Секция «Социология коммуникативных систем»

Медиатизация спортивного пространства России.

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Ипполитова Мария Андреевна
Студент (бакалавр)
Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия
E-mail: ippolitova@student-union.ru

На границе XX - XXI столетий возникают такие понятия, как: «медиа», «медиакультура», «масс-медиа», «средства массовой коммуникации» и т.п., за которыми следует и медиатизация общества. Медиа - это термин, который был введен для характеристики технических продуктов развития массовой культуры общества. Это понятие обусловило появление другого феномена современности - формирование новой медиа-реальности и современной медиа-среды, в которой живет современное общество.

Исследователи медиатизации общества утверждают, что коммуникационные технологии проникли во все сферы жизни общества. Информационные технологии и изучение их влияния на жизнь общества являются одним из важных вопросов, которые изучает социология. Постепенно формируется новое поле социологических исследований, которые касаются трансформации медиа, влияния медиа на общественную жизнь человека, особенности поведения общества в медиа-эпоху и т.д.

Спорт адаптировался к условиям информационного общества, в котором представления и опыт человека немыслимы без посредничества масс-медиа. Он сделался одним из наиболее популярных мировых шоу, в производстве и распространении которого ключевую роль играют СМИ. В «обществе зрелищ» доля тех, кто участвует в спортивных состязаниях, и даже тех, кто их посещает, неизмеримо меньше аудитории телевизионных и интернет - болельщиков. Привычным местом бытования спорта стал телеэкран: с его помощью соревнования вышли на глобальный уровень и адресуются всем.

Для того чтобы сделать спорт настолько востребованным, каким он является и сегодня, информационное пространство для начала превратило его в глобальный тренд, способствуя распространению образов, так или иначе связанных со спортом, по всей планете. За прошедшие несколько десятилетий телевидение и другие виды СМИ приучили аудиторию следить за спортом, потребляя образы борьбы за лидерство, психологических поединков, спортивных триумфов и поражений. В современном обществе, где средства коммуникации предполагают все новые формы интерактивного и индивидуализированного восприятия спорта, огромными темпами растет и его медиа-аудитория. Именно поэтому сейчас также очень актуальны исследования спортивного пространства России.

Профессиональные спортсмены нередко подвергаются медиа-атакам со стороны СМИ, со стороны поклонников в сети Интернет и так далее. В свете последних громких международных скандалов, связанных с МОК и допинг-контролем российских спортсменов, актуальность данной работы значительно увеличивается.

Профессиональный спорт всегда был международным продуктом, однако вместе с процессом глобализации, проходящем по всему миру на рубеже веков, он переходит в иное - уже транснациональное состояние. Наглядным признаком процесса глобализации спорта можно назвать хотя бы миграцию спортсменов, которые не только переезжают из страны в страну, чтобы участвовать во всевозможных соревнованиях, но и надолго покидают родину, заключая контракты с зарубежными спортивными организациями. Подобные изменения происходит и в среде поклонников спорта, которые поддерживают и следят за

выступлениями команд и спортсменов независимо от их гражданских и национальных принадлежностей.

Средствам массовой информации очень выгоден спорт, так как он с его множественностью дисциплин и регулярностью соревнований способен быть источником свежей информации, которая отвечает требованию к быстрому обновлению. Помимо информирования у масс-медиа есть и другая функция - развлекать и заполнять досуг. И спорт способен справляться и с этой задачей СМИ - являясь ведущей формой народной культуры во многих странах, он привлекает к экранам телевизоров рекордные аудитории своих болельщиков и любителей.

Спорт в масс-медиа тесно связан с такой программной областью как реклама. Общеизвестно, что средства массовой информации получают большой доход от продажи рекламы «на фоне спорта». Так телевидение извлекает значительную прибыль от продажи рекламного времени во время трансляции популярного спортивного события.

Волонтерство в области спорта также является одним из популярных направлений. За последние 5 лет волонтерское движение в России становится неотъемлемой составляющей организации и проведения крупных международных спортивных мероприятий. К ним можно отнести Универсиаду в Казани 2013, Олимпийские и Паралимпийские Игры в Сочи 2014, Всемирный Фестиваль Молодежи и Студентов 2017, Кубок Конфедерации 2017 и Чемпионат мира по футболу 2018, а также различные Кубки мира по зимним видам спорта, которые входят в программу Олимпийских игр. Только для работы на прошедшей зимней Олимпиаде-2014 в городе Сочи было привлечено более 25.000 волонтеров. Количество волонтеров на Кубке Конфедерации составило 5.500 человек, а на Всемирном Фестивале Молодежи и Студентов принимали участие 5.000 волонтеров со всех регионов России. Во время проведения Чемпионата мира по футболу в России планируется задействовать более 17.000 волонтеров основного состава из 150 стран мира + 3.000 волонтеров резерва. Добровольчество привносит дух единения в жизнь любого сообщества, а на уровне малых социальных групп способствует формированию межличностных связей между её членами на основе принятия всеми системы общечеловеческих ценностей.

Источники и литература

1) Debord G. Society of the Spectacle. Detroit: Black& Red, 2000
2) Schulz W. Reconstructing mediatization as an analytical concept // European Journal of Communication. – 2004. – Vol. 19 (1). – P. 87–101.
3) Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2004. – 432 с.
4) Гидденс Э. Мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
5) Ильченко С.Н. Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного взаимодействия. Вестиник СПбГУ. Сер. 9, 2009, вып.4
6) Горшков М.К., Шереги Ф.Э.. Молодежь России: Социологический портрет. М.,2010,591 с.
7) Ситаров В.А., Л.Е. Сикорская. Добровольческая деятельность, как школа нравственного становления молодёжи. Журнал «Проблемы педагогики и психологии» №1 – 2010г. – 161с.