



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2025, Том 5, № 10 / 2025, Vol. 5, Iss. 10 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070:004

¹ Галеев Р.А.

¹ Пензенский государственный университет

Виды инфоповодов в киберспортивных СМИ (на примере cyber.sports.ru)

Аннотация: статья посвящена исследованию особенностей информационных поводов в киберспортивной журналистике на примере российского медиа *cyber.sports.ru*. В условиях стремительного роста аудитории киберспорта возникает необходимость в специализированных средствах массовой информации, которые освещают события этой отрасли. Авторы рассматривают понятие «информационный повод» как с точки зрения теории журналистики, так и PR, выделяя два ключевых критерия: значимость события и интерес читателя. На основе анализа 60 новостных материалов за один день выявлены шесть основных типов информационных поводов в киберспортивных СМИ: 1) высказывания представителей индустрии, включая заявления и мнения; 2) события и анонсы соревнований; 3) события из жизни киберспортсменов; 4) трансферы и слухи о переходах; 5) новости о компьютерных играх как киберспортивных дисциплинах; 6) материалы о редакции медиа. Наиболее распространенными оказались мнения о процессах в киберспортивной среде, что подчеркивает специфику прямых трансляций и социальных медиа как источников информационных поводов. Результаты исследования формируют базу для дальнейшего изучения киберспортивной журналистики и разработки типологии инфоповодов.

Ключевые слова: киберспортивная журналистика, информационный повод, новостные жанры, типология журналистики

Для цитирования: Галеев Р.А. Виды инфоповодов в киберспортивных СМИ (на примере *cyber.sports.ru*) // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 10. С. 179 – 184.

Поступила в редакцию: 05 сентября 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 20 сентября 2025 г.; Принята к публикации: 07 октября 2025 г.

¹ Galeev R.A.

¹ Penza State University

Types of information guides in esports media (for example *cyber.sports.ru*)

Abstract: this article examines the characteristics of news triggers in esports journalism, using the Russian media outlet *cyber.sports.ru* as a case study. With the rapid growth of the esports audience, specialized media coverage has become increasingly necessary. The study considers the concept of a “news trigger” from both journalism and PR perspectives, emphasizing two key criteria: event significance and audience interest. Analyzing 60 news items published in a single day, the research identifies six main types of news triggers in esports media: 1) statements and opinions from industry representatives; 2) events and competition announcements; 3) events in esports players’ lives; 4) transfers and transfer rumors; 5) news about video games as esports disciplines; 6) media editorial activities. The most frequent type was opinions on esports community processes, highlighting the role of live streams and social media as primary sources of news triggers. The findings provide a foundation for further studies of esports journalism and the development of a systematic typology of news triggers.

Keywords: esports journalism, informational occasion, news genres, typology of journalism

For citation: Galeev R.A. Types of information guides in esports media (for example cyber.sports.ru). Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (10). P. 179 – 184.

The article was submitted: September 05, 2025; Approved after reviewing: September 20, 2025; Accepted for publication: October 07, 2025.

Введение

Киберспорт в современном мире набирает все большую популярность. Рост аудитории создает запрос на появление особых средств массовой информации, освещдающих события в новом виде спорта. Таким образом, в российском медиаполе стали появляться специализированные издания, затрагивающие только киберспортивные дисциплины. К таким можно отнести cybersport.ru, dota2.ru, cyber.sports.ru, escorennews.com, esports.ru и другие медиа.

Как считает И.А. Малыцева, «развитие видов спорта и спортивной журналистики идет параллельно, они вместе проходят все этапы» [4, 5]. Следовательно, этот же принцип можно применить и к киберспортивной журналистике как подвиду журналистики о спорте. Так как Россия признала киберспорт видом спорта в 2016 году, можно говорить о том, что индустрия киберспортивной журналистики находится в стадии развития.

Так как киберспортивная среда отличается от традиционного спорта, начиная с формата соревнований (в киберспорте часто проводятся «онлайн-турниры» без зрителей и без нахождения участников в одном месте), заканчивая возрастной аудиторией (зрители киберспортивных турниров ощущают себя моложе зрителей традиционных спортивных состязаний), она требует особого подхода к отбору журналистов достойных публикации информационных поводов [9, 10].

«Информационный повод» как термин можно рассмотреть как с позиций специалистов в области PR, так и с позиции теоретиков журналистики и массовой коммуникации. Так, в теории PR под информационным поводом понимают предлог для создания в СМИ публикации, которая прямо или косвенно улучшает имидж субъекта PR [8].

С точки зрения теории журналистики, информационный повод есть фактологическая основа медиатекста. Его характеристикой, как отмечает В. Дорохов, будет возможность стать предметом обсуждения в медиа, как новых, так и традиционных. Эта характеристика стала особенно актуальной с тех пор, как новые медиа простилировали создание информационных пузырей, в которых потребитель медиа хочет видеть лишь ту информацию, которая его интересует [1].

Среди ученых принято выделять два критерия для определения, является ли событие или факт информационным поводом:

1. Значение события.
2. Читательский интерес к нему [3].

С.А. Михайлов и А.Г. Мостов отмечают специфику спортивных новостей в том, что большинство спортивных фактов ожидаемы, на это влияют и строгое расписание соревнований, и наличие в большинстве состязаний «фаворитов» и «аутсайдеров» [6].

Материалы и методы исследований

В исследовании использовались материалы российского киберспортивного медиа cyber.sports.ru за 1 марта 2025 года, при этом исключались разделы «Игры», «Железо» и «Кино», чтобы сосредоточиться исключительно на киберспортивной журналистике. Всего было проанализировано 89 материалов раздела «Новости», из которых 60 относились непосредственно к киберспорту. Для классификации информационных поводов применялся сравнительный подход, опирающийся на существующие концепции спортивной журналистики и PR, включая работы К.В. Киуру и М.А. Черноок, с целью выявления типов инфоповодов, характерных для киберспорта. Каждый материал анализировался с точки зрения источника, содержания и характера события или высказывания, выступавшего основанием публикации. Особое внимание уделялось высказываниям представителей индустрии, результатам соревнований, событиям из жизни игроков, трансферам, новостям о киберспортивных дисциплинах и внутренним событиям редакции. Данные классифицировались по количественным показателям и тематическим группам, что позволило создать систематизированную типологию информационных поводов в российской киберспортивной журналистике.

Результаты и обсуждения

Изучению особенностей информационных поводов в спортивной журналистике посвящено сразу несколько работ. Исследователи предлагают разные системы для определения типов информационных поводов. Самой распространенной является концепция, предложенная К.В. Киуру. Ученый выделяет три большие группы со следующими подгруппами:

1. Спортивные соревнования. Киуру отмечает, что в зависимости от статуса турнира и вида спорта спортивные медиа будут отдавать приоритет тому или иному турниру, освещая большее количество инфоповодов. Как правило, наивысший интерес у аудитории вызывают международные и национальные состязания, особенно если в них принимают участие спортсмены, представляющие страну читателей. Соответственно, внутри этой категории расположены инфоповоды, связанные непосредственно с турнирами:

- а. Результаты соревнований.
- б. Неадекватное поведение зрителей на соревнованиях.
- с. Травмы спортсменов.
- д. Форс-мажорные ситуации.
- е. Неспортивное поведение спортсменов.
- ф. Дисквалификация спортсменов

2. Спортивные пресс-конференции и брифинги. Как правило, в спорте пресс-конференции проводятся перед соревнованием, после него и – в командных видах спорта – при объявлении трансферов. В исключительных случаях пресс-конференции собираются по особому событию.

3. Спортивные интервью. Как и в случае с пресс-конференциями, в основном интервью приурочены будущим соревнованием или осмыслением прошедших состязаний. Однако поводом для интервью может стать и другое важное событие в жизни спортсмена: например, выход в свет мемуаров, переход к другому тренеру или завершение карьеры.

4. Награждение спортсменов за особые достижения [2].

М.А. Черноок в рамках исследования выделила следующие типы информационных поводов в спортивных медиа:

- 1. Спорт как результат: освещение итогов спортивных событий, матчей и соревнований.
- 2. Спорт как бизнес: информация о финансовых аспектах спортивной индустрии, включая сделки, спонсорство и экономические вопросы.
- 3. Спорт как политика: материалы, отражающие взаимосвязь спорта с политическими процессами и государственными решениями.
- 4. Спорт как шоу-бизнес: освещение пересечения спорта с индустрией развлечений и участия спортсменов в медиа-активностях.
- 5. Спорт как жизнь знаменитостей: новости, касающиеся личной жизни спортсменов и их публичной деятельности.
- 6. Спорт как нечто грубое: материалы, связанные с агрессивным или неэтичным поведением в спортивной среде [7].

Однако на данный момент нет работ ученых, посвященных особенностям информационных поводов в киберспорте. Как отмечает И.А. Мальцева, «немногочисленные статьи журналистов по российскому киберспорту требуют осмыслиения» [4, 5].

Материалом исследования стали материалы «Кибера» – cyber.sports.ru – за 1 марта 2025 года. Из исследования исключены материалы разделов «Игры», «Железо» и «Кино», так как целью было изучение и создание типологии информационных поводов исключительно в киберспортивной журналистике.

Всего за сутки вышло 89 материалов в разделе «Новости», из них 60 можно отнести к новостям о киберспорте. По типу инфоповода их можно разделить на следующие группы:

1. Высказывания людей из индустрии. В эту категорию попало сразу 40 новостей – 2/3 от общего числа новостных материалов о киберспорте, вышедших 1 марта на «Кибере». Сюда попали те новости, основу которых составляет цитата человека о киберспортивном явлении или процессе:

N0rb3r7: «CS – это и есть работа. Просто ты от нее получаешь удовольствие и бонус – летаешь по странам».

Pantomem: «Chimera быстрее всех прощупала имбу патча, что привело к победам на ранних этапах. Потом команды начали просто копировать наши идеи».

Однако эту категорию уместно разделить на две подкатегории. В первой окажутся новости, в которых спикер делает заявление, связанное непосредственно связанное с собой. Источником таких новостей как правило становятся интервью с киберспортсменами, комментарий для СМИ или публикация в социальных сетях под авторством самого спикера. Так, для заметки «Pantomem: «Считаю Aurora местом, в которое я попал максимально заслуженно. Работа окупилась» под авторством Артема Васильченко инфоповодом стал комментарий, данный киберспортсменом для сайта cybersport.metaratings.ru. В то же время послание операционного директора BetBoom Team Глеба Антохина бывшим игрокам команды, Александру Хертеку

и Глебу Зырянову, было опубликовано в личном телеграм-канале менеджера BetBoom Team, что и стало инфоповодом для новостной заметки в сми.

Всего за исследуемый период было обнаружено 15 новостных заметок, которые можно отнести к первой подкатегории.

Вторая подкатегория объединяет в себе мнения о процессах в киберспортивном сообществе. В таких новостях передается точка зрения спикера на главные темы киберспортивного дискурса на данный момент. Главное отличие между подкатегориями здесь будет лежать в источнике информационного повода. В киберспортивном медиапространстве, в отличие от медиаполя в традиционном спорте, важнейшим источником информационных поводов становятся стримы – прямые трансляции в интернете, на которых стример, как правило, играет в компьютерную игру и параллельно ведет диалог с аудиторией. Свои трансляции ведут как профессиональные игроки, которых смотрят, чтобы почерпнуть знания об игре и улучшить собственную игру, так и менеджеры команд, киберспортивные комментаторы и журналисты. Неформальная обстановка, прямой эфир, продолжительные трансляции и потребность одновременно говорить и управлять игровым процессом делают спикера менее сконцентрированным на диалоге с аудиторией, из-за чего тот позволяет себе высказывать те мысли, которые бы не прошли внутреннюю самоцензурой во время интервью или пресс-конференции. Примерами таких новостей могут стать следующие заметки на cyber.sports.ru:

Iceberg: «Проиграл мид – будь любезен проиграть игру. Надоели эти чертобы камбэчеры».

NS: «Попадание Дахака в топ-4 – рофф. Сговор играть плохо от Liquid, Gladiators, Yakult Brothers, Falcons».

Однако в эту категорию стоит отнести и высказывания экспертов по событиям в киберспортивном сообществе. В первую очередь, это мнения профессиональных комментаторов и функционеров киберспорта. Так, инфоповодом для новости «Thorin: «Переход Джекилава в TES по League of Legends – один из самых значимых трансферов в истории» стал твит самого Дункана «Thorin» Шилдса, а оценка обновленного состава команды Aurora Gaming комментатором Рустамом «Adekvat» Мавлютовым в личном телеграм-канале стала информационным поводом для заметки с заголовком: «Adekvat об Aurora: «Ранее такой состав называли бы CIS Rejects – стак для медийки и фана. Сегодня этим парням придется много работать и доказывать».

Мнения о событиях в киберспортивном пространстве стали самым популярным типом информационного повода за исследуемый период – они стали основой для 25 материалов в разделе «Новости», что составляет 42% от всех выпущенных киберспортивных новостей на «Кибере» за этот день.

2. Вторым по частотности типом стали инфоповоды, связанные непосредственно с соревнованиями и их результатами:

Организаторы EWC не выплатили призовые нескольким командам за участие в турнирах 2024 года.

Top Esports стала чемпионом Китая по League of Legends. Команда прошла на международный LAN-турнир.

FISSURE анонсировала старт регистрации на открытые квалификации MCC 5 по MLBB.

Важно отметить свойственный и для спортивной журналистики интерес к статистике игроков и матчей. Выдающиеся и выбивающиеся из средних значений показатели в рамках отдельного матча или турнира оказываются самостоятельными информационными поводами:

Первая карта матча между Spirit и Chimera продлилась 71 минуту – второй показатель на DreamLeague 25.

TA2000 на Лайфстилере завершил третью карту против Spirit с 9-м показателем нетворса на карте, ниже – только у Милошки.

Всего было обнаружено 10 материалов, инфоповодом для которых стали собственно соревнования и результаты матчей.

3. Третьим по количественному признаку типом инфоповодов стали важные события в жизни людей из киберспортивной сферы (6 материалов за сутки). Поводом может стать как событие, непосредственно связанное с игрой и игроками:

Miposhka апнул 15 тысяч MMR: «К плей-офф готов 🎉».

Yatoro купил курьера в Dota 2 стоимостью от 280 тысяч рублей: «Если честно, то это моя лучшая покупка».

Так и просто крупные события в жизни игроков и команд.

BetBoom Team собирает реакции в телеграмме на корм для кошачьего приюта.

Cr1t и NatTea посетили прием короля Дании.

Примечательно, что первая новость идеально подходит в качестве примера информационного повода с точки зрения теории PR. Заметка направлена на создание положительного имиджа у команды.

Как и в классической спортивной журналистике, интерес представляют трансферы между командами. За указанный период на cyber.sports.ru вышло 5 новостных заметок о переходах игроков и слухах о трансферах. Примерами могут стать материалы со следующими заголовками:

Misutaaa стал свободным агентом и объявил о поиске команды.

The Mongolz стали национальной киберспортивной сборной Монголии.

Отдельным и уникальным для киберспортивной журналистики типом информационного повода стали новости о компьютерной игре, которую признали в качестве киберспортивной дисциплины. Например, новость «Средний онлайн CS 2 в феврале превысил 1 млн человек» напрямую не является частью киберспортивного дискурса, но представляет интерес для читателя, следящего за киберспортом в CS 2. Показатели активных игроков в той или иной киберспортивной дисциплине позволяют оценить развитие игры, ее популярность, что дает возможность прогнозировать дальнейшее развитие киберспортивной сцены и повышение конкурентности. Всего за сутки было опубликовано 4 новости, связанные с играми – киберспортивными дисциплинами.

В особую категорию выделим и инфоповоды, связанные с редакцией cyber.sports.ru. 1 марта можно обнаружить 3 новостные заметки о корпоративном турнире Fissure Fight Night по Dota 2 среди сотрудников киберспортивных команд и медиа.

Кибер выбрал Cybersport.ru с FISSURE Friday Fight – 2:0|.

Кирилл Блинков лидирует по KDA на FISSURE Friday Fight среди игроков с 2+ матчами.

Кирилл Блинков после победы над Cybersport.ru: «Это был суперпринципиальный матч, вторым будет матч против BetBoom».

Через подобные новости сми создает связь читателя с авторами издания. Наконец, отдельно отметим наличие дайджеста новостей, оформленного в отдельную новостную заметку с перечислением главных событий дня.

Выводы

Таким образом, можно выделить 6 основных типов информационных поводов в киберспортивных медиа:

1. Высказывания людей из индустрии киберспорта, которые можно разделить на заявления и мнения, отличающиеся объектом высказывания.
2. События и анонсы соревнований.
3. События из жизни киберспортсменов.
4. Трансферы, слухи о трансферах.
5. Новости о игре – киберспортивной дисциплине.
6. Новости о редакции сайта.

Список источников

1. Дорохов В.Г. Влияние СМИ на экономическое и политическое развитие ЕС в период кризиса 2008 г. // Вестник Кемеровского гос. ун-та. 2013. Ч. 3. № 2 (54). С. 52 – 56.
2. Куру К.В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике // Вестник ЧелГУ. 2012. № 5 (259). С. 88 – 91.
3. Колесниченко А.В. М.: Практическая журналистика, 2008. С. 1 – 80.
4. Мальцева И.А. Изучение спортивного медиатекста: вопросы теории и практики. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. 166 с.
5. Мальцева И.А., Лебединская В.Г. Развитие киберспортивной журналистики в контексте становления спортивного дискурса: опыт анализа медиатекста регионального сетевого издания «ЮГа.Ру» // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2022. № 1 (114). С. 84 – 90.
6. Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. М.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. 223 с.
7. Черноок М.А. Информационные поводы в спортивных СМИ: дискурсивные практики выбора (на примере Sports.ru) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29. № 4. С. 30 – 39.
8. Чечулин А.В. Коммуникационные технологии в социальной сфере. СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. 120 с.
9. Цупко Л.А. Киберспортивная журналистика в контексте новых медиа // Век Информации. 2018. Т. 2. № 4 (5). С. 87 – 94.
10. Яблоновская Н.В., Маснюк В.В. Особенности подачи киберспортивной информации в новых медиа (на примере «cybersport.ru») // МедиаВектор. 2024. № 11. С. 105 – 110.

References

1. Dorokhov V.G. The Impact of the Media on the Economic and Political Development of the EU during the 2008 Crisis. Bulletin of Kemerovo State University. 2013. Part 3. No. 2 (54). P. 52 – 56.
2. Kiuru K.V. Typology of News Hooks in Sports Journalism. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2012. No. 5 (259). P. 88 – 91.
3. Kolesnichenko A.V. Moscow: Practical Journalism, 2008. P. 1 – 80.
4. Maltseva I.A. The Study of Sports Media Text: Theoretical and Practical Issues. Krasnodar: Kuban State University, 2022. 166 p.
5. Maltseva I.A., Lebedinskaya V.G. The Development of Cybersports Journalism in the Context of the Emergence of Sports Discourse: An Analysis of the Media Text of the Regional Online Publication "Yuga.Ru". Bulletin of the ChSPU named after I.Ya. Yakovlev. 2022. No. 1 (114). P. 84 – 90.
6. Mikhailov S.A., Mostov A.G. Sports Journalism. Moscow: Mikhailov V.A. Publishing House, 2005. 223 p.
7. Chernook M.A. Information Occasions in Sports Media: Discursive Practices of Choice (using Sports.ru as an Example). Bulletin of the Ural Federal University. Series 1: Problems of Education, Science, and Culture. 2023. Vol. 29. No. 4. P. 30 – 39.
8. Chechulin A.V. Communication Technologies in the Social Sphere. St. Petersburg: OOO Knizhny Dom, 2007. 120 p.
9. Tsupko L.A. Cybersports Journalism in the Context of New Media. Information Century. 2018. Vol. 2. No. 4 (5). P. 87 – 94.
10. Yablonovskaya N.V., Masnyuk V.V. Features of Presenting Cybersports Information in New Media (using the example of "cybersport.ru"). MediaVector. 2024. No. 11. P. 105 – 110.

Информация об авторах

Галеев Р.А., кафедра «Журналистика», Пензенский государственный университет,
Romangaleev1999@gmail.com

© Галеев Р.А., 2025