

УДК 070.446(520)

**Х. Танака**

Белорусский государственный университет

**СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ЯПОНИИ: ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ  
И СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА**

В статье анализируется востребованный спортивный контент СМИ Японии, посвященный таким приоритетным видам спорта, как профессиональные бейсбольные матчи, чемпионат мира по футболу, олимпийские игры. Цель исследования заключается в выявлении функций спортивной информации, которая предоставляется японскими журналистами в различных жанровых формах, а также в определении роли спортивной журналистики в обществе Японии. Исследуются содержание и жанровая специфика материалов периодических печатных изданий, аудиовизуальных каналов, сетевых медиа Японии о спортивных событиях. Основное внимание уделяется анализу спортивных публикаций качественной газеты «Асахи симбун». Рассматриваются современные методы работы спортивных журналистов Японии, а также используемые ими популярные жанры и образно-выразительные средства языка, способствующие повышению интереса аудитории к спортивной тематике. Особенности спортивной журналистики Японии в белорусской науке о журналистике изучаются впервые. В результате проведенного исследования было раскрыто жанровое своеобразие японской спортивной журналистики, которое заключается в сочетании эмоционально-экспрессивного выражения субъективного отношения журналиста к текущим соревнованиям с их объективным описанием в таких формах, как информационная заметка, аналитическая статья и портретный очерк. Представленная статья является актуальной для проведения дальнейших исследований международной спортивной журналистики.

**Ключевые слова:** спортивная журналистика Японии, система журналистских жанров, приоритетные виды спорта, жанровая специфика материалов о спорте в печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ, газета «Асахи симбун».

**Для цитирования:** Х. Танака. Спортивная журналистика Японии: жанровое своеобразие и современные методы медиапроизводства // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2022. № 1 (255). С. 73–79.

**H. Tanaka**

Belarusian State University

**JAPANESE SPORTS JOURNALISM: GENRE PERSONALITY  
AND MODERN MEDIA PRODUCTION METHODS**

The popular sports content of the Japanese media is analyzed, dedicated to professional baseball games, the World Cup, the Olympic Games. The purpose of the study is to identify the functions of sports information provided by Japanese journalists in various genre forms, and to determine the role of sports journalism in Japanese society. The content and genre specificity of materials of periodicals, audiovisual channels, network media of Japan about sports events are investigated. The main attention is paid to the analysis of sports publications of the quality newspaper “Asahi Shimbun”. The methods of work of Japanese sports journalists, popular genres and figurative and expressive means of language used by them, which contribute to increasing the interest of the audience in sports topics, are considered. The peculiarities of sports journalism in Japan are being studied for the first time in the Belarusian science of journalism. As a result of the study, the genre originality of Japanese sports journalism is revealed, which consists in combining the emotionally expressive expression of the subjective attitude of a journalist to competitions with their objective description in such forms as an information note, an analytical article and a portrait essay. The article is relevant for further research in international sports journalism.

**Key words:** sports journalism in Japan, system of journalistic genres, priority sports, genre specificity of sports materials in print, audiovisual and online media, newspaper “Asahi Shimbun”.

**For citation:** H. Tanaka. Japanese sports journalism: genre personality and modern media production methods. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2022, no. 1 (255), pp. 73–79 (In Russian).

**Введение.** На современном этапе в СМИ Японии особое место занимает спортивная тематика. Соревнования по таким популярным в стране видам спорта, как японский бейсбол, кубок мира по футболу и современные олимпийские игры являются важнейшим контентом спортивной журналистики Японии. Специализированная спортивная информация наряду с политическими, экономическими, культурными и другими социально значимыми новостями выходит на первый план. Эта тенденция обусловлена высокой востребованностью аудитории разнообразных по содержанию спортивных публикаций в масс-медиа Японии.

**Основная часть.** В спортивной журналистике чаще всего встречаются информационные жанры. Исследователь Шершнева Ю. С. рассматривает самые популярные формы подачи спортивной информации: репортаж, новость и интервью. Они используются во время прямой спортивной телетрансляции, которая является главным информатором спортивных соревнований и создает максимальный эффект присутствия на месте их проведения. Обратимся к определениям жанров, предложенным Ю. С. Шершневой «Для телевидения жанр репортажа является ведущим – ему уделяется огромное внимание. Крупные соревнования освещаются не только на спортивных каналах, но и на центральных. Очевидно, что телевизионные трансляции продолжают оставаться самым зрелищным и популярным жанром спортивной журналистики» [1, с. 1]. Спортивная новость содержит факты, результативность и новизну. «Новость – второй по популярности жанр спортивной журналистики. Она относится к группе «резюме», так как емко и коротко сообщает о сути события. Новость используется на всех платформах. Ключевая особенность данного жанра – актуальность» [1, с. 3]. Интервью также является важным жанром спортивной журналистики, который популяризирует достижения спортсменов, передавая их эмоции. «Существует огромное количество разновидностей интервью, и каждое может оказаться актуальным. Один из самых популярных типов – блиц-интервью, активно используется в перерывах соревнований или сразу по итогам» [1, с. 3]. Живой комментарий участников транслируемых соревнований повышает интерес аудитории к ним.

В периодических печатных изданиях, кроме информационных жанров (заметка, отчет, интервью), встречается и аналитическая статья, ориентированная на глубокое освещение спортивных событий. Авторы таких публикаций уделяют внимание вопросам развития современного спорта и раскрывают роль спортивной журналистики в формировании здорового образа

жизни. Однако в процессе трансформации СМИ большинство строгих аналитических материалов для привлечения внимания аудитории дополняется развлекательным контентом. Данная тенденция наблюдается в спортивном информационном пространстве Японии, которое характеризуется богатством жанров спортивных публикаций СМИ: от традиционных новостных и аналитических материалов до современных развлекательных публикаций. Как утверждает ученый Сугияма Шигеру, здесь проявляется функция сочетания объективности и субъективности в освещении спортивных событий. «Деятельность в спортивной журналистике осуществляется сообщаемостью (фиксирование), оценочностью (критика), развлекательностью (сюжетный образ спорта)» [2, с. 162]. В соответствии с данными принципами спортивная информация, обработанная журналистами, уже не является полностью нейтральной, а становится весьма эмоциональной.

Спортивная журналистика Японии отличается жанровым своеобразием. В спортивных публикациях печатных периодических изданий используются все типы жанров. Кроме информационных заметок и аналитических статей, часто встречается такой художественно-публицистический жанр, как очерк, рассказывающий о спортивных достижениях и жизни атлетов. Для того чтобы спортивные материалы в японской печати были интересными, журналисты используют следующие элементы: фотоизображение – дает читателям не только убедительность в сообщаемых фактах, но и зрелищный эффект восприятия новостей; статистические данные – предоставляют подробности о достижениях игроков или команд, более объективно информируя о результатах соревнований с их участием (например, сообщая о рекордах спортсменов); сюжетное начало – создает впечатляющий рассказ о спортивных событиях. «Для освещения спорта с использованием любых методов информирования важно описать событие интересно и занимательно. При этом можно сознательно изменить порядок постановки элементов в основной структуре предложения «начало – процесс – поворот – результат», начиная сразу с написания «результата» или «поворота» [3, с. 183]. В японском медиaprостранстве только спортивным журналистам позволяют субъективно освещать новости и откровенно выражать собственные впечатления от происшествий. Материалы с оценками и мнением журналистов или специалистов (комментаторов в рубрике, спортсменов и тренеров в интервью) читаемы и востребованы.

Спортивные события освещаются в спортивных отделах общенациональных и региональных общественно-политических (и экономических),

спортивных газетах, а также в специализированных. Материалы данных изданий различаются по содержанию, несмотря на то, что журналисты используют одни те же жанры. Общенациональные общественно-политические газеты освещают преимущественно популярные в стране виды спорта (бейсбол, футбол, марафон, плавание, фигурное катание) и достижения японских участников соревнований по указанным дисциплинам, что способствует укреплению сплоченности народа и единства общества в спортивной сфере. Японские региональные газеты в сотрудничестве с информационными агентствами информируют о развитии современного спорта в своих районах, а также в стране и за ее пределами. «Тексты информационных агентств «Киодо цусин» и «Дзидзи цусин», особенно их спортивные материалы, обычно нейтральны по содержанию. Получая публикации этих информагентств, региональная пресса публикует на своих спортивных страницах острые комментарии и современную аналитику, а также немалый объем информации о зарубежном спорте» [2, с. 157]. Это удовлетворяет широкий спектр потребностей спортивной аудитории. Специализированные спортивные газеты предоставляют достаточно широкую и разнообразную информацию в более привлекательной форме. На их цветных полосах заголовки, подзаголовки, тексты с эмоциональными фразами и зрелищными фотографиями печатаются яркими выразительными шрифтами, в них также присутствует множество жаргонов и метафор в качестве специальных кодов, которые может разгадать только определенный круг любителей спорта. Данные спортивные издания относятся к массовым. Их публикации отличаются от материалов спортивных отделов качественных общественно-политических газет.

За спортивной информацией в японской печати большинство жителей обращается все же к общенациональным общественно-политическим газетам. Их форматы определяются размерами печатной страницы ближе к А2 в 406 мм на 546 мм, а один утренний (главный) номер составляет 30–40 полос (из них 2–5 страниц являются спортивными), на которых основные тексты печатаются вертикально со знаками азбуки и иероглифами в японском языке, а также с английским алфавитом и арабскими цифрами, которые порой выражаются иероглифами.

Обратимся к спортивному контенту одной из крупнейших японских газет «Асахи симбун», которая выходит тиражом в 5 млн 160 тыс. 355 экз. (по статистическим данным японского аудиторского бюро тиражей «АВС» за первое полугодие 2020 г.). Всегда востребованы ее публикации, посвященные трем важнейшим для японского народа спортивным событиям:

профессиональным бейсбольным матчам в стране; чемпионату мира по футболу; олимпийским соревнованиям. При изучении заголовков и текстов этих материалов раскрываются жанровые особенности освещения спорта в современных СМИ Японии. Исследуем начало новостной заметки о бейсболе, опубликованной 15 июля 2021 г. в утреннем номере «Асахи симбун»:

**«Третья честность» Сузуура, который показал успешный результат в своем городе, – матч профессиональной бейсбольной лиги Японии между командами Nippon-Ham Fighters и Orix Buffaloes**

*«Я вернулся, наконец показав лучший результат на третью честность!», – игрок-защитник команды Nippon-Ham Fighters Сузуура успешно выступил в своем родном городе Обихиро. После перехода по обмену из другого клуба Yakult Swallows в 2017 г. он здесь дважды выступал главным питчером, однако не мог принести победу команде.*

В этой заметке содержатся факты и сообщается результат матча. В заголовке используется японская пословица «Третья честность» (обозначает, что цели сможешь достигнуть при третьей попытке), что сравнимо с успехом бейсболиста – героя этого рассказа. Данное средство фразеологической выразительности употребляется для привлечения внимания читателей, лаконично передает главную мысль. В тексте размещено всего лишь 286 знаков. В первом предложении представлена живая речь игрока, в которой также содержится данная пословица. Благодаря этому аудитория воспринимает смысл названия заметки. Материал выполнен по принципу перевернутой пирамиды в журналистике и удовлетворяет основные потребности современных читателей, предпочитающих короткую заметку длинной статье.

Бейсбол до сих пор остается самым приоритетным и популярным видом спорта в Японии, который освещается журналистами круглогодично. Информация о нем постоянно размещается на главных спортивных страницах каждого издания: в бейсбольный сезон дается подробная информация о результатах проходящих игр с детальной таблицей, а вне состязаний выходят публикации о профессиональной карьере знаменитых бейсболистов. Для подготовки таких материалов используются разные жанры: интервью, комментарии, статьи и очерки. Стабильная популярность бейсбола у японцев обусловлена сотрудничеством бейсбольных организаций и СМИ в стране, что способствует их взаимодействию. Некоторые крупные газеты Японии являются владельцами профессиональных бейсбольных клубов, а другие периодически организуют и проводят популярные турниры по бейсболу в стране.

Далее обратимся к фрагменту сюжетного (портретного) очерка о представителе сборной Хорватии по футболу. Материал был напечатан в утреннем номере «Асахи симбун» 14 июля 2018 г.:

***Успешная история [анонимного] главного тренера сборной Хорватии Златко Далич на чемпионате мира по футболу***

*«На проводимом в России турнире хорватская команда впервые в истории вышла в финал кубка мира по футболу. Ее возглавляет Златко Далич (51 год), который делал свою карьеру в Азии. До этого он не был в числе выдающихся футболистов, не играл в национальной команде, не был известным в стране тренером, но сейчас открывает новые страницы истории Хорватии. «Не нужны деньги», – он вступил в должность главного тренера в октябре прошлого года».*

Эта публикация относится к группе художественно-публицистических жанров и освещает достижения конкретного субъекта, чей талант раскрылся именно на текущем соревновании, находящемся в центре внимания мира. В тексте, включающем 1207 знаков, не употребляются фразеологизмы, метафоры и сравнения, которые часто встречаются в других спортивных публикациях. Факты, содержащиеся в очерке, сами по себе удерживают внимание целевой спортивной аудитории издания. Только в заголовке использовано прилагательное «анонимного» как антонима к большинству позитивных слов в тексте, что мотивирует аудиторию к дальнейшему чтению. Действие повествования начинается с сенсационной новости о том, что происходит в настоящий момент, а потом автор углубляется в историю карьерного пути героя до наблюдения его нынешнего успеха. Здесь присутствуют сенсация и новизна, которые могут изменить стереотипное представление читателей об освещаемом событии. Кроме того, в газете «Асахи симбун» публикуются материалы о мировых футбольных звездах. Во время турнира в 2018 г. она ежедневно посвящала несколько страниц утреннего номера описанию матчей между зарубежными командами. В этих публикациях содержатся глубокий анализ игр и информация о развитии мирового футбола. Важнейшими особенностями освещения кубка мира по футболу в японских СМИ являются правдивость и нейтральность подачи контента в сочетании с популяризацией достижений японских и зарубежных футболистов.

Исследователь Мацумото Эцуюко отмечает важность этой тенденции, присущей японским спортивным СМИ, которая наблюдается с момента проведения чемпионата мира по футболу в Южной Корее и Японии в 2002 г. «Во время кубка мира по футболу, проходившего

на домашней площадке, на читаемых страницах рубрики «Общество» крупных газет Японии ежедневно публиковались спецрубрики, посвященные истории конкретных участников этого турнира. В газете «Асахи симбун» материалы о японских футболистах заняли только 16% всех исследуемых публикаций о футбольных звездах (о 4 японцах из освещаемых 25 человек), а в «Ёмиури симбун» – 33% (о 6 японцах из 18 человек), «Майнити симбун» – 39% (о 7 японцах из 18 человек). В отличие от освещения других международных состязаний и олимпийских игр, в ходе этого футбольного соревнования японская пресса, в частности газета «Асахи симбун» (она была официальным спонсором турнира в 2002 г.), посвятила большое количество публикаций и зарубежным игрокам [4]. Рассказ о спортивной и личной жизни спортсменов из разных стран мира представляет собой важный контент современных медиа, который эмоционально воздействует на общественное сознание.

В современном информационном пространстве Японии приоритетное внимание уделяется освещению олимпийских игр, информация о которых наполнена патриотическим пафосом и гордостью за успехи игроков национальных команд. В ходе организации и проведения летних Олимпийских игр в Токио в 2021 г. крупнейшие японские газеты «Ёмиури симбун», «Асахи симбун» и «Майнити симбун», выступающие в качестве официальных спонсоров соревнования, значительный объем своих публикаций посвятили тогда данному спортивному мероприятию. Материалы отличаются жанровым разнообразием, среди них встречаются новостные заметки, аналитические статьи и сюжетные очерки.

В честь открытия Токийской Олимпиады газета «Асахи симбун» размещала на полосах рубрику под названием Beyond о зарубежных участниках. Проанализируем ее материал, посвященный украинской спортсменке, который был опубликован в утреннем номере «Асахи симбун» 23 июля 2021 г.:

***(Beyond Лучшие атлеты) Универсальная новая звезда, 20-летняя [Анаконда] Дария Билодид на Токийской Олимпиаде***

*«Дария Билодид (Дзюдо. Женщины. Украина) – Ее называют [Анакондой]. Новая украинская звезда, которая занимается дзюдо в весовой категории до 48 кг, словно гигантский удав захватывает соперниц. В этой категории она достаточно высока – ростом 172 см. Длинными руками и ногами она демонстрирует сильные броски “ути-мата” и “о-ути-гари”. А также хорошо владеет удушающим приемом “треугольника”, захватывающим шею и руку соперницы ногами».*

Это часть портретного очерка, в котором употребляются образные средства языка. Данный прием используется современными журналистами Японии для повышения развлекательных качеств спортивных публикаций. В заголовке применяется метафора «Анаконда», а в первом фрагменте текста – сравнение «словно гигантский удав». Далее идет пояснение, почему так называют спортсменку, и в повествовательном стиле с использованием специализированной лексики излагается история жизни героини. Таким образом, текст, состоящий всего из 734 знаков, насыщен по содержанию и сразу привлекает внимание читателей.

Такие публикации свидетельствуют о важности освещения зарубежного спорта в японских медиа, потому что они способствуют развитию международного спортивного движения и популяризации физической культуры в стране. Вместе с тем в связи с увеличением количества японских спортсменов, достигающих высоких результатов на международных соревнованиях по различным спортивным дисциплинам, уменьшается объем публикаций о техническом мастерстве зарубежных спортсменов, а также об особенностях их морально-психологической подготовки к соревнованиям и культурной идентичности.

В расширении информационного пространства спортивной медиакommunikации Японии доминирующую роль играют прямой эфир на телевидении и текстовая трансляция в мультимедийной журналистике. В изучении функционирования данных платформ выявляется тенденция трансформации языка современных спортивных СМИ. Спортивные программы японских телеканалов выходят как в специализированном формате (оперативное и реальное отображение спортивных событий в виде прямого эфира или документального фильма), так и в развлекательном (ток-шоу). Трансляция соревнований в сочетании двух различных методов освещения спортивных событий пользуется большим вниманием зрителей. При этом они могут поделиться спортивными эмоциями с участниками программы – ведущими, комментаторами, экспертами, а также специальными гостями в спортивной и других сферах жизнедеятельности общества.

В телевизионных жанрах спортивной журналистики Японии пересекается множество форм устной речи: от красноречия, медиариторики до сленгов и жаргонизмов. В работе исследователя Чон Хе Сон анализируется живая речь диктора в программе японского телеканала «Тэрэби Асахи», посвященной финалу чемпионата мира по водным видам спорта среди мужчин на 200 м брассом, который проходил в Шанхае в 2011 г. В этом исследовании раскрывается характеристика речевых функций спортивной тележурналистики

Японии. «Постоянное употребление разговорного стиля японскими ведущими в прямом эфире рассматривается как непосредственное выражение чувств и четкое визуальное описание. Это вместе с реальным видеоизображением состязания в скорости передвижения в минуту и секунду дает зрителям ощущение реального присутствия и привлечения их внимания к экрану» [5, с. 4]. Владение каждым видом речевой деятельности на высоком уровне в телеэфире как эффективный метод психологического воздействия способствует расширению спортивной аудитории.

Что касается сетевых спортивных публикаций новых медиа, то они присутствуют в деятельности ведущего специализированного спортивного сайта Японии Sportsnavi. Он представляет подборку спортивных рубрик японских журналистов и оригинальные публикации о спорте в таких жанрах, как колонка, интервью и новость. В качестве примера можно исследовать материал, опубликованный редакцией сайта 13 февраля 2020 г.:

*«Токио 2020, реализуемое Аясэ Харука и детьми, – плодотворный путь к достижению цели».* После этого заголовка размещены два подзаголовка *“Обучаться у атлетов из 47 префектур Японии”* и *“Представить себя на месте атлетов, стремящихся к [мечтам и их реализации]”* с основными текстами и четырьмя комментированными фотографиями. Вместе с тем освещается мероприятие, посвященное предстоящей Токийской Олимпиаде, в котором участвовал 61 ученик шестого класса в одной из местных школ. Туда была приглашена как почетный гость известная актриса Аясэ Харука. В первом абзаце текста раскрывается актуальность подготовки города к проведению олимпиады в области образования: *«В Токио, где состоятся олимпийские и паралимпийские игры в 2020 г., с 2016 г. во всех общественно-государственных школах проводят [олимпийские и паралимпийские уроки], что предоставляет детям различные возможности обучения».* В четвертом абзаце представлена одна программа в честь ожидаемого старта олимпийских игр “Beautiful JAPAN towards 2020”: *«В рамках этого проекта актриса Аясэ Харука за 6 лет посетила атлетов в 47 префектурах, чтобы последить за их стремлением к осуществлению поставленных целей. Занимаясь некоторыми видами спорта, Аясэ-сан укрепляла отношения с атлетами. И дети, восхитившись этими атлетами, которые стараются реализовать свои мечты, пришли к выводу: «Если не проиграешь самому себе, то сможешь сделать все возможное!», «Не сдайся, – мечта сбудется!».* Далее дается описание процесса прохождения и завершения

мероприятия, раскрывается плодотворность общения Аясэ с детьми, которые поделились собственными мечтами.

В данном материале представлены характеристики, присущие спортивным публикациям в японской журналистике. В одном из фрагментов текста три раза употребляется имя существительное «атлеты». Слово «атлет» вместо существительного «спортсмен» все чаще используется в публикациях японской прессы с целью определения различия между этими двумя терминами. «Особенно с 2000 г. заметно, что слова “олимпиада” и “спорт” сочетаются с “атлетом”. Это свидетельствует о том, как новый “спортивный субъект” выражается словом “атлетом”» [6, с. 49]. На страницах японских газет он представляется самостоятельным и независимым спортивным индивидом, который сам себе обеспечивает карьеру (например, получая доходы от предоставления рекламных услуг тем или иным компаниям). Это отличается от прежнего образа спортсмена, поддерживаемого государством и предприятием, на котором он работает. Присутствие информации об участии знаменитых представителей разных сфер (в данном случае в области киноискусства) в освещаемом спортивном событии делает публикацию более интересной и усиливает значимость подаваемого спортивного контента.

Кроме оригинальных публикаций, Sportsnavi выставляет в сеть ряд актуальных новостей о спортивных событиях, освещаемых другими медиа и информационными агентствами. Главная страница сайта содержит вкладки по различным видам спорта, на каждой из которых размещаются заметки, детальные отчеты, фото- и видеорепортажи, статьи, комментарии, очерки, эссе, взятые из публикаций основных спортивных

СМИ Японии. В качестве их представителя Sportsnavi демонстрирует универсальные информационно-коммуникационные технологии, которые обеспечивают стабильность и эффективность работы спортивных журналистов.

**Заключение.** Самым востребованным контентом спортивной журналистики Японии являются бейсбол, чемпионат мира по футболу и олимпийские игры современности. Информация об этих приоритетных в стране видах спорта дается в различных жанровых формах. Наиболее широкий жанровый диапазон наблюдается в публикациях периодических печатных изданий. В текстах их спортивных материалов, помимо публицистического стиля, используются обороты устной речи, образно-выразительные средства языка, что значительно повышает читательский интерес. Аудиовизуальные СМИ запускают программу таких популярных передач, которые представляют собой прямые трансляции соревнований, документальные фильмы о достижениях спортсменов, дискуссию в виде развлекательного ток-шоу с приглашением экспертов и знаменитостей (атлетов, артистов, певцов) на обсуждение актуальных спортивных событий. Спортивные публикации традиционных СМИ выходят и в сетевое пространство. Текстовая трансляция с фото- и видеоизображением, представляющая мультимедийной журналистикой, востребована современной аудиторией. Жанровая специфика материалов спортивной журналистики Японии заключается в сочетании эмоционально-экспрессивного выражения субъективного отношения журналиста к текущим событиям с их объективным описанием в таких формах, как информационная заметка, аналитическая статья и портретный очерк.

### Список литературы

1. Шершнева Ю. С. Жанры спортивной журналистики: современные тенденции // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2016. № 3 (7). 5 с.
2. 杉山 茂. スポーツは誰のためのものか. 東京: 慶応義塾大学出版株式会社; 2011. 280 p. = Сугияма Шигеру. Для кого существует спорт. Токио: Издательство университета Кейогидзюку-дайгаку, 2011. 280 с. (На японском языке).
3. 黒田 勇. メディアスポーツへの招待. 京都: ミネルヴァ書房; 2012. 211 p. = Курода Исаму. Приглашение в медиаспорт. Киото: Минерва, 2012. 211 с. (На японском языке).
4. 松本 悦子. マス・メディアとスポーツ報道をめぐる問題 – 朝日新聞における; 2002年W杯報道を事例に –. 東京: 立教大学社会学部 編, 応用社会学研究 = The journal of applied sociology : 立教大学社会学部研究紀要 № 45; 2003. P. 123–134. Мацумото Эцуко. Проблемы Масс-медиа и освещения спорта – на примере подачи информации о чемпионате мира по футболу 2002 в газете «Асахи симбун». Токио: Исследование прикладной социологии. 2003. № 45. С. 123–134 (На японском языке).
5. 鄭 惠先. スポーツ情報番組のジャンルによる語用論的特徴 : 日韓対照で見られるスピーチレベルシフトの相違に注目して. 北海道: 北海道大学国際本部留学生センター, 北海道大学国際教育研究センター紀要 № 21, 2017. P. 1–13. = Чон Хе Сон. Прагматические особенности в жанрах спортивных программ: различие в сдвиге уровня речи между японским и корейским языками // Хоккайдо: журнал международного образовательного и исследовательского центра университета Хоккайдо. 2017. № 21. С. 1–13 (На японском языке).

6. 石井 克. 「アスリート」言説によって構築される〈スポーツする主体〉: 新聞報道におけるスポーツ言説の分析. 北海道: 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院; 国際広報メディア・観光学ジャーナル № 30; 2020. P. 43–60. Исии Масару. «Спортивный субъект», построенный дискурсом [атлета]: анализ спортивного дискурса в газетном освещении // Журнал международной академии связей с общественностью, медиа и туризма. 2020. № 30. С. 43–60 (На японском языке).

#### References

1. Shershneva Y. S. Genres of Sports Journalism: Current Trends. *Uchenyye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific note of Novgorod State University], 2016, no. 3 (7). 5 p. (In Russian).
2. Sugiyama Shigeru. Sports wa dare no tame no monoka. *For whom the sport*. Tokyo, Keiogijuku University Press Publ., 2011. 280 p. (In Japanese).
3. Kuroda Isamu. Mediasports eno shotai. *Invitation to media sport*. Kyoto, Minerva Publ., 2012. 211 p. (In Japanese).
4. Matsumoto Etsuko. Masu • media to sports wo meguru mondai – asahi shinbun ni okeru 2002 W hai hodo wo jirei ni. *Some Issues on Media and Sport: From the Coverage of 2002 WORLD CUP in the Asahi Shinbun*. Tokyo, Rikkyo University Faculty of Sociology, edit, Applied Sociology. 2003, no. 45, pp. 123–134 (In Japanese).
5. JUNG Hyeseon. Sports joho bangumi no janru ni yoru goyouronteki tokucho: nikkann taishou de mirareru speech level shift no soui ni chumoku shite. *Pragmatic features of sports information programs caused by genre: Difference of speech level shift in contrastive viewpoint between Japanese and Korean*. Hokkaido, Hokkaido University International Headquarters International Student Center, Hokkaido University International Education and Research Center journal. 2017, no. 21, pp. 1–13 (In Japanese).
6. Ishii Masaru. “Asuriito” gensetu ni yotte koutiku sareru “sports suru shutai”: shinbunhodo ni okeru sports gensetu no bunseki. *Sports Entities’ Constructed by the Term “asuriito (Athlete)” : Analysis of the Sports Discourse in Newspaper Reports*. Hokkaido, Hokkaido University Graduate School of International Media and Tourism, International Media and Tourism Journal. 2020, no. 30, pp. 43–60 (In Japanese).

#### Информация об авторе

**Танака Хитоши** – соискатель. Белорусский государственный университет (220030, г. Минск, пр. Независимости, 4, Республика Беларусь). E-mail: hitofood@yahoo.co.jp

#### Information about the author

**Tanaka Hitoshi** – external doctorate student. Belarusian State University (4, Nezavisimosti Ave., 220030, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: hitofood@yahoo.co.jp

Поступила 12.11.2021