



ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 070.15

DOI 10.52575/2712-7451-2023-42-1-5-15

Спортивная проблематика в СМИ: формирование ценностной картины мира

Боева Я.К.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85
E-mail: boevavanka@gmail.com

Аннотация. Среди ключевых функций современных СМИ выделяется функция конструирования действительности в границах совокупности выверенных в мировоззренческом отношении ценностных образов и идей. Расширяющаяся практика продвижения оценочно-смысловых построений в процессе медийной репрезентации событий сегодня все плотнее переплетается с политикой, с идеологически маркированными способами интерпретации текущей действительности и формирования общественного мнения. В течение последних лет предметом напряжённых общественных дискуссий, актуализирующих ценностную оппозицию «свои – чужие», были отношения России и Болгарии, что не могло не получить своего отражения в СМИ и что требует своего оперативного осмысления. Автор статьи исходит из положения о том, что спортивная проблематика, являясь неотъемлемой частью информационно-смыслового пространства СМИ, используется в качестве одного из важнейших ресурсов политики. Цель исследования заключается в том, чтобы на материале репрезентаций в болгарских и российских СМИ спортивной проблематики проанализировать особенности формируемой ими в контексте текущей действительности ценностной картины мира. Сделан вывод о том, что сегодня спортивная проблематика в СМИ широко используется для формирования ценностной, политически и идеологически выверенной картины мира для общества.

Ключевые слова: болгарские СМИ, российские СМИ, картина мира, система ценностей, социальное конструирование, спортивная проблематика, XXXII летние Олимпийские игры в Токио, XXXII зимние Олимпийские игры в Пекине

Для цитирования: Боева Я.К. 2023. Спортивная проблематика в СМИ: формирование ценностной картины мира. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 42(1): 5–15.
DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-1-5-15

Sports Issues in the Media: Formation of a Value Picture of the World

Yanka K. Boeva

Belgorod National Research University,
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia
E-mail: boevavanka@gmail.com

Abstract. Among the key functions of modern mass media, the function of constructing reality within the boundaries of a set of value images and ideas verified in the worldview is highlighted. The expanding practice of promoting evaluative and semantic constructions in the process of media representation of events today is increasingly intertwined with politics, with ideologically



labeled ways of interpreting current reality and forming public opinion. In recent years, the relations between Russia and Bulgaria have been the subject of intense public discussions that actualize the value opposition of "friends and strangers", which could not but be reflected in the media and which requires its prompt reflection. The author of the article proceeds from the position that sports issues, being an integral part of the information and semantic space of the media, are used as one of the most important resources of politics. The purpose of the study is to analyze the features of the value picture of the world formed by them in the context of the current reality using the material of representations in the Bulgarian and Russian media of sports issues. It is concluded that today sports issues in the media are widely used to form a valuable, politically and ideologically verified picture of the world for society.

Keywords: Bulgarian media, Russian media, worldview, value system, social construction, sports issues, XXXII Summer Olympic Games in Tokyo, XXXII Winter Olympic Games in Beijing

For citation: Boeva Ya.K. 2023. Sports Issues in the Media: Formation of a Value Picture of the World. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(1): 5–15 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-1-5-15

Введение

В современном обществе, которому приходится отвечать на многообразные вызовы эпохи, одним из особенно значимых факторов его функционирования являются средства массовой информации. Активное присутствие СМИ во всех сферах общественной жизни и деятельности делает их важнейшим социальным институтом. Роль СМИ как социального института была в поле зрения многих исследователей [Thompson, 1995; Знеполски, 1997; Засурский, 1999; Брайант, Томпсон, 2004; Сидоров и др., 2009; Луман, 2011; Вартанова, 2015; Полонский, 2016; Богова, 2017; Кастельс, 2017; Короченский, 2019], которые обращали внимание на их особый статус в современном, информационном обществе. Так, Н. Луман отметил особую роль СМИ в формировании знаний человека. Все, что «мы знаем об обществе, – подчеркнул он, – нам известно из массмедиа» [Луман, 2011, с. 244]. Как заметил Я.Н. Засурский, «сегодня принято говорить, что границы проходят не там, где стоят пограничники, а там, где есть информационные барьеры» [Засурский, 2001 с. 57]. Исследователи отмечают, что мир выглядит «по-разному для разных людей в зависимости от... карты, нарисованной для них авторами, редакторами и издателями газет, которые они читают» [Аронсон, Пратканис, 2003, с. 71]. На моделирующую общественное сознание роль СМИ указывал С.Г. Кара-Мурза, говоря о том, что сегодня СМИ – это «инструмент идеологии, а не средство для получения информации» [Кара-Мурза, 2005, с. 811].

СМИ сегодня, безусловно, являются тем «фактором, который обладает особой формирующей силой. Они «не просто присутствуют в жизни человека, предлагая ему свои информационно-посреднические услуги, а являются тем концептуальным предложением, на которое ориентированы практически все его духовные запросы, сконцентрировано все его внимание, все его силы, весь его интеллектуальный и эмоциональный потенциал» [Полонский, 2019, с. 206]. За счет непрерывного потока информации общество постоянно подвержено целенаправленному психологическому воздействию со стороны СМИ. Этот «технопсихологический штурм используется для решения как утилитарно-прикладных назначений, так и для плановых воздействий на массовое сознание, с длительными по времени действиями, для трансформации мышления, и возвращение ценностей, которые не характерны для данного общества [Нехаева, 2008, с. 141].

Сегодня функция СМИ, связанная с конструированием социальной действительности в границах совокупности в мировоззренческом отношении выверенных идей и образов, определяющих восприятие информации целевыми аудиториями, является одной из доминирующих. Фокусируя внимание аудитории на той или иной информации, осуществ-

ляя ее целенаправленный отбор и сопровождая оценочными суждениями, СМИ формируют у аудитории ценностную картину мира, в которой отражаются идеи, идеалы и нормы поведения и которая оказывает влияние на когнитивный опыт личности. СМИ управляют своей аудиторией, как замечает В.А. Сидоров [2009, с. 61], с помощью «выбора» актуальных тем, упорядочивая акценты таким образом, что одни факты обретают важность, социальную значимость, а другие умалчиваются или «теряются» в общем информационном потоке. В этом аспекте, как нам представляется, важно обратиться к рассмотрению особенностей медийной репрезентации спортивной проблематики, поскольку спорт в настоящее время, став «крупным социальным явлением... одной из тем, о которой люди говорят чаще всего» [Василенко, 2021, с. 110], сегодня является не только обязательной частью информационно-смыслового пространства СМИ, дискурса СМИ [Кожемьякин, 2010; Полонский, 2017], но и все прочнее переплетается с политикой и идеологией, с «продвигающими коммуникациями» [Кара-Мурза, 2017]. Как справедливо замечает Д.С. Срыбный, «на сегодняшний день сфера спорта вовлечена в процессы социального конструирования реальности» [Срыбный, 2017, с. 137].

В течение последних лет предметом напряжённых общественных дискуссий, актуализирующих ценностную оппозицию «свои – чужие», были отношения России и Болгарии, что не могло не получить своего отражения в СМИ и что требует своего оперативного осмысления. Необходимо иметь в виду, что спортивная проблематика, являясь неотъемлемой частью информационно-смыслового пространства СМИ, используется в качестве одного из важнейших ресурсов политики. Цель исследования заключается в том, чтобы на материале репрезентаций в болгарских и российских СМИ спортивной проблематики проанализировать особенности формируемой ими в контексте текущей действительности ценностной картины мира.

Объекты и методы исследования

Объект исследования – средства массовой информации как фактор формирования ценностной картины мира. Предметная же область исследования включает в себя особенности ценностно-смысловой репрезентации в современных российских и болгарских общественно-политических периодических изданиях спортивной проблематики (включая освещение XXXII летних Олимпийских игр в Токио, состоявшихся в 2020 г., и XXXII зимних Олимпийских игр в Пекине – в 2022 г.).

Эмпирическую базу составляют разножанровые материалы, опубликованные в период 2021–2022 гг. в российских изданиях, таких как «Российская газета» (ежедневное общественно-политическое издание, учрежденное Правительством РФ), «Газета.ру» (круглосуточное общественно-политическое интернет-издание, которое принадлежит холдингу SUP Media и которое в 2014 году входило в первую тройку самых цитируемых интернет-ресурсов), «Спорт-Экспресс» (ежедневная спортивная газета, основанная в 1991 году издательским домом «Спорт-Экспресс», имеющим интернет-портал и мобильное приложение, входящим с 2001 года в объединение European Sports Magazines), а также в болгарских изданиях, среди которых – «ДУМА» (в прошлом официальная газета Болгарской социалистической партии, сегодня – ежедневная газета, отображающая актуальные общественно-политические темы и придерживающаяся консервативных взглядов; издание сотрудничает с «Российской газетой», открыто ведет с ней совместную работу, давая возможность аудитории получить еще одну точку зрения на глобальную политику), «Факти» (частный, демократичный таблоид, позиционирующий себя как представитель честной и свободной прессы) и некоторые другие.

В исследовании использованы описательный метод, позволивший произвести процедуру сбора информации, ее обработку и систематизацию, а также ценностно-смысловой анализ, благодаря которому удалось выявить содержащиеся в публикациях политико-идеологические оценки и установки.



Результаты и обсуждение

Сегодня СМИ создали в обществе такую ситуацию, которая способствует распространению ценностных смыслов и установок, позволяющих повысить уровень регуляции социального поведения [Флиер, 2000, с. 224]. В зависимости от использования в текстах СМИ определенных идей, образов, именовании, фраз и оборотов речи (метафор, эпитетов, идеологем, прецедентных высказываний и т.д.) создаются нужные, выверенные в соответствии с идеологической конструкцией векторы влияния на общественное сознание, что при продолжительном воздействии неизбежно приводят к изменению мировоззренческих и ценностных установок аудитории [Казаков, 2014, с. 87]. Реальность, создаваемая СМИ, становится мыслительной конструкцией действительности. Сегодня мы можем утверждать, что новостная информация в СМИ и реальность, представленная человеку в его опыте, не всегда совпадают. В этом аспекте следует обратить внимание на утверждение Г. Лозанова, что «медийный текст как носитель информации – это субъективное отражение взглядов автора и зачастую информация в СМИ однобока и субъективна. Информация как товар в значительной степени формируется интересами и идеями ее производителя, и в этом смысле не бывает информации, свободной от мнений и не связанной с интересами» [Лозанов, 1996, с. 41]. Мы живем в созданном СМИ «псевдомире», который заменяет нам реальный мир [Иванов, 2013, с. 210] и особенности которого обнаруживаются в совокупности характерных для него оценочных высказываний и «тематических доминант», или медиатопиков [Добросклонская, 2008, с. 40]. Спорт сегодня является одним из наиболее востребованных медиатопиков.

Необходимо заметить, что между СМИ, спортом и политикой всегда существовала связь. Спорт предоставляет важнейший контент для средств массовой информации. Победы или проигрыши спортсменов на международной арене влияют на имидж страны, которую они представляют. Победы в больших состязаниях объединяют граждан, вызывают чувства гордости и патриотизма, ощущения особой значимости своей страны или региона, что благоприятно сказывается и на внутривнутриполитическом имидже. В свою очередь, СМИ сегодня не только отражают наиболее значимые ценностные установки спортивной деятельности, но и стали технологией их фокусирования и продвижения в обществе [Байкова, 2012]. Отображая крупные спортивные состязания, такие, например, как Олимпийские игры, СМИ превращаются в идеологическую площадку для репрезентации внутренней и внешней политики государств – в позитивном или негативном свете, в зависимости от складывающихся в мире обстоятельств и принципов, лежащих в основе деятельности редакции. Победы национальной сборной отражаются в прессе не столько как достижения команды, ее руководителей и попечителей, а как достижения государственной важности и сопричастности к ним каждого человека как гражданина и представителя страны. Помимо эмпатии, такие журналистские тексты моделируют не только вектор мировоззренческого выбора общества, его ценностно-смысловой динамики [Курасова, 2016], но и чувство соперничества, стремление к победе, к достижению лучшего результата. Противостояние и противоборство – в природе спортивного соревнования. Это обусловлено тем, что каждый спортсмен не только представляет свою страну, но и выступает в роли своеобразного ее «защитника». Из этого следует вывод, что патриотизм выступает в качестве важнейшей идеи как спортивного дискурса [Кислицына, Новикова, 2017], так и массмедийного.

Олимпийские игры, как известно, были возрождены с целью установления спортивных связей между странами, укрепления дружбы и мира, однако сегодня они стали ареной большой политики, принесшей с собой конфликтные ситуации. Как пишет болгарский исследователь Б. Ангелова-Игова: «Тезис “спорт вне политики” сегодня не имеет силы. “Чистого” спорта не существует, потому что на международное спортивное движение влияет множество факторов, в том числе и политических» [Ангелова-Игова, 2017, с. 183]. Олимпийские игры превратились в масштабные медийные события и зача-

стью сопровождаются трансляцией политических сообщений, предназначенных как для внутренней аудитории, так и для мирового сообщества [Спасов, 2013, с. 8].

В качестве показательного в этом контексте примера можно назвать публикацию в «Российской газете» (13 августа 2021 г.) об украинской прыгунье в высоту Ярославы Магучих. Украинская спортсменка из-за сделанной при награждении совместной фотографии с российской спортсменкой подверглась жесткому осуждению у себя на родине. Как сообщает «Российская газета», из-за «русофобских настроений на Украине» замминистра обороны «вызвал Магучих на разговор» [Когалов, 2021]. Этот материал демонстрирует попрание базовых ценностей олимпийского движения, к которым относятся дружба, совершенство, уважение. Из текста публикации становится ясно, что одна из соотечественниц Ярославы Магучих жестко осудила ее за фотографию, сделанную вместе с российской спортсменкой. Мы можем видеть, и не только по данной публикации, что к российским спортсменам в мире сегодня складывается особое отношение. Спорт превратился в транслятор политико-идеологической реальности, а спортсмены, в свою очередь, стали заложниками и «проводниками» политических идей, что находит свое отражение и в СМИ.

Так, в электронном издании Championat.com мы обнаружили историю польского футболиста Мацея Рыбуса, отказавшегося разрывать свой контракт с клубом «Динамо» [Марков, 2022]. За девять лет пребывания в России спортсмен успел обзавестись семьей. При этом, заметим, поступок спортсмена не нашел поддержки среди польской общины, о чем свидетельствует публикация.

«Газета.ру» опубликовала слова американской гребчихи Меган Кальмо, заявившей о «мерзком чувстве», которое возникло у нее от победы России [Воропаев, 2021]. Подобное неспортивное поведение подняло волну возмущения в русскоязычном информационном пространстве. «Российская газета» рассматривает подобные случаи уже в контексте зимних Олимпийских игр в Пекине (2022 г.). В соответствии со словами заместителя председателя Европарламента Никола Бера, зимние Олимпийские игры оказались «ошибочной площадкой в неправильном месте» [Ковалева, 2021]. ЕС таким образом попытался, по всей видимости, выразить свое отношение к якобы нарушению прав человека в Китае. В продолжение этой темы, болгарское издание «Факти» в течение месяца повторяли идею дипломатического бойкота, выступая в поддержку высказывания о «сомнительном выборе места» проведения Олимпиады – в Пекине [Пекин 2022..., 2022].

Российские СМИ, в частности «Российская газета», освещают победы российских спортсменов прежде всего в новостном формате. При этом мы отметили частое использование концепта «команда», что имеет целью укрупнить духовно-психологическую связь болельщиков с группой спортсменов, выступающих во имя национальной идеи сплоченности, демонстрации в лице олимпийцев волевого и духовно-эмоционального ресурса страны. Использование выражения (концепта-лозунга) «Мы команда!» мотивирует приобщение всех читателей к успехам, имеющим значение для всей страны и для каждого. Об этом свидетельствуют слова Мартина Лютина: «За команду нужно выступать со светлой головой и отдать все, что есть» [Козина, 2021a] и тренера ватерполисток Белофастова: «Чем хуже нас судят, тем лучше мы играем» [Козина, 2021б].

Говоря в целом о российских СМИ, следует подчеркнуть, что они, освещая спортивные удачи или неудачи других стран, стараются придерживаться взвешенной позиции, болгарские же СМИ позволяют себе транслировать жесткие высказывания в адрес российских спортсменов. По всей видимости, практику болгарских медиа можно рассмотреть сквозь призму «спортивного национализма», который основывается скорее на эмоциональной привязанности, чем на непосредственной пропаганде политических идей [Cho, 2009; Горохов, 2013]. Болгарское общество чувствует ущемление своего спортивного самолюбия Россией на протяжении десятилетий в традиционном для себя виде спорте, что в итоге выражается в агрессивной риторике в болгарских СМИ, способствующей формированию русофобии у болгарской аудитории.



Заметим, что в болгарских СМИ средства речевой агрессии, нацеленные на преднамеренное оскорбление и снижение культурного статуса российского спорта и российского спортсмена, используются достаточно широко. Среди самых заметных заголовков, циркулирующих в интернет-СМИ, стали: *«Русия, мълчаливо гледай тази снимка»* [Джамбазов, 2021] (русск. *«Россия, смотри на эту фотографию молча»*); *«Даже и смешният плач на руснаците не засенчи българския триумф в Токио!»* [Костурков, 2021] (русск. *«Смешной плач россиян не затмил болгарский триумф в Токио!»*); *«Русия не може на преглътне медала на "Златните момичета"»* [Русия не може ..., 2021] (русск. *«Россия не может переварить медаль "Золотых девочек"»*). В болгарских СМИ во всех рассмотренных нами публикациях делается акцент на броские заголовки и негативную оценочность (*«свержение русской гегемонии», «Россия демонстрирует, что не умеет проигрывать», «Все устали от русских побед», «Россия стала посмешищем», «очередная пощечина самолюбию российского ансамбля», «Болгарский ансамбль лучший, но русских либо всегда «проталкивало» жюри, либо невезение мешало нашим девушкам выйти к большим победам»* и др.). В болгарской газете *«24 часа»* находим такой пример: *«Насилените деца на Етери – истината за фигурното пързаляне»* [Насилените деца ..., 2022] (*«Дети Этери подвергавшиеся насилию – правда о фигурном катании»*). Болгарский журналист называет российских фигуристок *«скаковыми лошадьми»*, на которых тренер Этери Тутберидзе проводит *«медикаментозные и физические опыты»*.

В практике дискредитации отдельных людей и организаций могут использоваться и стереотипы, под которыми понимаются мотивированные культурой «картинки мира», сформированные в сознании оценки и совокупности ассоциаций [Липпман, 2004]. Заявленная в стереотипе национальная или культурная принадлежность субъекта может вызвать негативную реакцию, которой нельзя противопоставить рациональные аргументы или факты [Христов, 2008, с. 164]. Так, в одной из публикаций в *«Российской газете»* [Домичев, 2021] говорится о запрете МОК использовать изображение медведей на купальных костюмах российских синхронисток, поскольку медведь символизирует национальную принадлежность спортсменов. Стереотипы о медведе, гармошке и ушанке, которые годами формировали представления о России, «сплелись» на Олимпийских играх в Токио с национально-культурной атрибутикой.

Речевой агрессии в силу значимости этого явления лингвисты уделяют сегодня особое внимание [Знеполски, 1997; Петрова, Рацибурская, 2011; Дзялошинский, Дзялошинская, 2019; Полонский, Глушкова, 2020]. Так, Г. Армянов обращает внимание на то, что в речевой агрессии журналисты сегодня подражают «языку улицы» [Армянов, 2008, с. 79].

Как мы можем заметить, болгарские СМИ в своих публикациях целенаправленно пренебрегают базовыми Олимпийскими ценностями, подменяя понятия традиционного олимпизма национальными амбициями [Ангелова-Игова, 2017]. Как выразился болгарский исследователь Н. Попов, «журналистика отошла от принципа олимпийской идеологии, согласно которому спорт имеет изначальную цель облагораживать общество» [Попов, 2019, с. 16].

Заключение

Проанализированные нами тексты показывают, что в период с 2021 по 2022 год российская пресса в отражении Олимпийских игр в Токио делала упор на демонстрацию командного духа, продвижение национального единства, в то время как болгарские СМИ заявляли прежде всего о своих успехах, при этом акцентируя внимание на неудачах своих соперников. Сегодня спортивная проблематика в СМИ широко используется для формирования ценностной, политически и идеологически выверенной картины мира общества.

Список источников

- Воропаев В. 2021. Гребчиха из США объяснила свои слова о том, что ей противно видеть серебро России на Играх. Газета.ru, 30 июля, 2021. URL: https://www.gazeta.ru/sport/news/2021/07/30/n_16317104.shtml?updated (дата обращения: 14.04.2022).
- Джамбазов Д. 2021. Русия, мълчаливо гледай тази снимка. Факти, 9 августа, 2021. URL: <https://fakti.bg/mnenia/603103-rusia-malchalivo-gledai-tazi-snimka> (дата обращения: 14.04.2022)
- Домичев М. 2021. Российские синхронистки поменяли на купальниках запрещенных медведей на балалайки. RG.RU, 2 августа, 2021. URL: <https://sportrg.ru/2021/08/02/rossijskie-sinhronistki-pomeniali-na-kupalnikah-zapreshchennyh-medvedej-na-balalajki.html> (дата обращения: 14.04.2022).
- Ковалева Д. 2021. В Европарламенте призвали бойкотировать Олимпийские игры в Пекине. RG.RU, 8 декабря, 2021. URL: <https://sportrg.ru/2021/12/08/v-evroparlamente-prizvali-bojkotirovat-olimpijskie-igry-v-pekine.html> ((дата обращения: 14.12.2022).
- Когалов Ю. 2021. Прыгунья в высоту Ярослава Магучих философски отнеслась к травле. RG.RU, 13 августа, 2021. URL: <https://sportrg.ru/2021/08/13/rygunia-v-vysotu-iaroslava-maguchih-filosofski-otneslas-k-travle.html> (дата обращения: 14.04.2022).
- Козина А. 2021а. Пловцы радуют: в престижной эстафете 4x200 м вольным стилем мы – вторые. RG.RU, 28 июля, 2021. URL: <https://sportrg.ru/2021/07/28/rossijskie-plovcy-vzjali-srebro-v-estafete-4h200-m-volnym-stilem.html> (дата обращения: 14.04.2022).
- Козина А. 2021б. Тренер ватерполисток Белофастов: Чем хуже нас судят, тем лучше мы играем. RG.RU, 5 августа, 2021. URL: <https://sportrg.ru/2021/08/06/trener-vaterpolistok-belofastov-chem-huzhe-nas-sudiat-tem-luchshe-my-igraem.html> (дата обращения: 14.04.2022).
- Костурков Б. 2021. Даже и смешният плач на руснаците не засенчи българския триумф в Токио! Блиц спорт, 17 августа, 2021. URL: https://blitz.bg/sport/komentar/dazhe-i-smeshniyat-plach-narusnatsite-ne-zasenchi-blgarskiya-triumf-v-tokio_480445.html ((дата обращения: 14.12.2022).
- Марков Е. 2022. Новичка «Спартак» выгнали из сборной Польши. Почему так? Championat.com, 20 июня, 2022. URL: https://www.championat.com/football/article-4731557-za-chto-zaschitnika-spartaka-maceya-rybusa-otstranili-ot-sbornoj-polshi-on-riskuet-propustit-chm-2022-rossiya-sankcii.html?utm_source=sourpaste ((дата обращения: 14.12.2022).
- Насилениге деца на Етери - истината за фигурното пързаяне. 2022. 24 часа, 17 февраля, 2022. URL: <https://www.24chasa.bg/sport/article/10902125> (дата обращения: 14.04.2022).
- Пекин 2022: Олимпиадата ще открият почти само диктатори. 2022. Факти, 31 Януари, 2022. URL: <https://fakti.bg/world/649133-pek-in-2022-olimpiadata-shte-otkriat-pochti-samo-diktatori> (дата обращения: 14.04.2022).
- Русия не може на преглътне медала на "Златните момичета". 2021. Булевард България, 8 августа, 2021. URL: <https://boulevardbulgaria.bg/articles/rusiya-ne-mozhe-da-preglatne-medala-na-zlatnite-momicheta> (дата обращения: 14.04.2022).

Список литературы

- Аронсон Э., Пратканис Э.Р. 2003. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. Пер. с англ. И.Н. Волковой, Е.Н. Волкова. СПб., прайм-ЕВРОЗНАК, 384 с. (Pratkanis A.R., Aronson E. 2001. Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. University of California, Santa Cruz, New York, 156 p.).
- Байкова М.А. 2012. Репрезентация ценностей спорта в спортивной прессе советского и постсоветского периодов. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. *Вопросы теории и практики*, 3-2(17): 16–18.
- Богова Х. 2017. СМИ и отражение внешней политики Республики Болгария. *Коммуникология*, 5(1): 156–163. DOI 10.21453/2311-3065-2017-5-1-156-163
- Брайант Д., Томпсон С. 2004. Основы воздействия СМИ. Пер. с англ. В.В. Кулебы и Я.А. Лебеденка. Под ред. Э.В. Крайникова. М., Издательский дом "Вильямс", 432 с. (Byrant J., Thompson S. 2002. Fundamentals of media effects. McGraw-Hill Companies, Inc.).
- Вартанова Е.Л. 2015. О современных медиа и журналистике: Заметки исследователя. Москва, МедиаМир, 136 с.



- Василенко Е.И. 2021. Специфика развития Белгородской спортивной журналистики. В кн.: Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. Сборник трудов III международной научно-практической конференции, Белгород, 07–08 октября 2021 года. Под ред. А.П. Короченского, С.В. Ушаковой, Я.И. Тяжлова. Белгород, Общество с ограниченной ответственностью Издательско-полиграфический центр "ПОЛИТЕРРА": 108–112.
- Горохов В.А. 2013. Национальные идентичности в глобальной спортивной культуре: вызовы Сочи-2014 для олимпийской команды России. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 16(5): 71–86.
- Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. 2019. Российские СМИ: как создается образ врага. Чебоксары, ИД "Среда", 316 с. DOI: 10.31483/a-92
- Добросклонская Т.Г. 2008. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М., Флинта, Наука, 263 с.
- Засурский Я.Н. 1999. Информационное общество и средства массовой информации. *Информационное общество*, 1: 36–40.
- Засурский Я.Н. 2001. Информационное общество сегодня и завтра. *Информационное общество*, 3: 57–58.
- Иванов В.Ф. 2013. Массовая коммуникация. Киев, Академия Украинской прессы. Центр свободной прессы, 902 с.
- Казаков А.А. 2014. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология*, 14(4): 85–90.
- Кара-Мурза Е.С. 2017. Гипотеза «продвигающих» коммуникаций в российском медиaprостранстве. В кн.: Медиалингвистика. Вып. 6. Язык в координатах массмедиа. Материалы II международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 2–6 июля 2017 года. Под ред. А.А. Мальшева СПб., Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета: 296–297.
- Кара-Мурза С.Г. 2005. Манипуляция сознанием. М., Эксмо, 832 с.
- Кастельс М. 2017. Власть коммуникации. Пер. с англ. Н.М. Тылевич, А.А. Архиповой. Под ред. А.И. Черных. М., Издательский дом Высшей школы экономики, 591 с. (Castells M. 2013. *Communication Power*. Oxford University Press, 574 p.).
- Кислицына Н.Н., Новикова Е.А. 2017. Спортивный дискурс в системе институциональных видов дискурса. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 2(26): 28–35.
- Кожемякин Е.А. 2010. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 12(83): 13–21.
- Короченский А.П. 2019. Постжурналистика как рыночный эрзац журналистики. *Век информации*, 7(2): 18–26.
- Курасова К.А. 2016. Спорт как инструмент политической борьбы в международных отношениях. *Международный студенческий научный вестник*, 2. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=15873> (дата обращения: 14.12.2022)
- Липпман У. 2004. Общественное мнение. Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Под ред. К.А. Левнисона, К.В. Петренко. М., Институт Фонда «Общественное мнение», 384 с. (Lippmann W. 1922. *Public Opinion*. New York, Macmillan, 233 p.).
- Луман Н. 2011. Общество общества. Кн. 2: Медиа коммуникации. Пер. с нем. А. Глухова, О. Никифорова. М., Логос, 640 с. (Luhmann N. 1997. *Theory of Society*, Stanford, Stanford University Press).
- Нехаева Н.А. 2008. Способы разрушения сознания человека в дискурсе «четвертой власти» и формирование «человека одного измерения». *Известия Томского политехнического университета*, 312(6): 141–144.
- Петрова Н.Е., Рацбурская Л.В. 2011. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М., Флинта, Наука, 156 с.
- Полонский А.В. 2016. Медийный текст и его статус в современной культуре. В кн.: Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования/ Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Сборник трудов II международной научно-практической конференции и II международного научного семинара, Белгород, 05–07 октября 2016 года. Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород, ИД «Белгород»: 68–74.

- Полонский А.В. 2017. Медиареальность: что мы можем сказать о ней сегодня? В кн.: Медиалингвистика. Вып. 6. Язык в координатах массмедиа. Материалы II международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 2–6 июля 2017 года. Под ред. А.А. Мальшева. СПб., Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета: 329–331.
- Полонский А.В. 2019. Лингвистика медиа: современная парадигма научного знания (Рецензия на словарь-справочник: Медиалингвистика в терминах и понятиях. Под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта: Наука, 2018). *МедиаАльманах*, 1(90): 206–211. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2019.206211
- Полонский, А.В., Глушкова В.Г. 2020. Современные СМИ и проблема интолерантности. *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*, 1(36): 171–181.
- Сидоров В.А., Ильченко С.С., Нигматулина К.Р. 2009. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. Под ред. В.А. Сидорова. СПб., Роза мира, 174 с.
- Срыбный Д.С. 2017. Имидж российского спорта в отечественных СМИ как предмет исследования. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 14(263): 134–137.
- Флиер А.Я. 2000. Культурология для культурологов. Под ред. О.И. Горяновой. М., Академический Проект, 496 с.
- Ангелова-Игова Б. 2017. Спорт, национализм и пропаганда. Проблемы на постмодерности, VII(3): 183–218.
- Армянов Г. 2008. Езикът на улицата, отразен в Интернет форумите. В кн.: Проблемы на социалингвистиката. Т. 9. Агресията на уличния език. Материали от Деветата конференция по социалингвистика, София, 22–23 март, 2008 г. София, Междунар. социалингвистическо д-во; Велико Търново, Знак'94: 79–85.
- Знеполски И. 1997. Новата преса и преходът. Трудното конституиране на четвъртата власт. София, Дружество Гражданин, 195 с.
- Лозанов Г. 1996. Медии, власт и чувства. В кн.: Българско медиазнание. Брой 1. Ред. Р. Милева, София, Балканмедиа: 41–54.
- Попов Н. 2019. Олимпийските идеи и съвременният спорт. Спорт & Наука, кн. ½: 13–23.
- Спасов О. 2013. Спортът и политиката, медийни ритуали, властови игри. София, Фондация „Медийна демокрация“, 164 с.
- Христов Ч. 2008. Убеждаване и влияние. София, Сиела, 204 с.
- Cho Y. 2009. Unfolding sporting nationalism in South Korean media representations of the 1968, 1984 and 2000 Olympics. *Media, Culture & Society*, 31(3): 347–364. DOI: 10.1177/0163443709102709
- Thompson J.B. 1995. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Stanford, Stanford University Press, 314 p.

References

- Aronson E., Pratkanis E.R. 2003. Epokha propagandy: Mekhanizmy ubezhdeniya, povsednevnoe ispol'zovanie i zlupotreblenie [The Age of Propaganda: Mechanisms of Persuasion, Everyday Use and Abuse]. Per. from English. I.N. Volkova, E.N. Volkov. SPb., Publ. praym-EVROZNAK, 384 p. (Pratkanis A.R., Aronson E. 2001. Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. University of California, Santa Cruz, New York, 156 p.)
- Baykova M.A. 2012. Sport values representation in sport printed press of soviet and post-soviet periods. *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*, 3-2(17): 16–18 (in Russia).
- Bogova Kh. 2017. Media and reflection of the foreign policy of the republic of Bulgaria. *Communicology*, 5(1): 156–163(in Russia). DOI 10.21453/2311-3065-2017-5-1-156–163
- Brayant D., Tompson S. 2004. Osnovy vozdeystviya SMI [Fundamentals of Media Impact]. Per. from English. V.V. Kuleba, Ya.A. Lebedenko. Ed. E.V. Krainikova. M., Publ. Izdatel'skiy dom "Vil'yame", 432 p. (Bryant Je., Tompson S. 2002. Fundamentals of media effects. McGraw-Hill Companies, Inc.)
- Vartanova E.L. 2015. O sovremennykh media i zhurnalistike: Zametki issledovatelya [On Contemporary Media and Journalism: Researcher's Notes]. M., Publ. MediaMir, 136 p.
- Vasilenko E.I. 2021. The specifics of the development of Belgorod sports journalism. In: *Diskursologiya i mediakritika sredstv massovoy informatsii [Discourse Studies and Media Criticism of Mass Media]*.



- Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Belgorod, October 07–08, 2021. Eds. A.P. Korochensky, S.V. Ushakova, Ya.I. Tyazhlov. Belgorod, Publ. "POLITERRA": 108–112.
- Gorokhov V.A. 2013. The national identities in global sporting culture: Sochi 2014 challenges for the Russian olympic team. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 16(5): 71–86.
- Dzhaloshinskiy I.M., Dzhaloshinskaya M.I. 2019. Rossiyskie SMI: kak sozdaetsya obraz vruga [Russian media: how the image of the enemy is created]. Cheboksary, Publ. ID "Sreda", 316 p. DOI: 10.31483/a-92
- Dobrosklonskaya T.G. 2008. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech' [Medialinguistics: A systematic approach to the study of media language: modern English media speech]. M., Publ. Flinta, Nauka, 263 p.
- Zasurskiy Ya.N. 1999. Informatsionnoe obshchestvo i sredstva massovoy informatsii [Information society and mass media]. *Information Society*, 1: 36–40.
- Zasurskiy Ya.N. 2001. Informatsionnoe obshchestvo segodnya i zavtra [Information society today and tomorrow]. *Information Society*, 3: 57–58.
- Ivanov V.F. 2013. Massovaya kommunikatsiya [Mass communication]. Kiev, Publ. Akademiya Ukrainy pressy, Tsentr svobodnoy pressy, 902 p.
- Kazakov A.A. 2014. Framing in media stories as a tool of influence on the audience: review of widely spread interpretations. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 14(4): 85-90 (in Russia).
- Kara-Murza E.S. 2017. The hypothesis of "promoting" communications as a macroobject of media linguistics. In: Medialingvistika [Medialinguistics]. Iss. 6. Yazyk v koordinatakh massmedia [Language in the coordinates of mass media]. Materials of the II International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, July 2–6, 2017. Ed. A.A. Malyshev. SPb., Publ. Institut Vysshaya shkola zhurnalistiki i massovykh kommunikatsiy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta: 296–297.
- Kara-Murza S.G. 2005. Manipulyatsiya soznaniem [Manipulation of consciousness]. M., Publ. Eksmo, 832 p.
- Kastel's M. 2017. Vlast' kommunikatsii [The power of communication]. Per. from English. N.M. Tylevich, A.A. Arkhipova. Ed. A.I. Chernykh. M., Publ. Izdatel'skiy dom Vysshey shkoly ekonomiki, 591 p. (Castells M. 2013. Communication Power. Oxford University Press, 574 p.)
- Kislitsyna N.N., Novikova E.A. 2017. Sports discourse in the system of institutional types of discourse. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2 (26): 28–35 (in Russia).
- Kozhemyakin E.A. 2010. Mass communication and media discourse: towards methodology. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 12(83): 13–21 (in Russia).
- Korochenskiy A.P. 2019. Post-journalism as a market ersatz of journalism. *Information Age*, 7(2): 18–26 (in Russia).
- Kurasova K.A. 2016. Sport kak instrument politicheskoy bor'by v mezhdunarodnykh otnosheniyakh [Sport as an instrument of political struggle in international relations]. Modern Problems of Science and Education. Surgery, 2. Available at: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=15873> (accessed: 14.12.2022)
- Lippman U. 2004. Obshchestvennoe mnenie [Public Opinion]. Per. from English. T.V. Barchunova. Eds. K.A. Levnison, K.V. Petrenko. M., Publ. Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 384 p. (Lippmann W. 1922. Public Opinion. New York, Macmillan, 233 p.)
- Luman N. 2011. Obshchestvo obshchestva [Society Society]. Book. 2: Media kommunikatsii [Media communications]. Per. with him. A. Glukhov, O. Nikiforov. M., Publ. Logos, 640 p. (Luhmann N. 1997. Theory of Society, Stanford, Stanford University Press)
- Nekhaeva N.A. 2008. Ways of consciousness destruction in discourse of в "fourth estate" and formation of "one dimension man. *Bulletin of the Tomsk Polytechnic University*, 6: 141–144 (in Russia).
- Petrova N.E., Ratsiburskaya L.V. 2011. Yazyk sovremennykh SMI: sredstva rechevoy agressii [Language of modern media: means of verbal aggression]. M., Publ. Flinta, Nauka, 156 p.
- Polonskiy A.V. 2016. Mediynnyy tekst i ego status v sovremennoy kul'ture [Media text and its status in modern culture]. In: Diskurs sovremennykh mass-media v perspektive teorii, sotsial'noy praktiki i obrazovaniya. Aktual'nye problemy sovremennoy medialingvistiki i mediakritiki v Rossii i za rubezhom [Discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education; Actual problems of modern media linguistics and media criticism in Russia and abroad].

- Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference and II International Scientific Seminar, Belgorod, October 05–07, 2016. Ed. E.A. Kozhemyakin, A.V. Polonsky. Belgorod, Publ. ID «Belgorod»: 68–74.
- Polonskiy A.V. 2017. Media reality: what can we say about it today? In: *Medialingvistika [Medialinguistics]*. Iss. 6. *Yazyk v koordinatakh massmedia [Language in the coordinates of mass media]*. Materials of the II International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, July 2–6, 2017. Ed. A.A. Malyshev. SPb., Publ. Institut «Vysshaya shkola zhurnalistiki i massovykh kommunikatsiy» Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta: 329–331.
- Polonskiy A.V. 2019. Linguistics of the media: the modern paradigm of scientific knowledge (A review of the reference dictionary: Duskaeva L.R. (ed.) (2019) *Media linguistics in terms and concepts*. Moscow: Flinta: Nauka publ.). *MediaAlmanah*, 1: 206–211 (in Russia). DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2019.206211
- Polonskiy A.V., Glushkova V.G. 2020. Modern media and the problem of intolerance. *Actual issues of modern philology and journalism*, 1(36): 171–181 (in Russia).
- Sidorov V.A., Il'chenko S.S., Nigmatullina K.R. 2009. *Aksiologiya zhurnalistiki: opyt stanovleniya novoy distsipliny [Axiology of Journalism: Experience in the Formation of a New Discipline]*. Ed. V.A. Sidorov. SPb., Publ. Roza mira, 174 p.
- Srybnyy D.S. 2017. Image of Russian sports in Russian mass media as a subject of Research. Scientific bulletin of Belgorod State University. *Humanities Sciences*, 14(263): 134–137 (in Russia).
- Flier A.Ya. 2000. *Kul'turologiya dlya kul'turologov [Culturology for Culturologists]*. Ed. O.I. Goriyanova. M., Publ. Akademicheskii Proekt, 496 p.
- Angelova-Igova B. 2017. Sport, Nationalism and Propaganda. *Postmodernism problems*, 7(3): 183–218 (in Bulgarian).
- Armyanov G. 2008. *Ezik "t na ulitsata, otrazen v Internet forumite [he language of the street reflected in Internet forums]*. In: *Problemi na sotsiolingvistikata [Problems of sociolinguistics]*. Vol. 9. *Agresiyata na ulichniya ezik [The Agression of Street Language]*. Materials from the Ninth Conference on Sociolinguistics, Sofia, March 22–23, 2008. Sofiya, Publ. Mezhdunar. sotsiolingvisticheskovo d-vo; Veliko T'rnovo, Znak'94: 79–85.
- Znepolski I. 1997. *Novata presa i prekhod't. Trudnoto konstituirane na chetv'rtata vlast [The new press and the transition. The difficult constitution of the fourth estate]*. Sofiya, Publ. Druzhestvo Grazhdanin, 195 p.
- Lozanov G. 1996. *Medii, vlast i chuvstva [Media, power and feelings]*. In: *B'lgarsko mediaznanie [Bulgarian media studies]*. Vol. 1. Ed. R. Milev, Sofiya, Publ. Balkanmedia: 41–54.
- Popov N. 2019. Olympic ideas and modern sport. *Sport & Nauka*, Vol. ½: 13–23.
- Spasov O. 2013. *Sport "t i politikata, mediyni rituali, vlastovi igri [Sport and politics, media rituals, power games]*. Sofiya, Publ. Fondatsiya „Mediyna demokratiya“, 164 p.
- Khristov Ch. 2008. *Ubezhdavane i vliyanie [Persuasion and influence]*. Sofiya, Publ. Siela, 204 p.
- Cho Y. 2009. Unfolding sporting nationalism in South Korean media representations of the 1968, 1984 and 2000 Olympics. *Media, Culture & Society*, 31(3): 347–364. DOI: 10.1177/0163443709102709
- Thompson J.B. 1995. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Stanford, Stanford University Press, 314 p.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 05. 01.2023

Received January 05, 2022

Поступила после рецензирования 07.02.2023

Revised February 07, 2023

Принята к публикации 10.03.2023

Accepted March 10, 2023

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Боева Янка Красмирова, аспирант кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

Yanka K. Boeva, Postgraduate Student, Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia