Ефанов Александр Александрович

Кандидат социологических наук, доцент

Департамент медиа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации, Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: yefanoff_91@mail.ru

Aleksandr A. Yefanov

PhD in Sociology, Associate Professor

Department of Media, National Research University Higher School of Economics; Department of Language Arts and Intercultural Communication, Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russian Federation, e-mail: yefanoff_91@mail.ru

Политизация спорта посредством медиа: синкретизм социальных институтов

Аннотация. Цель настоящего исследования заключается в обосновании синкретического процесса — политизации спорта посредством медиа. События 2018 г. заставили рассматривать конструируемую медиакартину с позиций публитизации политического конфликта, в рамках которой происходила репрезентация спортивной повестки. Используется комплекс методов: дискурс-анализ материалов российских и зарубежных медиа, а также блогов основных российских инфлюенсеров; интен-анализ комментариев пользователей в социальных сетях; вторичный анализ данных социологических исследований. Хронологические рамки исследования: январь–июль 2018 г. Автор приходит к выводу, что олимпийский скандал в отношении российской Сборной активно освещался европейскими и западными медиа, которые оперировали не только риторикой иронии, но и риторикой мнимой справедливости. А обнаружение в крови керлингиста А. Крушельницкого мельдония и лишение его бронзовых наград Олимпиады-2018 стало для западных медиа главным доказательством недобросовестного поведения Сборной. В свою очередь, репрезентация конфликта российскими медиа представляла собой зеркальную реакцию. Политизация спорта посредством медиа продолжилась весной-летом 2018 г. во время подготовки и проведения в России Чемпионата мира по футболу. Несмотря на превалирование негативных сообщений в повестке дня зарубежных изданий в преддверии Чемпионата, репрезентация данного спортивного события российскими медиа работала по принципу медиасолидаризации и создавала атмосферу всеобщего спортивного праздника с акцентом на толерантность, обеспечение безопасности и соответствие международным стандартам. Это заставило ряд западных медиаконтролеров начать придерживаться риторики признания.

Ключевые слова. Спорт, политика, медиа, синкретизм, социальные институты.

Информация о статье. Дата поступления 2 ноября 2020 г.; дата принятия к печати 12 февраля 2021 г.; дата онлайн-размещения 24 марта 2021 г.

Politicization of Sports Through Media: Syncretism of Social Institutions

Abstract. Modern realities suggest a special syncretic process – the politicization of sports through the media. Despite the fact, that such determinants are dialectically characteristic of countries in conditions of international tension (including latent nature), as was the case in the 20th century during the many years of confrontation between USSR and USA, the events of 2018 forced to view this picture from the standpoint of publishing political conflict, in which there was a representation of sporting events. The Olympic (so-called «doping») scandal against the Russian National Team was actively covered by European and Western media, which operated not only with rhetoric of irony, but also with the rhetoric of imaginary justice. And the discovery in the blood of a curling expert A. Krushelnitsky, meldonium and, as a result, the deprivation of his bronze medals at the Olympics-2018 became for the Western media the main (and only) proof of dishonest behavior of the National Team. In turn, the representation of the conflict by the Russian media was a mirror reaction. The politicization of sports through media at the present stage continued in the spring and summer of 2018 during the preparation and holding of the World Cup in Russia. Despite the prevalence of negative messages in the media agenda of foreign publications on the eve of the Championship (operating with the rhetoric of unreasonableness), the representation of a sporting event by the Russian media, which worked on the principle of media solidarization (complementing the agendas of «traditional» media and «new media» — blogging, social media) in accordance with the laws of media logic, constructed the atmosphere of a universal sports festival, which manifested itself at the level of high organization of both football matches at all sports venues in the country, and out-of-stage performances (flash mobs, concerts, etc.), with an emphasis on tolerance, security, service compliance with international standards, forced a number of Western and European media controllers begin to adhere to the rhetoric of recognition.

Keywords. Sport, politics, media, syncretism, social institutions.

Article info. Received November 2, 2020; accepted February 12, 2021; available online March 24, 2021.

Введение

В настоящее время репрезентация спортивной повестки невозможна вне контекста медиа. Определяющую роль в данном процессе играет медиалогика как технология «трансформации события посредством медиатрансляции для достижения планируемого эффекта поступка, действия. Выстраивание социальной жизни с учетом требований медиа приводит к доминированию медиалогии в общественной жизни. Она становится сущностной характеристикой современных институ-

тов, становясь похожей на определенные "правила жизни"» [1, с. 84]. Иными словами, спорт под воздействием медиалогии превращается в некое шоу — зрелище, подчиненное телевизионным законам:

– времени выхода в эфир (преимущественно в прайм-тайм);

– правилам съемки (панорамы, обилие крупных планов как спортсменов, так и болельщиков с репрезентацией эмоций, замедленные повторы);

– паралингвистическим особенностям комментаторского текста

(интонация, паузы, темп речи, тоналность, смысловые ударения);

– наличие специальных слотов для размещения рекламных блоков (стоимость эфирной секунды во время ключевых матчей возрастает в цене в десятки раз).

С усилением роли социальных медиа в структуре современного медиапространства медиалогика начинает также рассматриваться как технология инкорпорирования медиасобытий (а вместе с тем и создаваемых медиаобразов) в социальную повседневность, когда формальная (официальные страницы как «расширение» эфирного пространства, прежде всего, телевидения) и неформальная (личные профили акторов) репрезентации в своей совокупности позволяют конструировать повестку дня, в результате чего добиваясь максимальной вовлеченности аудитории.

Исследовательские рамки проблемы

Спорту как особому роду симуляции, порождающей мимирию, посвящены работы Р. Кайуа [2]. Ритуализация спорта находит отражение в трудах С. Биррель [3]. Спорт с позиций канала выхода агрессии (с прицелом на медиа) анализирует А.В. Шутов [4]. Научным осмыслением спорта как вещательного тренда занимаются С.Н. Ильченко [5] и А.А. Новикова [6]. Спорт как информационный товар рассматривает Д.Ш. Богданова [7]. Роль спорта в структуре медиакommunikаций является предметом исследований Е.А. Войтик [8], Д.В. Десюка [9], Н.Ю. Корнеева [10], А.А. Люлевича [11], Ф.И. Шаркова, В.В. Силкина, Р.А. Лайшева [12], Р.Р. Гамбарато, С.Г. Давыдова [13],

Дж. Тоней [14], В. Андреева [15]. И.В. Кирия придерживается экономического подхода, эксплицируя модели использования институтов медиа для обеспечения контроля со стороны Правительства за спортивной сферой [16]. Место массового спорта в системе государственной политики и его пропаганда посредством медиа изучают В.В. Волкова, В.Н. Акулинин [17], Р.А. Сабилов [18], П.А. Виноградов, Ю.В. Окуньков [19].

Политологический подход к спорту как проявлению «мягкой силы» и ресурсу власти осуществляет В.А. Корнеева, на примере Олимпиады-2014 обосновывая приемы демонизации, дегуманизации и имморализма [20]. В указанном контексте необходимо отметить, что, по утверждению Г. Саймонса, «феномен «мягкой силы» заключается в установлении предпочтений, обычно связанных с нематериальными активами — привлекательной личностью, культурой, политическими ценностями и институтами, а также политикой, рассматриваемой как законная или имеющая моральный авторитет» [21, р. 7]. Данный тезис также находит отражение в трудах С.Е. Мартыненко, который обозначает спорт как инструмент политического воздействия, подчеркивая диалектическую взаимосвязь двух социальных институтов [22]. Фрейминг британскими медиа образа России в ходе проведения крупных спортивных мероприятий отражается в исследовании А.А. Маннина и Н.Ю. Озорниной, в рамках которого авторы приходят к выводу, что в анализируемых изданиях превалирует негативная риторика при репрезентации спортивной повестки в контексте имиджа конкретной страны [23].

Таким образом, современные реалии позволяют говорить об особом синкретическом процессе — политизации спорта посредством медиа. В октябре 2018 г. в первом выпуске нового сезона программы «Познер» на Первом канале гость студии, тренер сборной России по футболу С. Черчесов, откровенно признался, что спорт и политика неотделимы¹. Несмотря на то, что подобные детерминанты преимущественно характерны для стран, находящихся в условиях международной напряженности (в том числе латентной природы), как это было в XX в. во время многолетнего противостояния СССР и США, события 2018 г. заставили рассматривать данную картину с позиций публитузации политического конфликта, в рамках которой происходила репрезентация спортивных событий.

Предметом настоящего исследования является феномен политизации спорта посредством медиа. Используются комплекс методов: дискурс-анализ материалов российских (Первый канал, «Россия 1», НТВ) и зарубежных медиа (*Associated Press, Bloomberg, Guardian, Independent, La Regle du Jeu, Reuters, Times, USA Today, Washington Post*), а также блогов основных российских инфлюенсеров, имеющих аудиторию более 5 млн подписчиков (Н. Соболев, А. Сардаров, Ю. Дудь, Н. Ивлеева); интент-анализ (посредством системы «Медиалогия») комментариев пользователей в социальных сетях («ВКонтакте», *Instagram*); вторичный

анализ данных социологических исследований («Чемпионат мира по футболу: общие впечатления» (Фонд «Общественное мнение»)). Единицей анализа выступают медиатексты различных видов (в полях телевидения, периодических изданий и блогов) как репрезентанты темы, связанной с проведением в России Чемпионата мира по футболу. Тип выборки: сплошной. Хронологические рамки исследования: январь–июль 2018 г.

Событийный контекст проблемы сквозь призму медиаисследования

После триумфального выступления Сборной РФ в Сочи на Олимпийских Играх в конце 2014 г. в эфире немецкого телеканала *ARD* вышел фильм, в котором супруги Юлия и Виталий Степановы (Юлия входила в Сборную России по легкой атлетике, но в 2013 г. была дисквалифицирована из-за употребления допинга, а Виталий ранее работал в Российском антидопинговом агентстве (РУСАДА)) обнародовали информацию, что якобы в России среди спортсменов повсеместно используется допинг, а факты его применения тщательно скрываются. Позднее, в 2016 г., бывший руководитель Московской антидопинговой лаборатории Д. Родченков для газеты *New York Times* предоставил сведения, что в 2014 г. перед зимней Олимпиадой в России была разработана целая «Допинговая программа».

После этого по результатам независимой экспертизы Всемирного антидопингового агентства (ВАДА) Международный олимпийский комитет (МОК) лишил Сборную Россию 13 наград Зимней Олимпиады (как следствие, наши спортсмены в об-

¹ Гость Станислав Черчесов. Познер. Выпуск от 8.10.2018 // Первый канал. 2018. URL: <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-stanislav-cherchesov-pozner-vypusk-ot-08-10-2018>.

щekomандном зачете опустились с первого на третье место), а несколько олимпийцев, заподозренных в употреблении запрещенных веществ, были пожизненно дисквалифицированы. В итоге Олимпийское собрание приняло решение допустить к Играм в Пхенчхане лишь 169 российских спортсменов (из 500 заявленных) в составе команды «Сборная атлетов из России», которым предстояло выступать под нейтральным флагом.

Весь ход скандала активно освещался европейскими и западными медиа, которые оперировали не только риторикой иронии: *«Заигрались с таблетками»* (*Independent*); *«Их сила — в допинге»* (*Bloomberg*); *«А король-то голый»* (*Associated Press*) и проч., но и риторикой мнимой справедливости (сам контекст репрезентации, связанный с тенденциозностью подбираемых деталей, не позволяет отождествлять данную дискурсивную стратегию с позицией стремления журналистов установить справедливость как некий объективный абсолют): *«Пора платить по счетам»* (*Times*); *«Спорт вне закона»* (*USA Today*) и т.д. В свою очередь, Д. Родченков в репрезентации американских медиа стал своего рода новым героем, пострадавшим за «правду» (по аналогии с Э. Сноуденом и его медиагероизацией в российском поле телевидения [24]). А обнаружение в крови керлингиста А. Крушельницкого мельдония и, как следствие, лишение его бронзовых наград Олимпиады-2018 стало для западных медиа главным (и единственным) доказательством недобросовестного поведения Сборной: *«Допинг-спортсмены»* (*Bloomberg*); *«Секрет их успеха — в допинге»* (*Associated Press*); *«Жаль, сегодня*

невозможно провести перезачет Олимпиад за последние 30 лет. Наград лишилась бы половина российских спортсменов» (*USA Today*).

В свою очередь, репрезентация конфликта со стороны российских медиа представляла собой зеркальную реакцию [25]. Каждая новая деталь данного скандала комментировалась политическими акторами (как первыми лицами страны, так и государственными служащими, уполномоченными за проведение Олимпиады). В сообщениях доминировала риторика защиты «Сборной атлетов из России»: *«Когда в своем глазу бревна не видят, мельдоний мерещится везде»* («Россия 1»); *«Мы готовы к перезачету, а вот не побоитесь ли вы?!»* (Первый канал). Подобные дискурсивные стратегии применялись как в информационных, так и информационно-аналитических программах (своего рода — политических шоу, таких как «Время покажет», «60 минут», «Вечер» с Владимиром Соловьевым» и т.п.).

Каждое сообщение медиа после размещения в поле Интернета подкреплялось комментариями пользователей социальных сетей, в которых превалировала интенция поддержки (70 %): *«Ребята, мы с вами!»* (Игорь ***); *«Мы в вас верим»* (Наталья ***); *«Своих не оставим»* (Дмитрий ***); *«Скандалные. Зимние. Но наши»* (Ольга ***). Кроме того, можно выделить интенцию дискредитации (30 %), которая во многом представляет собой прямое отражение и следствие доминирующей в дискурсе российских телеканалов риторики защиты: *«Нечестная игра для слабаков»* (Владимир ***); *«Наши российские олимпийцы вполне почетно могут называться атлетами, а*

вот их даже на спортсменов-любителей не тянут» (Инна ***); *«Русский человек в любых условиях выстоит, но если бы такие санкции применили к тем же «тепличным» американцам — наверняка показали нулевой результат»* (Алексей ***).

Политизация спорта посредством медиа на современном этапе продолжилась весной-летом 2018 г. во время подготовки и проведения в России Чемпионата мира по футболу. Так, власти Великобритании и Польши приняли решение бойкотировать футбольный праздник, отказавшись от участия в Чемпионате. Позднее о намерении не отправлять свою Сборную также объявило Правительство Исландии. Поводом стал политический скандал, связанный с так называемым «Делом Скрипалей», который начал разворачиваться параллельно с Олимпийскими Играми в Пхенчхане. Зарубежные медиа стали утверждать, что бывший российский агент, осужденный за государственную измену и высланный из страны, Сергей Скрипаль и его дочь Юлия стали жертвами умышленного отравления нервно-паралитическим газом «Новичок», к чему «с большой долей вероятности»² причастна Россия. Объявив бойкот, европейские государства выслали несколько десятков российских дипломатов. Однако позднее выяснилось, что обвинения были необоснованными — отравляющее вещество А-234 по британской классификации производилось десятком западных стран. При этом можно предположить, что для не-

которых лидеров европейских государств ход расследования интересовал в значительной степени меньше, чем сам факт отравления.

В репрезентации ряда западных и европейских медиа Чемпионат мира по футболу в России будет представлять прямую угрозу для жизни. В их сообщениях содержалась риторика опасности: *«Несмотря на многочисленные попытки придать стране товарный вид и улучшить впечатление о ней (включая тюрьмы) накануне турнира, многие фанаты увидят тесные квартиры с минимумом мебели, которые хозяева сдают втридорога на сайте Airbnb. Им придется столкнуться с рытвинами на российских дорогах, летать на ветхих самолетах внутренних авиалиний и ездить в ободранных поездах, но с общительными и компанейскими пассажирами. Кремль ни в коем случае не сумеет построить такую «потемкинскую деревню», которая сможет обмануть гостей и показать Россию не такой, какая она есть на самом деле...»* (Bloomberg). Помимо этого, зарубежные медиаконтролеры оперировали риторикой неразумности: *«Мы уже сейчас можем сказать, что построенные стадионы будут мало использоваться. Это типичный пример неэффективного распределения государственных средств. То же самое было в Сочи. После Олимпиады 2014 года в городе происходят наводнения и перебои с электроснабжением. После окончания Чемпионата стоит ждать отрицательных последствий»* (La Regle du Jeu).

Ситуацию комментировали и представители российского поля политики. Как отмечал член комитета Государственной Думы по физической

² Мэй с «большой долей вероятности» считает Россию ответственной за отравление Скрипаля // Коммерсантъ. 2018. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3570018>.

культуре, спорту, туризму и делам молодежи С. Чепиков, *«сохраняется противостояние. Плохо, что оно переносится на спорт. Политика уже глубоко погружена в спортивные мероприятия, в том числе такие важные, как Чемпионат мира. <...> Сейчас ярко выражена поляриность в международных отношениях. Уже многие страны становятся зависимыми от решения других крупных держав»*³. В свою очередь, спецпредставитель Государственной Думы в международных межпарламентских и общественных организациях по вопросам развития спорта В. Фетисов утверждал, что *«политика не должна ни в коей мере регулировать или регламентировать спортивные отношения. Все эти крупные соревнования, как и Олимпийские игры, существуют для примирения»*⁴.

Особое развитие политизация спорта получила в российской блогосфере, где современные инфлюенсеры, оперируя риторикой неразумности, обличали зарубежных журналистов: *«Да вы, господа, судя по всему, еще и спортивные эксперты — обличители всего российского»* (Ю. Дудь); *«Это же забавно — «наклеивать» на все российское ярлык опасного и жуткого!»* (А. Сардаров); *«Вы приезжайте в Россию. Лично устрою экскурсию по нашим землям и развенчаю стереотипы!»* (Н. Ивлеева); *«Товарищи, пора ме-*

нять свою песню — она уже никому не интересна...» (Н. Соболев).

Однако репрезентация спортивного события со стороны российских медиа, работавшая по принципу медиа-солидаризации (взаимодополнение повесток «традиционных» СМИ и «новых медиа» — блогинга, социальных медиа) в соответствии с законами медиадиалогии, конструирующая атмосферу всеобщего спортивного праздника, который проявлялся на уровне высокой организации как футбольных матчей на всех спортивных площадках страны, так и внестадионных перформансов (флешмобы, концерты и проч.), с акцентом на толерантность, обеспечение безопасности, соответствие сервиса международным стандартам, заставила ряд западных и европейских медиаконтролеров начать придерживаться риторики признания: *«К нашей общей радости и небольшому стыду (и в назидание), Россия, которую мы увидели, оказалась гостеприимной, организованной, современной, отзывчивой — и готовой веселиться»* (*Independent*); *«Этот Чемпионат мира не должен был стать великим. Само решение отдать турнир России казалось неправильным, коррумпированным. <...> Политика нависла и над Чемпионатом мира по футболу — все шло к тому, что болельщики не приедут на соревнования, а те, кто все-таки решится, столкнутся с безразличием или даже враждебностью. <...> Но турнир, который задан с самого начала, становился только лучше, а к финалу оставил свой след в истории как один из лучших Чемпионатов в истории и, вероятно, даже самый лучший»* (*USA Today*); *«Хорошо организованный, праздничный и дружелюбный Чемпионат мира пока-*

³ В Госдуме прокомментировали правительственный бойкот ЧМ-2018 со стороны ряда государств // RT. 2018. URL: <https://russian.rt.com/sport/news/496949-evropa-britaniya-avstraliya-futbol>.

⁴ Как в России отреагировали на бойкот ЧМ-2018 Исландией и другими странами // Рамблер. 2018. URL: <https://news.rambler.ru/other/39461065-kak-v-rossii-otreagirovali-na-boykot-chm-2018-islandiye-i-drugimi-stranami/>.

зал гостеприимную и современную Россию, резко контрастирующую с распространенным представлением о ней как об отсталой, угрюмой и отдаленной стране. <...> Если отбросить в сторону политику, этот турнир очень сильно поднял самооценку россиян. <...> Не было никаких серьезных проблем с инфраструктурой, а безопасность на турнире удалось обеспечить без жестких мер» (Washington Post); «Для В. Путина проведение Чемпионата мира говорит о провале санкций и неспособности западных усилий его изолировать» (Reuters).

Что касается феномена политизации спорта, данная коннотация имплицитно содержится в общественном мнении россиян. Так, согласно результатам опроса Фонда «Общественное мнение» сразу после завершения спортивного праздника, 78 % респондентов посчитали, что прошедший Чемпионат положительно повлиял на представления о России в мире. При этом 70 % опрошенных позитивно отнеслись бы к проведению в России вновь подобных масштабных спортивных соревнований. Большинство соотечественников уверены, что такие мероприятия «повышают имидж России, ее престиж на международной арене» (20 %), а также «это хорошо для России и ее граждан» (8 %)⁵. В этой связи можно рассматривать процесс политизации спорта, осуществляемый преимущественно посредством медиа, как инструмент «мягкой силы», конституирующий имидж страны, позволяющий не только реализовывать стратегии позиционирования государства в мировой

повестке дня, но и в перспективе способный продвигать программные требования и заявления представителей властной элиты в геополитическом пространстве.

Заключение

На основании результатов проведенного исследования можно сделать вывод, что доминирование политического вектора в существующей повестке дня обуславливает политизацию спорта как социального института. В 2018 г. интенсификация данного процесса происходила на фоне репрезентации двух крупнейших спортивных событий (Олимпийских Игр в Пхенчхане и Чемпионата мира по футболу в России). При этом драйвером процесса политизации являются институты медиа (как совокупности «традиционных» СМИ, так и «новых медиа» (сетевых изданий, социальных медиа, блогинга и проч.), которые функционируют по принципу взаимодополнения, удовлетворяя медиапредпочтения представителей различных социальных групп и общностей). Как следствие, наблюдается явление синкретизма как объединения некогда дискретных институтов (политики, спорта и медиа) в усложненный конструкт. Таким образом, в условиях неоинформационного общества синкретизм социальных институтов приводит к формированию особой социальной структуры, подчиненной законам медиалогики, которая в конечном итоге оказывает воздействие на трансформацию системы социальных практик индивидов (начиная от коммуникационных и досуговых практик, пронизывающих повседневность, и заканчивая гражданскими практиками, влияющими на формирование политических ориентаций).

⁵ Чемпионат мира по футболу: общие впечатления // ФОМ. 2018. URL: <https://fom.ru/Zdorove-i-sport/14074>.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика / В.П. Коломиец. — Москва : НИПКЦ Восход-А, 2014. — 328 с.
2. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / Р. Кайуа ; сост., пер. с фр. и вступ. ст. С.Н. Зенкина. — Москва : ОГИ, 2007. — 304 с.
3. Birrell S. Sport as Ritual: Interpretations from Durkheim to Goffmann / S. Birrell // *Social Forces*. — 2001. — № 60 (2). — P. 354–376.
4. Шутов А.В. Спорт как канал агрессии в современном мире / А.В. Шутов // *Национальная безопасность/Nota Bene*. — 2011. — № 5 (16). — С. 181–187.
5. Ильченко С.Н. Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного воздействия / С.Н. Ильченко // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*. — 2009. — № 4. — С. 232–236.
6. Новикова А.А. Экранные отражения спортивных событий: конструирование реальности / А.А. Новикова // *Наука телевидения*. — 2017. — Т. 13, № 4. — С. 19–38.
7. Богданова Д.Ш. Профессиональный спорт в современной культуре: проблема маргинализации / Д.Ш. Богданова // *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*. — 2012. — № 2 (23). — С. 162–166.
8. Войтик Е.А. Спортивная медиакommunikация в России в начале XXI в. / Е.А. Войтик. — Томск : Изд-во Нац. исслед. Том. гос. ун-та, 2013. — 240 с.
9. Десюк Д.В. Специфика отражения темы спорта на современном российском телевидении: телеканал «Спорт» 2003–2009 гг. : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Д.В. Десюк. — Москва, 2010. — 190 с.
10. Корнеев Н.Ю. Признаки глобализации информационного пространства на примере освещения спортивного события / Н.Ю. Корнеев // *Вестник Челябинского государственного университета*. — 2010. — № 17 (198). — С. 44–48.
11. Люлевич А.А. Образ спорта в отечественных СМИ: социокультурный анализ : дис.... канд. культурологии : 24.00.01 / А.А. Люлевич. — Москва, 2006. — 168 с.
12. Шарков Ф.И. Спортивная журналистика в системе современной медиакommunikации / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин, Р.А. Лайшев // *Коммуникология*. — 2018. — Т. 6, № 4. — С. 60–75.
13. Гамбарато Р.Р. Вокруг и около глобальных спортивных событий / Р.Р. Гамбарато, С.Г. Давыдов // *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. — 2016. — Т. 1, № 1. — С. 147–157.
14. Toney J. *Sports Journalism. The Inside Track* / J. Toney. — London : Bloomsbury Sport, 2012. — 168 p.
15. Andreff W. *La Television et le Sport* / W. Andreff // *L'esprit Sportif Aujourd'hui* / G. Vigarello. — Paris : Universalis, 2004. — P. 53–85.
16. Kiriya I. How the Media Structure in Russia Contributes to the State Sport Monopoly and Concentrates the Market of Symbolical Violence / I. Kiriya // *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. — 2017. — Т. 2, № 3. — С. 62–78.
17. Волкова В.В. Современный российский массовый спорт как политическая коммуникация в медиа / В.В. Волкова, В.Н. Акулинин // *Спорт: экономика, право, управление*. — 2017. — № 1. — С. 15–19.
18. Сабиров Р.А. Современные методы визуальной пропаганды физкультуры и спорта / Р.А. Сабиров // *Вестник спортивной истории*. — 2017. — № 3 (9). — С. 54–75.
19. Виноградов П.А. Мониторинг пропаганды физической культуры и спорта и здорового образа жизни средствами массовой информации / П.А. Виноградов, Ю.В. Окуньков. — Москва : Сов. спорт, 2012. — 180 с.
20. Корнеева В.А. Актуализация спортивного дискурса «мягкой силы» в условиях эскалации политического напряжения / В.А. Корнеева // *Дискурс-Пи*. — 2017. — № 3-4 (28-29). — С. 269–275.
21. Simons G. *Nation Branding and Russian Foreign Policy* / G. Simons. — Stockholm : Swedish Institute of International Affairs, 2013. — 20 p.

22. Мартыненко С.Е. Диалектическая взаимосвязь спорта и политики и ее проявление в средствах массовой информации / С.Е. Мартыненко // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. — 2014. — № 5. — С. 179–186.

23. Mannin A. Framing the Image of Russia in the British Media During the World Cup 2018 / A. Mannin, N. Ozornina // The Russian Journal of Communication. — 2020. — Vol. 12, no. 2. — P. 121–136.

24. Ефанов А.А. Парадигмы развития современных моральных паник / А.А. Ефанов // В мире научных открытий. — 2014. — № 3-4 (51). — С. 1803–1816.

25. Ефанов А.А. Извечное российско-американское противостояние, или О четырех этапах одной информационной войны в новейшей истории / А.А. Ефанов // Информационные войны как борьба геополитических противников, цивилизаций и различных этосов : материалы Всерос. науч. конф., Новосибирск, 26–27 апр. 2018 г. / под ред. В.Ш. Сабирова. — Новосибирск, 2018. — С. 217–224.

REFERENCES

1. Kolomiets V.P. *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika* [Media Sociology: Theory and Practice]. Moscow, NIPKTS Voskhod-A Publ., 2014. 328 p.

2. Caillois R. *Les Jeux et les Hommes: Essais de Sociologie de la Culture*. Paris, Gallimard, 1958. 306 p. (Russ. ed.: Caillois R. *Igry i lyudi. Stat'i i esse po sotsiologii kul'tury*. Moscow, OGI Publ., 2007. 304 p.).

3. Birrell S. Sport as Ritual: Interpretations from Durkheim to Goffmann. *Social Forces*, 2001, no. 60 (2), pp. 354–376.

4. Shutov A.V. Sport as a Channel of Aggression in the Modern World. *Natsional'naya bezopasnost' / Nota Bene = National Security / Nota Bene*, 2011, no. 5 (16), pp. 181–187. (In Russian).

5. Ilchenko S.N. Sports and Mass Media: Aspects of Relations. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika = Saint-Petersburg University Bulletin. Series 9. Philology. Oriental Studies. Journalism*, 2009, no. 4, pp. 232–236. (In Russian).

6. Novikova A.A. Screen Reflections of Sports Events: Designing of Reality. *Nauka televideniya = The Art and Science of Television*, 2017, vol. 13, no. 4, pp. 19–38. (In Russian).

7. Bogdanova D. Sh. Professional Sport in Modern Culture: the Problem of Marginalization. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie = Society. Environment. Development*, 2012, no. 2 (23), pp. 162–166. (In Russian).

8. Voitik E.A. *Sportivnaya mediakommunikatsiya v Rossii v nachale XXI v.* [Sports Media Communication in Russia at the Beginning of the XXI Century]. National Research Tomsk State University Publ., 2013. 240 p.

9. Desyuk D.V. *Spetsifika otrazheniya temy sporta na sovremennom rossiiskom televideanii: telekanal «Sport» 2003–2009 gg. Kand. Diss.* [The Specifics of Reflecting the Theme of Sports on Modern Russian Television: TV Channel «Sport» 2003–2009. Cand. Diss.]. Moscow, 2010. 190 p.

10. Korneev N.Yu. Signs of the Globalization of Information Space on the Example of the Lighting of Sports Events. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2010, no. 17 (198), pp. 44–48. (In Russian).

11. Lyulevich A.A. *Obraz sporta v otechestvennykh SMI: sotsiokul'turnyi analiz. Kand. Diss.* [The Image of Sports in the Domestic Media: Socio-Cultural Analysis. Cand. Diss.]. Moscow, 2006. 168 p.

12. Sharkov F.I., Silkin V.V., Laishev R.A. Sports Journalism in the System of Modern Media Communication. *Kommunikologiya = Communicology*, 2018, vol. 6, no. 4, pp. 60–75. (In Russian).

13. Gambarato R.R., Davydov S.G. Around by Major Sport Events. *Kommunikatsii. Media. Dizain = Communications. Media. Design*, 2016, vol. 1, no. 1, pp. 147–157. (In Russian).

14. Toney J. *Sports Journalism. The Inside Track*. London, Bloomsbury Sport, 2012. 168 p.

15. Andreff W. La Television et le Sport. In Vigarello G. *L'esprit Sportif Aujourd'hui*. Paris, Universalis, 2004, pp. 53–85.
16. Kiriya I. How the Media Structure in Russia Contributes to the State Sport Monopoly and Concentrates the Market of Symbolical Violence. *Kommunikatsii. Media. Dizain = Communications. Media. Design*, 2017, vol. 2, no. 3, pp. 62–78.
17. Volkova V.V., Akulinin V.N. Modern Russian Mass Sports as the Media Policy Function. *Sport: ekonomika, pravo, upravlenie = Sport: Economy, Law, Management*, 2017, no. 1, pp. 15–19. (In Russian).
18. Sabirov R. A. Modern Methods of Visual Propaganda of Physical Culture and Sports. *Vestnik sportivnoi istorii = Herald of Sports History*, 2017, no. 3 (9), pp. 54–75. (In Russian).
19. Vinogradov P.A., Okunkov Yu.V. *Monitoring propagandy fizicheskoi kul'tury i sporta i zdorovogo obraza zhizni sredstvami massovoi informatsii* [Monitoring the Promotion of Physical Culture and Sports and a Healthy Lifestyle by Mass Media]. Moscow, Sovetskii sport Publ., 2012. 180 p.
20. Korneeva V.A. Actualization of Sports Discourse of «Soft Power» in Conditions of Escalating Political Tension. *Diskurs-Pi = Discourse-P*, 2017, no. 3-4 (28-29), pp. 269–275. (In Russian).
21. Simons G. Nation Branding and Russian Foreign Policy. Stockholm, Swedish Institute of International Affairs, 2013. 20 p.
22. Martynenko S.E. Dialectical Interrelation between Sports and Politics and its Demonstration in Mass Media. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki = Bulletin of the Moscow Region State University. Series: History and Political Sciences*, 2014, no. 5, pp. 179–186. (In Russian).
23. Mannin A., Ozornina N. Framing the Image of Russia in the British Media During the World Cup 2018. *The Russian Journal of Communication*, 2020, vol. 12, no. 2, pp. 121–136.
24. Yefanov A.A. Development Paradigms of Modern Moral Panics. *V mire nauchnykh otkrytii = In the World of Scientific Discoveries*, 2014, no. 3-4 (51), pp. 1803–1816. (In Russian).
25. Yefanov A.A. The Eternal Russian-American Confrontation, or about Four Stages of the Information War in Recent History. In Sabirov V.Sh. (ed.). *Informatsionnye voyny kak bor'ba geopoliticheskikh protivnikov, tsivilizatsii i razlichnykh etosov. Materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii, Novosibirsk, 26–27 aprelya 2018 g.* [Information Wars as the Struggle of Geopolitical Opponents, Civilizations and Various Ethnic Groups. Materials of All-Russian Research Conference, Novosibirsk, April 26–27, 2018]. Novosibirsk, 2018, pp. 217–224. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Ефанов А.А. Политизация спорта посредством медиа: синкретизм социальных институтов / А.А. Ефанов. — DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).130-140 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 1. — С. 130–140.

FOR CITATION

Yefanov A.A. Politicization of Sports Through Media: Syncretism of Social Institutions. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 1, pp. 130–140. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).130-140. (In Russian).