс: боевую систему и способы путешествия в «Assassin's Creed Valhalla».

Цитата представляет собой прямую речь какого-либо участника события, которая оформлена специфическим образом. Обычно журналисты используют

для этого особую форму, где цитата вынесена отдельным абзацем, обозначена цветом и вертикальной жирной линией слева. Например, такая цитата используется в уже приведенной ранее публикации от 27 мая 2020 года о показе турнира «Blast» (Winstrike и Maincast покажут первый турнир Blast по DOTA 2, 2020).

Трансляцию чемпионата на русском языке организует студия Maincast, с которой Winstrike **ранее заключил соглашение** на показ всех турниров серии BLAST Premier по CS: GO.

«Каждая команда с 3-й по 6-й позицию начнет свое выступление со стартовой суммой в \$15 000. Для команд с 1-м и 2-м рангом она составит \$20 000. Победившая команда забирает 40% от текущего выигрыша соперника. Кроме того, участники смогут заработать дополнительно до \$45 000, если выполнят во время матчей особые челленджи, которые будут выбраны зрительским голосованием. Его результаты будут объявлены 1 июня. Каждый, кто примет участие в голосовании, получить уникальную возможность увековечить свое имя в Dota 2 — организаторы планируют назвать эти челленджи в честь зрителей», — говорится **в релизе**.

Рисунок 23 — Пример оформления цитат

Другой вариант оформления цитат встречается реже и представляет собой фрагмент текста без специфического форматирования, однако выделенный в отдельный абзац и отделенный знаком «—». Такая форма встречается в интервью — это можно проследить по уже приведенным ранее примерам жанра («Разработчикам указывают на проблемы, а они только рисуют новые косметические предметы»). Интервью с бывшим про-игроком в Quake Champions, 2020), либо в заметках. Например, в тексте от 7 апреля 2022 года («Всё хорошо, на мейджоре будем выступать под тегом Gambit» — AX1LE, 2020).

Наиболее частым сочетанием форм оказалась комбинация из текста, изображения и гиперссылки — 447 публикаций. Среди них были выявлены 437 заметок, 6 некрологов, 2 рекламных текста, 1 рецензия и 1 корреспонденция. Таким образом, форма текста, изображения и гиперссылок стал самым частым для заметок. Среди заметок реже встречается сочетание только текста и гиперссылки — 255 текстов, а также текста, изображения, гиперссылки и цитаты

— 190 текстов. Учитывая вариативность форм, используемых изданием, стоит отметить, что заметкам зачастую свойственно использование ограниченного числа форм. Это может объясняться необходимостью лаконично и четко донести информацию до аудитории.

Увеличение количества использованных в материале форм может быть признаком «усложнения» жанра текста. Так, за исследуемый период издание опубликовало только 4 текста, где встречались бы сразу все упомянутые формы. Из них 2 текста были определены как обзоры, 1 текст — как прогноз и еще 1 текст — как корреспонденция. Если взять тексты, где встречаются те же формы, за исключением gif-анимации и подзаголовка, окажется, что из 14 таких текстов только 1 является заметкой. Другие тексты представлены более сложными жанрами: интервью, рецензиями, корреспонденциями и комментариями.

Важно отметить, что используемые изданием формы становятся менее разнообразными. Если в 2020 году «Матч ТВ» использовал 63 различных сочетания форм, то за неполный 2022 год таких сочетаний было 7.



Рисунок 24 — Динамика количества сочетаний форм

Таким образом, наиболее используемой формой оказался текст. Несколько реже использовались изображения, гиперссылки, цитаты и другие формы. Исследование показало, что количество используемых в тексте форм может быть признаком для определения его жанра. Так, самые короткие сочетания жанров, например, сочетание текста и гиперссылки, свойственны, в основном, заметкам. В то же время тексты, где представлены все формы, используемые изданием, относятся к жанрам обозрения, корреспонденции и прогноза. Исследование динамики также показало, что разнообразие используемых форм снижается со временем.

2.3.5. Герои

Основной способ репрезентации героев в анализируемых материалах — использование в тексте цитат. Так, в тексте от 24 ноября 2020 года издание приводит слова спортсмена Златана Ибрагимовича, делая его героем публикации (Златан Ибрагимович: «Кто разрешил EA Sports использовать мое имя и внешность в FIFA?», 2020). Непосредственное общение с человеком — необязательное условие для обозначения его как героя. В приведенной публикации слова спортсмена приведены из его публикации в социальных сетях.

Условно героев публикаций можно разделить на два типа: создающих инфоповод и дополняющих его. Примером первого типа служит уже упомянутая ранее публикация о Златане Ибрагимовиче — его высказывание в сети стало поводом для появления заметки. В то же время в тексте от 23 мая 2020 года (Алонсо выиграл виртуальную гонку «Инди-500», 2022) высказывание героя только дополняет информационный повод. В приведенной публикации героем выступает испанский пилот Фернандо Алонсо, который высказался в соцсетях по поводу собственной победы в виртуальной гонке. Слова журналисты в этом посте журналисты использовали, чтобы персонализировать материал.

Испанский пилот **Фернандо Алонсо** стал победителем виртуальной гонки «Инди 500» The Race All-Star Series.

Второе место занял португалец Тьягу Монтейру, третьим стал бразилец Хелио Кастроневеш.

— Провел отличное время, одержав первую победу в киберспорте. Надеюсь, что всем понравилось так же, как и нам за рулем! — написал Алонсо в Twitter.

Напомним, что из-за пандемии коронавируса гонка «500 миль Индианаполиса» перенесена на 23 августа.

Рисунок 25 — пример цитирования героя материала

Кроме того, материалы можно разделить по количеству героев. Так, в представленных ранее материалах героем выступал один человек. В то же время в тексте от 18 октября 2021 года героями выступают два человека: Мари и Эля (Девушки Yatoro и Collapse рассказали, как поддерживали Team Spirit на The International 10, 2021). Издание приводит слова девушек по поводу победы их парней из киберспортивной команды «Team Spirit» на турнире «The International».

В большинстве материалов присутствие героя ограничивается использованием от 1 до 3 его цитат или использований фотографий, где он запечатлен. Исключение составляют интервью, где приводится ряд высказываний героя, и которые, порой, направлены на его раскрытие как личности. Примером такого интервью является публикация от 2 октября 2020 года (Экс-игрок Virtus.Pro RAMZES666 — о своем будущем в киберспорте: «Пока без комментариев», 2020). Журналист задает киберспортсмену вопросы о карьере, физическом состоянии и мнении по поводу различных ситуаций.

В приведенных ранее примерах герои выступали как очевидцы или участники каких-либо событий, либо являлись представителями киберспортивной индустрии. Важно отметить, что иногда героями публикаций могут выступать и представители экспертных сообществ, высказывающихся на тему киберспорта. Например, в публикации от 24 ноября 2020 года экспертом выступает специалист по когнитивной психологии МГУ Ольга Морозова

(Ночной «загул» Кокорина в Counter-Strike — тревожный звонок. Есть ли у форварда «Спартака» зависимость от видеоигр?, 2020).

Таким образом, герои публикаций «Матч ТВ» представлены, в основном, при помощи цитирования. Ими могут быть как эксперты из определенных сфер, так и очевидцы событий или значимые для киберспортивного дискурса личности. Публикации издания отличаются по количеству в нем героев: от одного до нескольких человек, или отсутствие героев вовсе. В большинстве случаев герои материалов издания представлены одной или несколькими цитатами, однако есть и тексты с рядом реплик и изображений. Кроме того, герои публикаций могут выполнять функции как условного «дополнения» материала, например, когда персонаж комментирует какое-либо событие, а могут являться причиной создания текста, как в случае, когда высказыванию человека посвящают журналистский продукт.

2.3.6. Авторы

С 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года «Матч ТВ» опубликовал 245 текстов с указанным авторством. Из них 230 были опубликованы одним автором, а у остальных в авторстве указаны сразу несколько человек. Больше всего текстов значится под авторством Реваза Куртанидзе — 118 текстов, а также Георгия Габриадзе — 88 текстов. Количество опубликованных другими авторами текстов составляет менее 10.

Количество текстов с указанным авторством

Всего: 245 текстов

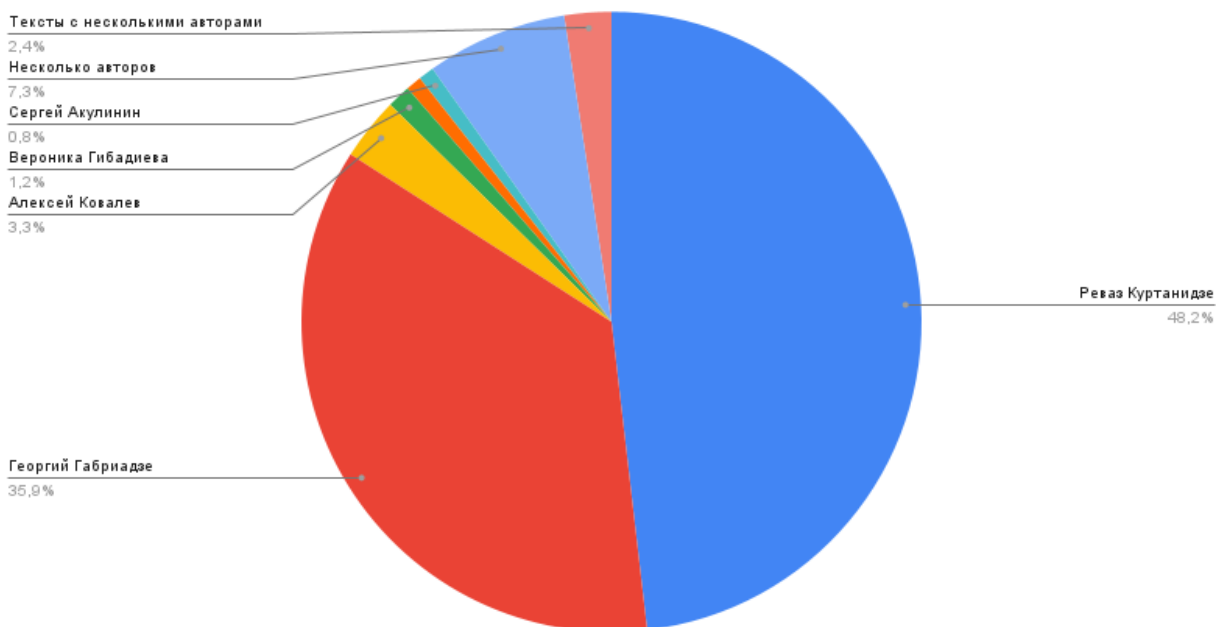


Рисунок 26 — Тексты с указанным авторством

Среди текстов, написанных несколькими авторами, встречаются следующие составы:

- Алексей Ковалев и Павел Лысенков — 1 публикация;
- Алексей Ковалев и Реваз Куртанидзе — 3 публикации;
- Михаил Кузнецов и Реваз Куртанидзе — 1 публикация;
- Дмитрий Шнякин и Реваз Куртанидзе — 1 публикация.

Таким образом, Реваз Куртанидзе участвовал в создании 123 публикаций из 245 авторских материала о киберспорте. К наиболее часто используемым им жанрам относятся обзорение — 26 публикаций, интервью — 25 публикаций, а также рейтинг — 16 публикаций.

«Матч ТВ» обозначает Реваса Куртанидзе как своего обозревателя Авторы, 2022). Вероятно, автор специализируется на жанре обзорения, что подтверждается приведенной ранее статистикой. Обзорения — наиболее используемый журналистом жанр.

**КУРТАНИДЗЕ РЕВАЗ**

Обозреватель



348 публикаций

Рисунок 27 — Позиционирование Реваза Куртанидзе на «Матч ТВ»

На сайте телеканала опубликовано 348 текстов под авторством Куртанидзе — последний был опубликован 1 ноября 2021 года. Все тексты, помеченные авторством только этого журналиста, посвящены киберспортивной или игровой тематике.

В исследуемых материалах встречались примеры текстов, в авторском составе которых было несколько человек, включая Реваза Куртанидзе. Так, интервью от 30 ноября 2020 года журналист публикует в соавторстве с Алексеем Ковалевым (Дмитрий Сенников: «Если всем футболистам придется заплатить за появление в видеоиграх, никаких денег не хватит», 2020). Алексей Ковалев — корреспондент «Матч ТВ» с более чем 3000 публикаций. В отличие от Реваза Куртанидзе, журналист специализируется не на киберспортивной тематике, а на футболе: этой темой помечено большинство последних его текстов. Упомянутый ранее материал находится на пересечении профессиональных сфер обоих журналистов. С одной стороны, героем текста является футболист Дмитрий Сенников, что соответствует профессиональным интересам Алексея Ковалева, а с другой в материале идет речь об отношении спортсмена к видеоиграм, на которых специализируется Реваз Куртанидзе. Аналогичной представляется публикация от 30 ноября 2020 года (Роман Павлюченко: «Зная, что Бекхэму заплатили 40 миллионов, я попрошу 39 за использование своего образа в FIFA», 2020). Оба журналиста снова указаны как авторы текста, а его содержание

соответствует их профессиональным интересам. Так, героем публикации является футболист Роман Павлюченко, который высказывается о своем образе в видеоигре «FIFA».

В другом авторском кооперативе, состоящем из Реваза Куртанидзе и Михаила Кузнецова также заметно пересечение полей профессиональных интересов. Михаил Кузнецов — обозреватель «Матч ТВ» с более чем 2000 публикаций. Его тексты посвящены различными видам спорта: футболу, теннису, биатлону и другим. В контексте киберспортивной журналистики Кузнецов демонстрирует себя только в интервью от 26 апреля 2021 года (Ян Непомнящий: «Были случаи, когда увлечение киберспортом приводило к плохим результатам на важных шахматных турнирах», 2021). Героем публикации выступил шахматист Ян Непомнящий, который мог стать предметом профессионального интереса Михаила Кузнецова, а тема разговора — связь шахмат и киберспорта, последний из которых относится к специализации Реваза Куртанидзе.

Можно предположить, что наличие нескольких авторов у материала может говорить о его тематическом разнообразии. Кроме того, следует предположить, что за авторами «Матч ТВ» закреплена определенная тематическая категория, на которой он специализируется, и о которой создает тексты. Так, упомянутые ранее журналисты Михаил Кузнецов и Алексей Ковалев не специализируются на киберспортивной журналистике, из-за чего доля написанных ими авторских материалов в общем количестве таких текстов не превышает и 10%.

За анализируемый период в качестве авторов указывались 25 различных авторов. Из них только двое, Реваз Куртанидзе и Георгий Габриадзе, специализировались на киберспортивной журналистике. Причем ими написано 84,1% всех встреченных в рамках исследования авторских материалов. Оставшаяся часть текстов написана журналистами, специализирующимися на других видах спорта, однако чьи профессиональные интересы пересеклись с киберспортивной или игровой индустрией. Например, Александра Шубина, специализирующаяся на текстах об авто- и мотоспорте, стала автором 8

материалов в рубрике «Киберспорт». Все они опубликованы в период с 6 апреля по 29 мая 2020 года — во время ограничений, связанных с пандемией COVID-19, и переносов спортивных турниров в онлайн-формат.

Так, в тексте Александры Шубиной от 6 апреля 2020 года (Чемпионство Ферстаппена и победа Леклера. Виртуальные гонки набирают обороты, 2020) собраны результаты, как выражается автор, «большого виртуального гоночного уик-энда». Аналогичные тексты выходили практически еженедельно: 6 апреля, 13 апреля, 17 апреля, 27 апреля, 4 мая, 11 мая и 29 мая. Ранее в текущей работе уже затрагивалась тема пандемии, а также переноса турниров в онлайн-формат. Тогда исследование показало, что ограничения при проведении спортивных мероприятия позволили киберспортивной журналистике расширить свой спектр тем, что также видно и на приведенном примере.

Также в пример можно привести текст Антона Соломина от 14 апреля 2020 года («Сейчас только с братом и играем – остальные давно женаты». Дмитрий Кулагин – о кибербаскетболе и турнире «ФОНБЕТ»), 2020). В нем журналист интервьюирует спортсмена Дмитрия Кулагина, который стал участником киберспортивного турнира по баскетболу. Это турнир от Российской Федерации Баскетбола, которая провела виртуальный турнир «ФОНБЕТ Кибербаскет» среди баскетболистов на фоне ограничений по проведению мероприятий. Антон Соломин — корреспондент «Матч ТВ», пишущий на тему баскетбола. Судя по всему, он стал автором текста в рубрике «Киберспорт» именно из-за изменений в сфере баскетбола и перевода соревнований по этому виду спорта в онлайн-формат.

Так, тексты авторов, не специализирующихся на киберспортивной журналистике, попадают в рубрику «Киберспорт» в тех случаях, когда их профессиональные интересы пересекаются с игровой или киберспортивной индустрией.

Следует отметить, что в самом популярном жанре издания, заметке, выполнено только 16 из 245 публикаций. Таким образом, в авторских материалах «Матч ТВ» прослеживается большое жанровое разнообразие. Авторские тексты

выполнены в таких жанрах, как: житейская история, заметка, интервью, комментарий, корреспонденция, обозрение, очерк, прогноз, рейтинг, рецензия, сатирический комментарий и статья. В остальных случаях без авторства остаются заметки, некрологи, беседа, видеосюжет и зарисовка.

Отсутствие авторства у беседы, видеосюжета и зарисовки объясняется тем, что это телевизионные жанры, а потому представлены видеозаписью. У программ может быть ведущий, например, в беседе («Есть тема!». Выпуск от 02.02.2022», 2022) им выступает Антон Анисимов, однако на сайте телеканала он не заявлен как автор. Это можно объяснить тем, что Анисимов является специальным телевизионным корреспондентом «Матч ТВ», а потому не входит в постоянный авторский состав. Кроме того, ни один материал телевизионного жанра, представленный на сайте исключительно в форме видео, не имеет автора.

Отсутствие автора у некрологов и заметок, можно объяснить политикой редакции. Соотношение заметок с автором и без них позволяет говорить, о том, что изданию свойственно не помечать авторство у материалов новостного характера. В этом смысле стоит упомянуть схожесть жанров заметки и некролога, поскольку и тот, и другой ставят цель сообщить основную информацию о каком-то событии. Ключевая разница состоит в том, что некрологи посвящены смерти какой-либо персоны. Можно предположить, что редакция не ставит принципиальных различий между некрологами и заметками, а потому авторства лишены оба жанра.

Тем не менее, у 16 заметок все-таки есть автор. Так, в публикации Реваза Куртанидзе от 6 октября 2021 года сообщается о прибытии киберспортивных команд на чемпионат по «DOTA 2» в Румынии (Киберпраздник к нам приходит. 18 команд прибыли в Румынию, чтобы разыграть 40 миллионов долларов на The International, 2021). Автор сообщает о событии, а затем дополняет его информацией о самом турнире: участниках, формате и призовом фонде. Жанровые признаки не позволили определить текст к чему-то кроме заметки. Стоит отметить, что по своему объему, а также формам: текст, гиперссылка, подзаголовок, список, интеграция и видео публикация могла бы соответствовать

более сложным журналистским жанрам. Можно предположить, что авторство указано здесь за счет проделанной журналистом работы по поиску и обработке дополнительной информации и структурированию текста. Аналогичная ситуация прослеживается и в других заметках с авторами.

Можно сделать вывод, что СМИ склонно обозначать авторство текстов в зависимости от их объема, содержания и использованных форм. Исследование показывает, что в большинстве случаев такие тексты представлены более сложными жанрами: обзорами, интервью и другими.

Таким образом, только в 245 текстах, опубликованных за анализируемый период, указан автор. Тексты для рубрики «Киберспорт» на сайте издания были написаны как журналистами, специализирующимися на киберспортивной журналистике, так и журналистами, чьи профессиональные интересы только частично пересекаются с киберспортивной или игровой индустрией. Издание склонно помечать авторством публикации в зависимости от объема текстов, их содержания и использованных форм. Так, большинство текстов с указанным авторством представлено обзорами, интервью и другими жанрами. Встречаются также жанры, которые не помечаются авторством. Большую часть из них составляют заметки и некрологи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках настоящего исследования, с целью определения специфики освещения киберспортивной тематики в дискурсе спортивной журналистики, был проведен анализ текстов, опубликованных в рубрике «Киберспорт» на сайте телеканала «Матч ТВ» с 1 января 2020 года по 28 мая 2022 года. Количество проанализированных публикаций составило 1999 текстов.

Планомерное выполнение определенных методикой этапов позволило достичь поставленных цели и задач. Так, исследование особенностей спортивной журналистики и феномена киберспорта показало, что спортивная журналистика представляет собой работу по сбору актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации и является одним из актуальных направлений в современном медиапространстве. Анализ научной литературы по теме исследования позволяет говорить о том, что сейчас внимание спортивной журналистики привлечено к относительно новому направлению в спорте — киберспорту. Одна из ключевых особенностей киберспортивной журналистики — это нахождение на пересечении двух направлений в журналистике: игровой и спортивной.

«Матч ТВ» — телеканал производящий контент на спортивную тематику, а также распространяющий его через различные каналы массовой коммуникации. Контент СМИ на сайте разделен на несколько рубрик, соответствующих виду спорта, которому он посвящен. Киберспортивный контент, сгруппирован и вынесен в отдельную рубрику «Киберспорт».

Исследование выявило тенденцию снижения частоты публикаций по изученной тематике как в целом за год, так и за отдельно взятый временной промежуток. Динамика сопровождалась регулярным уменьшением и увеличением числа публикаций в сутки, что можно связать с особенностями отбора изданием информационной повестки.

Самыми популярными темами анализируемых публикаций стали «турниры» и «игровая индустрия». Издание ориентируется на повестку, а потому

количество публикаций тех или иных тем может изменяться в зависимости от определенных событий или тенденций. Большая часть текстов основана на зарубежных инфоповодах. Использование тех или иных инфоповодов также зависит от темы.

Самым используемым в издании жанром оказалась заметка. Вторым самым используемым жанром оказалось интервью, а третьим — обзорное. Для каждого жанра свойственны определенные темы и инфоповоды: зарубежные, российские или смешанные. Помимо упомянутых жанровых форм журналистики, тексты были также представлены беседой, видеосюжетом, житейской историей, зарисовкой, некрологами, очерком, прогнозами, рейтингами, репортажем, рецензиями, сатирическими комментариями и статьей.

Наиболее встречаемой формой оказался текст. Несколько реже использовались изображения, гиперссылки, цитаты и другие формы. Анализ публикаций выявил, что количество используемых в тексте форм может быть признаком для определения его жанра. Так, самые короткие сочетания жанров, например, сочетание текста и гиперссылки, свойственны, в основном, заметкам. В то же время тексты, где представлены все формы, используемые изданием, относятся к жанрам обзора, корреспонденции и прогноза. Исследование динамики показало, что разнообразие форм в текстах снижается со временем.

Герои публикаций представлены, в основном, при помощи цитирования. Ими могут быть как представители экспертного сообщества, так и очевидцы событий или значимые для киберспортивного дискурса личности. Материалы отличаются по количеству героев: от одного до нескольких человек, или отсутствия героев вовсе. Кроме того, герои публикаций могут выполнять функции как условного «дополнения» материала, например, когда персонаж комментирует какое-либо событие, а могут являться причиной создания текста, как в случае, когда высказыванию человека посвящают журналистский продукт.

Только в 245 текстах из 1999 проанализированных, указан автор. Тексты для рубрики «Киберспорт» на сайте издания были написаны журналистами как специализирующимися на киберспортивной журналистике, так и теми, чьи

профессиональные интересы только частично пересекаются с киберспортивным дискурсом. Издание склонно пометать авторством публикации в зависимости от объема текстов, их содержания и использованных форм. Так, большинство текстов с указанным авторством представлено обзорами, интервью и другими жанрами. Встречаются также жанры, которые не помечаются авторством — большинство из них представлено заметками и некрологами.

Гипотеза, представленная в настоящем исследовании, не нашла подтверждения. Анализ динамики публикаций показал, что частота публикаций «Матч ТВ» о киберспорте существенно снизилась. Кроме того, исследование форм, используемых изданием, также показало, что их разнообразие снизилось. Такие выводы могут свидетельствовать о том, что для спортивного издания «Матч ТВ» тема киберспорта теряет свою актуальность. Тем не менее, сделать обоснованный вывод о подобной тенденции невозможно, поскольку собранные в рамках настоящего исследования данные не отражают всю содержательную картину спортивного дискурса анализируемого издания. Предположения о снижении актуальности киберспортивной журналистики в издании, а также материалы настоящей работы могут послужить базой для дальнейших исследований в этой области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алексеев, К.А. Киберспортивная журналистика в контексте новых медиа / К.А. Алексеев // Век информации. — 2018 — С. 98-106.
- 2 Алексеев, К.А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2016.
- 3 Буянова, А.В. Киберспорт: История становления, современное состояние и перспективы развития / А.В. Буянова, В. Козилина // Социально-политические науки. — 2017. — С. 77-80.
- 4 Важина, Е.А. Спортивная интернет-журналистика: современное состояние и основные особенности (на примере порталов championat.com и sportbox.ru) / Е.А. Важина // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: сборник научных трудов / ответственный редактор В.В. Барабаш. — Санкт-Петербург, 2017 — С. 42-46.
- 5 Викулов, В.В. Полижанровость спортивного медиатекста / В.В. Викулов // Казанская наука. — 2017. — №5. — С. 107-109.
- 6 Геймер воссоздал черную дыру в Minecraft [Электронный ресурс] // Cybersport.ru (сайт) — 2022. — Режим доступа: <https://www.cybersport.ru/games/news/geimer-vossozhdal-chernuyu-dyru-v-minecraft>.
- 7 Горбунов, Г.Д. Психология и спорт / Г.Д. Горбунов // Живая психология. — 2015. — №5. — С. 25-32.
- 8 Зарипов, А.Р. Лексический аспект киберспортивного дискурса / А.Р. Зарипов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 2-1. — С. 99-101.
- 9 Иванова, Н.А. Мотивация игроков в компьютерные игры и киберспорт / Н.А. Иванова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. — 2017. — С. 321-325.

- 10 Исмаилов, А.А. Киберспорт как социальное явление / А.А. Исмаилов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2019. — №7-1. — С. 40-42.
- 11 Коданина, А.Л. "Игровая" журналистика как массово-коммуникационный феномен / А.Л. Коданина // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2020. — №31 — С. 1-5.
- 12 Красницкая, Д.Е. Игровая журналистика: специфика и перспективы развития / Д.Е. Красницкая // Конкурс лучших студенческих работ: сборник статей Всероссийского научно-исследовательского конкурса / Армавирский государственный педагогический университет. — Пенза, 2020 — С. 141-144.
- 13 Крылова, А.А. Особенности спортивной журналистики / А.А. Крылова // Научный альманах. — 2016. — №16. — С. 256-249.
- 14 Ляпун, С.В. Развитие спортивной журналистики в цифровую эпоху / С.В. Ляпун, Г.В. Соколова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: филология и искусствоведение. — 2019. — №247. — С. 154-158.
- 15 Маметьев, В.Е. Функционирование спортивных СМИ в социальных медиа. спортивная журналистика в эпоху WEB 3.0 / В.Е. Маметьев // Медиасреда. — 2017. — №12. — С. 179-184.
- 16 Мухина, А.С. Влияние пандемии COVID-19 на медиапотребление в России / А.С. Мухина // IV Всероссийская научно-практической конференция «Власть, бизнес, образование: шаг в будущее» II международная научно-практическая конференция «Искусственный интеллект: техногенность против социальности» / Сибирский федеральный университет, Институт управления бизнес-процессами. — Красноярск, 2021. — С. 186-193.
- 17 Панкина, В.В. Киберспорт как феномен XXI века / В.В. Панкина, Р.Т. Хадиева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. — 2016. — №3 — С. 34-38.
- 18 Петрова, Л.Ю. Анализ развития жанров в журналистике на примере российских спортивных СМИ / Л.Ю. Петрова, М.А. Петров, А.Д. Пак //

Актуальные проблемы физической культуры и спорта в XXI веке. — 2019. — №12 — С. 41-48.

19 Расписание и результаты Чемпионата России по киберспорту 2022 [Электронный ресурс] // Cybersport.ru (сайт) — 2022. — Режим доступа: <https://www.cybersport.ru/dota-2/articles/raspisanie-i-rezultaty-chempionata-rossii-po-kibersportu-2022>.

20 Селютин, А.А. Виртуальный игровой мир как источник новостных сюжетов / А.А. Селютин // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста: сборник научных трудов / ответственный редактор О.Ф. Автохутдинова. — Челябинск, 2018 — С. 68-70.

21 Селютин, А.А. Гейм-журналистика: профессия или хобби? / А.А. Селютин // Мультимедийная журналистика: сборник научных трудов / ответственный редактор В. П. Воробьев. — Минск, 2018. С. 235-240.

22 Селютин, А.А. Жанровая специфика игровых видеоблогов / А.А. Селютин // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — №3 — С. 139-144.

23 Селютин, А.А. Отечественная гейм-журналистика в эпоху советской прессы (1975-1990 годы) / А.А. Селютин // Медиаобразование: векторы интеграции в цифровое пространство / Челябинский государственный университет. — Челябинск, 2019. С. 149-154.

24 Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. — Москва : Аспект Пресс, 2011.

25 Филина, Е.Е. В.В. Киберспорт в пространстве российской тележурналистики / Е.Е. Филина // Актуальные проблемы журналистики : сборник научных трудов — Томск, 2017. — №12. — С. 95-96.

26 Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: учебное пособие / В. Л. Цвик. — Москва : Аспект Пресс, 2004.

27 Шарков, Ф.И. Спортивная журналистика в системе современной медиакоммуникации / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин, Р.А. Лайшев // Коммуникология. — 2018. — №4. — С. 60-75.

28 Шершнева, Ю.С. Жанры спортивной журналистики: современные тенденции / Ю.С. Шершнева // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2016. — №7. — С. 1-6.

29 Яремчук, А. Видеоигровая журналистика и медиаиндустрия: история развития и сегментация / А. Яремчук // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). — 2020. — №1. — С. 1-15.

30 The Top 1% of App Publishers Generate 80% of All New Installs [Электронный ресурс] // Sensortower.com (сайт) — 2020. — Режим доступа: <https://sensortower.com/blog/top-one-percent-downloads>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Список проанализированных и упоминаемых в тексте материалов

1 Авторы // Матч ТВ — 2020. — URL: <https://matchtv.ru/author/revaz-kurtanidze>

2 Алонсо выиграл виртуальную гонку «Инди-500» — AX1LE // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/autosport/matchtvnews_NI1192608_Alonso_vyigral_virtualnuju_gonku_Indi_500 (дата обращения: 12.05.2022).

3 «В детстве постоянно рубился с младшими братьями в видеоигры». «Матч ТВ» поговорил с легендой НБА Тони Паркером // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1237725_V_detstve_postojanno_rubilsa_s_mladshimi_bratjami_v_videoigry_Match_TV_pogovoril_s_legendoj_NBA_Toni_Parkerom (дата обращения: 16.05.2022).

4 Велогонка «Тур де Франс» пройдет в онлайн-игре // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1208545_Velogonka_Tur_de_Frans_projdet_v_onlajn_igre (дата обращения: 19.05.2022).

- 5 Все любят викингов. О чем новая игра Assassin's Creed Valhalla //
Матч ТВ — 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1268325_Vse_lubat_vikingov_O_chem_no_vaja_igra_Assassins_Creed_Valhalla (дата обращения: 13.05.2022).
- 6 «Все на Матч!»: Впечатления участников и комментаторов
киберфутбольного «Кубка Матч ТВ» от финальных матчей // Матч ТВ — 2020.
— URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvvideo_NI1185556_clip_Vse_na_Match_vpechatlenij_a_uchastnikov_i_kommentatorov_kiberfutbolnogo_Kubka_Match_TV_ot_finalnyh_matchej(дата обращения: 12.05.2022).
- 7 «Все на Матч!»: как будет проходить кубок «Матч ТВ» по
киберфутболу // Матч ТВ — 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvcup/matchtvvideo_NI1180287_clip_Vse_na_Match_prevju_k_Kubku_Match_TV_po_kiberfutbolu (дата обращения: 13.05.2022).
- 8 «Все на футбол! Наши парни». Дзикая теперь чемпион и в
киберфутболе. Итоги турнира «Наши парни» с участием Дзюбы, Соболева и Т-
Killah // Матч ТВ — 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvvideo_NI1179481_clip_Vse_na_futbol_Nashi_parni_Dzhikija_teper_chempion_i_v_kiberfutbole_Itoги_turnira_Nashi_parni_s_uchastijem_Dzuby_Soboleva_i_T_killah (дата обращения: 11.05.2022).
- 9 «Всё хорошо, на мейджоре будем выступать под тегом Gambit» —
Ax1LE // Матч ТВ — 2022. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1562525_Vso_khorosho_na_mejdzhore_budem_vystupat_pod_tegom_Gambit_Ax1Le (дата обращения: 26.04.2022).
- 10 Две россиянки вошли в состав немецкого клуба по CS:GO // Матч ТВ
— 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1146144_Dve_rossijanki_voshli_v_sostav_nemeckogo_kluba_po_CSGO (дата обращения: 12.05.2022).
- 11 Де Хеа основал киберспортивную организацию // Матч ТВ — 2021.
— URL:

https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1448075_De_Khea_osnoval_kibersportivnu_ju_organizaciju (дата обращения: 05.06.2022).

12 Девушки Yatoro и Collapse рассказали, как поддерживали Team Spirit на The International 10 — AX1LE // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1421893_Devushki_Yatoro_i_Collapse_ras_skazali_kak_podderzhivali_Team_Spirit_na_The_International_10 (дата обращения: 05.06.2022).

13 Дмитрий Сенников: «Если всем футболистам придется заплатить за появление в видеоиграх, никаких денег не хватит» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1278451_Dmitrij_Sennikov_Jesli_vsem_futbolistam_pridetsa_zaplatit_za_pojavlenije_v_videoigrah_nikakih_deneg_ne_khvatit (дата обращения: 22.05.2022).

14 «Есть тема!». Выпуск от 02.02.2022 // Матч ТВ — 2022. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvvideo_NI1478807_clip_Jest_tema_Vypusk_ot_0202_2022 (дата обращения: 20.05.2022).

15 Златан Ибрагимович: «Кто разрешил EA Sports использовать мое имя и внешность в FIFA?» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1274729_Zlatan_Ibragimovich_Kto_razres_hil_EA_Sports_ispolzovat_moje_ima_i_vneshnost_v_FIFA (дата обращения: 12.05.2022).

16 Иван Москаленко присоединился к клубу Virtus.Pro по DOTA 2 // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1439153_Ivan_Moskalenko_prisojedinilsa_k_klubu_Virtuspro_po_Dota_2 (дата обращения: 13.05.2022).

17 Игроку «Ливерпуля» пришлось досрочно завершить турнир по FIFA 22 из-за матча АПЛ, в котором он оформил дубль // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/football/matchtvnews_NI1445514_Igroku_Liverpula_prishlos_dos_rochno_zavershit_turnir_po_FIFA_22_iz_za_matcha_APL_v_kotorom_on_oformil_dubl (дата обращения: 01.06.2022).

18 Игромания» окончательно уходит в онлайн // Игромания. — 2018. — URL: https://igromania-turbopages.org/igromania.ru/s/news/78008/Igromaniya_okonchatelno_uhodit_v_onlayn.html (дата обращения: 06.05.2022).

19 Имбиле и Жиньяк попали в команду недели FIFA 20 // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1219814_Immobile_i_Zhinjak_popali_v_komandu_nedeli_FIFA_20 (дата обращения: 04.06.2022).

20 Исследование: число увлекающихся видеоиграми людей превысило 3 миллиарда // DTF. — 2020. — URL: <https://dtf.ru/gameindustry/189500-issledovanie-chislo-uvlekayushchihsya-videoigrami-lyudey-prevysilo-3-milliarda> (дата обращения: 05.05.2022).

21 Кибердерби «Спартак» — ЦСКА. Прямая трансляция // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1176177_Kiber_derbi_Spartak_CSKA_Pr_ama_ja_translacija (дата обращения: 11.05.2022).

22 Киберпраздник к нам приходит. 18 команд прибыли в Румынию, чтобы разыграть 40 миллионов долларов на The International // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1416418_Kiberprazdnik_k_nam_prihodit_18_komand_pribyli_v_Rumyniju_chtoby_razygrat_40_millionov_dollarov_na_The_International (дата обращения: 05.06.2022).

23 Киберспортивный клуб North, созданный под патронажем «Копенгагена», прекратил свое существование // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1308879_Kibersportivnyj_klub_North_sozdannyj_pod_patronazhem_Kopengagena_prekratil_svoje_sushhestvovaniye (дата обращения: 05.06.2022).

24 Киберфутболист рассказал о вреде игр ночью, приведя в пример Ибрагимовича // Матч ТВ — 2020. — URL:

https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1274927_Kiberfutbolist_rasskazal_o_vrede_igr_nochju_priveda_v_primer_Ibragimovicha (дата обращения: 12.05.2022).

25 Леклер стал чемпионом виртуальной гоночной серии и собрал больше 70 тысяч долларов на борьбу с коронавирусом // Матч ТВ – 2020. – URL: https://matchtv.ru/autosport/formula-1/matchtvnews_NI1181063_Lekler_stal_chempionom_virtualnoj_gonochnoj_serii_i_sobral_bolshe_70_tysach_dollarov_na_borbu_s_koronavirusom (дата обращения: 13.05.2022).

26 Лигу Чемпионов все же доиграют. Благодаря Кубку Матч ТВ по киберфутболу // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1180096_Ligu_chempionov_vse_zhe_doigr_ajut_Blagodara_Kubku_Match_TV_po_kiberfutbolu (дата обращения: 01.06.2022).

27 «Лицей №3» из Чебоксар стал победителем четвертого сезона школьной лиги // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1451141_Licej_3_iz_Cheboksar_stal_pobeditelem_chetvertogo_sezona_Shkolnoj_ligi (дата обращения: 06.06.2022).

28 Медведев теперь играет в FIFA 2020 вместо тенниса // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/tennis/matchtvnews_NI1174353_Medvedev_teper_igrajat_v_FIFA_2020_vmesto_tennisa (дата обращения: 20.05.2022).

29 Министерство Спорта РФ признало Компьютерный спорт официальным видом спорта в Российской Федерации // Федерация компьютерного спорта в России. — 2016. — URL: https://vk.com/russianesf?w=wall-14046705_4127 (дата обращения: 25.04.2022).

30 «Может, мы теперь чаще будем смотреть киберфутбол». 5 вопросов комментатору Кубка Матч ТВ // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1182459_Mozhet_my_teper_chashhe_budem_smotret_kiberfutbol_5_voprosov_kommentatoru_Kubka_Match_TV (дата обращения: 07.05.2022).

31 На чемпионате мира по Rainbow Six представили операцию Void Edge для Siege // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1155273_Na_chempionate_mira_po_Rainbow_Six_predstavili_operaciju_Void_Edge_dla_Siege (дата обращения: 12.05.2022).

32 Нагорный, Шубенков, Репилов и другие звезды российского спорта выступят на киберспортивном турнире // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1193844_Nagornyj_Shubenkov_Repilov_i_drugije_zvezdy_rossijskogo_sporta_vystupat_na_kibersportivnom_turnire (дата обращения: 21.05.2022).

33 Ночной «загул» Кокорина в Counter-Strike — тревожный звонок. ЕСТЬ ли у форварда «СПАРТАКА» зависимость от видеоигр? // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1274767_Nochnoj_zagul_Kokorina_v_Counter_Strike_trevozhnyj_zvonok_Jest_li_u_forvarda_Spartaka_zavisimost_ot_videoigr (дата обращения: 12.05.2022).

34 Овечкин продолжит бить рекорды, а «Каролина» со Свечниковым выиграет Кубок Стэнли. Заглядываем в будущее через видеоигру NHL 22 // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1427135_Ovechkin_prodolzhit_bit_rekordy_a_Karolina_so_Svechnikovym_vyigrajet_Kubok_Stenli_Zagladyvajem_v_budushh_eje_cherez_videoigru_NHL_22 (дата обращения: 02.06.2022).

35 Одному хорошо, а с друзьями веселее. Подборка кооперативных игр // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1201819_Odnomu_khorosho_a_s_druzjami_veseleje_Podborka_kooperativnyh_igr (дата обращения: 12.05.2022).

36 Определились все финалисты чемпионата России по киберспорту // Матч ТВ — 2022. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1583923_Opredelilis_vse_finalisty_chempionata_Rossii_po_kibersportu (дата обращения: 20.04.2022).

37 Определились четвертьфинальные пары Лиги Чемпионов на кубке «Матч ТВ» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI182632_Opredelilis_chetvertfinalnyje_par_u_Ligi_chempionov_na_Kubke_Match_TV (дата обращения: 13.05.2022).

38 Опубликованы рейтинги игроков «Локомотива», «Спартака» и ЦСКА в FIFA 22 // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1407435_Opublikovany_rejtingi_igrokov_Lokomotiva_Spartaka_i_CSKA_v_FIFA_22 (дата обращения: 05.06.2022).

39 «Разработчикам указывают на проблемы, а они только рисуют новые косметические предметы». ИНТЕРВЬЮ с бывшим про-игроком в Quake Champions // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1215540_Razrabotchikam_ukazyvajut_na_problemy_a_oni_tolko_risujut_novyje_kosmeticheskije_predmety_Intervju_s_byvshim_pro_igrokom_v_Quake_Champions (дата обращения: 21.05.2022).

40 Разработчики «Героев», «Корсаров» и «Мора». Подборка российский игровых студий // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1293967_Razrabotchiki_Gerojev_Korsarov_i_Mora_Podborka_rossijskij_igrovyh_studij (дата обращения: 12.05.2022).

41 «Реал» стал партнером Playstation // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1251620_Real_stal_partnerom_PlayStation (дата обращения: 17.05.2022).

42 Релиз Cyberpunk 2077 перенесен на 10 декабря // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1260928_Reliz_Cyberpunk_2077_perenese_n_na_10_dekabra (дата обращения: 16.05.2022).

43 Роман Павлюченко: «Зная, что Бекхэму заплатили 40 миллионов, я попрошу 39 за использование своего образа в FIFA» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1278448_Roman_Pavluchenko_Znaja_chno_Bekkhemu_zaplatili_40_millionov_ia_poproshu_39_za_ispolzovaniye_svojego_obr_aza_v_FIFA (дата обращения: 12.05.2022).

44 Российская команда Team Spirit выиграла The International. Она заработала 18 миллионов долларов // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1421647_Rossijskaja_komanda_Team_Spirit_vyigrala_The_International_Ona_zarabotala_18_millionov_dollarov (дата обращения: 17.05.2022).

45 Российская команда Team Spirit прошла в гранд-финал The International 10 // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1421372_Rossijskaja_komanda_Team_Spirit_proshla_v_grand_final_The_International_10 (дата обращения: 25.05.2022).

46 «Сейчас только с братом и играем – остальные давно женаты». Дмитрий Кулагин – о кибербаскетболе и турнире «ФОНБЕТ» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/basketball/matchtvnews_NI1179913_Sejchas_tolko_s_bratom_i_igrajem_ostalnyje_davno_zhenaty_Dmitrij_Kulagin_o_kiberbasketbole_i_turnire_FONBeT (дата обращения: 29.05.2022).

47 Соболев — о дружбе с КОКОРИНЫМ: «Counter Strike сближает. А еще я у Сани машину купил» // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/football/matchtvnews_NI1232525_Sobolev_o_druzhbe_s_Kokorinyum_Counter_Strike_sblizhajet_A_jeshhe_je_u_Sani_mashinu_kupil (дата обращения: 01.06.2022).

48 Стали известны участники гранд-финала Кубка России по интерактивному футболу-2020 // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1210866_Stali_izvestny_uchastniki_grand_finala_Kubka_Rossii_po_interaktivnomu_futbolu_2020 (дата обращения: 22.05.2022).

49 Стартует чемпионат России по интерактивному футболу-2022 // Матч ТВ — 2022. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1471810_Startujet_chempionat_Rossii_po_interaktivnomu_futbolu_2022 (дата обращения: 01.05.2022).

50 Телеканал «Матч ТВ» — российский федеральный общедоступный канал о спорте и здоровом образе жизни // Матч ТВ. — 2022. — URL: <https://matchtv.ru/about> (дата обращения: 25.04.2022).

51 Убийца богов, сын Аида и битвы с титанами. Игры, созданные на основе мифов // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1281441_Ubijca_bogov_syn_Aida_i_bitvy_s_Titanami_Igry_sozdannyye_na_osnove_mifov (дата обращения: 14.05.2022).

52 «Урал» — победитель Киберлиги Pro Series #7 // Матч ТВ – 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1192983_Ural_pobeditel_KiberLigi_Pro_Series_7 (дата обращения: 12.05.2022).

53 Чемпионство Ферстаппена и победа Леклера. Виртуальные гонки набирают обороты // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/autosport/formula-1/matchtvnews_NI1177567_Chempionstvo_Ferstappena_i_pobeda_Leklera_Virtualnye_gonki_nabirajut_oboroty (дата обращения: 11.05.2022).

54 Экс-игрок «Спартака» и «Кубани» Мельгарехо попал в команду недели FIFA 21 // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1293519_Eks_igrok_Spartaka_i_Kubani_Melgareho_popal_v_komandu_nedeli_FIFA_21 (дата обращения: 05.06.2022).

55 Экс-игрок Virtus.Pro RAMZES666 — о своем будущем в киберспорте: «Пока без комментариев» — AXILE // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1248159_Eks_igrok_Virtuspro_RAMZES666_o_svojem_budushhem_v_kybersporte_Poka_bez_kommentarijev

56 Ян Непомнящий: «Были случаи, когда увлечение киберспортом приводило к плохим результатам на важных шахматных турнирах» // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1022352_Jan_Nepomnashhij_Byli_sluchai_kogda_uvlechenije_kybersportom_privodilo_k_plohim_rezultatam_na_vaznyh_shahmatnyh_turnirah (дата обращения: 03.06.2022).

- 57 Atari откроет гостиницы для геймеров и киберспортсменов в США //
Матч ТВ — 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1146200_Atari_otkrojet_gostinicy_dla_gej_merov_i_kibersportsmenov_v_SShA (дата обращения: 11.05.2022).
- 58 BIG выиграла Dreamhack Masters Spring 2020 // Матч ТВ — 2020. —
URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1200882_BIG_vyigrala_DreamHack_Masters_Spring_2020 (дата обращения: 07.05.2022).
- 59 Crystalmay — о победе Team Spirit: «ЭТО вдохновит новые организации присмотреться к киберспорту и инвестировать в нас» // Матч ТВ —
2021. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1422380_CrystalMay_o_pobede_Team_Spirit_Eto_vdohnovit_novyje_organizacii_prismotretsa_k_kibersportu_i_investirovat_v_nas (дата обращения: 15.05.2022).
- 60 eSports audience size worldwide from 2019 to 2024, by type of viewers //
statista.com. — 2021. — URL: <https://www.statista.com/statistics/490480/global-esports-audience-size-viewer-type/> (дата обращения: 06.05.2022).
- 61 eSports market revenue worldwide from 2019 to 2024 // statista.com. —
2022. — URL: <https://www.statista.com/statistics/490522/global-esports-market-revenue/> (дата обращения: 06.05.2022).
- 62 Gambit Esports завершила борьбу на турнире по DOTA 2 в Киеве //
Матч ТВ — 2020. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1159589_Gambit_Esports_zavershila_borb_u_na_turnire_po_Dota_2_v_Kijeve (дата обращения: 18.05.2022).
- 63 Microsoft объявила о покупке издателя Call of Duty и Warcraft // Матч
ТВ — 2022. — URL:
https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1471322_Microsoft_objavila_o_pokupke_i_zdatela_Call_of_Duty_i_Warcraft (дата обращения: 12.05.2022).
- 64 Simreal Cup выходит на вторую отборочную стадию // Матч ТВ —
2021. — URL:

https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1374079_Rossijskij_chempionat_po_simrej_singu_Porsche_Russia_Simreal_Cup_vyhodit_na_vtoruju_otborochnuju_stadiju

(дата обращения: 04.06.2022).

65 Team Liquid вышла в лидеры группового этапа Beyond Epic // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1210866_Stali_izvestny_uchastniki_grand_finala_Kubka_Rossii_po_interaktivnomu_futbolu_2020 (дата обращения: 12.05.2022).

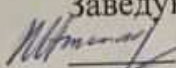
66 Virtus.Pro вышла в полуфинал Cs_Summit 7. Обзор // Матч ТВ — 2021. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1306200_Virtuspro_vyshli_v_polufinal_cs_summit_7_Obzor (дата обращения: 25.05.2022).

67 Virtus.Pro примет участие в серии турниров Hometown по CS:GO // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1175450_Virtuspro_primet_uchastije_v_serii_turnirov_HomeSweetHome_po_CSGO (дата обращения: 16.05.2022).

68 Winstrike и Maincast покажут первый турнир Blast по DOTA 2 // Матч ТВ — 2020. — URL: https://matchtv.ru/cyber/matchtvnews_NI1193852_Winstrike_i_Maincast_pokazhut_pervyj_turnir_BLAST_po_Dota_2 (дата обращения: 14.05.2022).

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

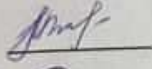
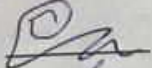

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 К. В. Анисимов
« 28 » июня 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**Киберспорт в дискурсе спортивной журналистики
(на примере телеканала Матч ТВ)**

Руководитель		доц., канд.филол.наук	М.Л. Подлубная
Выпускник			Е.П. Симонькин
Нормоконтролер		ст. преп	Д.А. Устюжанина

Красноярск 2022