



Научно-исследовательский журнал «Филологический вестник / Philological Bulletin»

<https://fv-journal.ru>

2025, Том 4, № 1 / 2025, Vol. 4, Iss. 1 <https://fv-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК [070:796]:004.91

Спортивная журналистика США как медиакоммуникационный и социокультурный феномен

¹ Земсков М.Д.,

¹ Российский университет дружбы народов

Аннотация: в статье рассматриваются социальные сети, как важнейший инструмент в современной журналистике США.

Целью работы является показать важность социальных сетей в работе журналиста. Подробно раскрыть все возможности работы в них для журналиста, а также предсказать, как они будут использоваться в спортивной журналистике США в будущем.

В статье подробно описывается опыт американских коллег в использовании социальных сетей в спортивной журналистике. Подробно рассмотрены самые интересные кейсы в их работе. Рассказано, как такая работа в итоге повлияла на работу в социальных сетях во всем мире.

Проводится анализ основных социальных медиа Соединенных Штатов Америки, рассмотрены основные форматы контента. Рассмотрены примеры использования контента в социальных сетях спортивными командами США из таких лиг, как NFL, NHL, NBA и других. Рассмотрены особенности продвижения студенческих команд США в социальных сетях. Также в статье подробно описаны способы, благодаря которым всемирно известные американские команды продвигаются в Интернете. Рассмотрены все особенности спортивного видео контента в США.

Вывод: Социальные сети произвели революцию в работе спортивных журналистов США, предоставив беспрецедентный доступ к информации, источникам и аудитории. Эффективно используя такие платформы, как Twitter, Instagram и Facebook, спортивные журналисты могут улучшить свои репортажи, взаимодействовать с болельщиками и создать сильный личный бренд в конкурентном мире спортивных СМИ.

Рассмотреть спортивную журналистику можно и с другой стороны. Это полноценная платформа для самих спортсменов, где они могут поделиться своим мнением, высказать свою точку зрения.

Ключевые слова: спортивная журналистика, медиакоммуникации, телевидение, Интернет, спортивные СМИ, культурный код, реклама

Для цитирования: Земсков М.Д. Спортивная журналистика США как медиакоммуникационный и социокультурный феномен // Филологический вестник. 2025. Том 4. № 1. С. 32 – 38.

Поступила в редакцию: 16 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 17 января 2025 г.; Принята к публикации: 25 февраля 2025 г.

Social networks as an important tool in the work of a US sports journalism

¹ Zemskov M.D.,

¹ Peoples' Friendship University of Russia

Abstract: the article examines social networks as the most important tool in modern journalism in the United States.

The purpose of the work is to show the importance of social media in the work of a journalist. To reveal in detail all the possibilities of working in them for a journalist, as well as to predict how they will be used in sports journalism in the United States in the future.

The article describes in detail the experience of American colleagues in the use of social networks in sports journalism. The most interesting cases in their work are considered in detail. It is described how such work eventually influenced the work on social networks around the world.

The analysis of the main social media of the United States of America is carried out, the main content formats are considered. Examples of the use of content on social networks by US sports teams from such leagues as the NFL, NHL, NBA and others are considered. The features of the promotion of US student teams in social networks are considered. The article also describes in detail the ways in which world-famous American teams are promoted on the Internet. All the features of sports video content in the USA are considered.

Conclusion: Social media has revolutionized the work of U.S. sports journalists by providing unprecedented access to information, sources, and audiences. Facebook Instagram and Twitter are the platforms that sports journalists can effectively use to improve their reporting, interact with fans and create a strong personal brand in the competitive world of sports media.

There is another way to consider sports journalism. This is a full-fledged platform for athletes themselves, where they can share their opinions and express their point of view.

Keywords: sports journalism, media communications, television, Internet, sports media, cultural code, advertising

For citation: Zemskov M.D. Social networks as an important tool in the work of a US sports journalism. Philological Bulletin. 2025. 4 (1). P. 32 – 38.

The article was submitted: November 16, 2024; Approved after reviewing: January 17, 2025; Accepted for publication: February 25, 2025.

Введение

Спорт сегодня занимает, в современном обществе, одно из ведущих мест. Спорт является фактом национального сплочения, укрепления международного сотрудничества [5].

Спортивная журналистика США – динамичная сфера, которая одновременно является формой коммуникации и социокультурным явлением. Благодаря своей широкой популярности она стала важнейшим аспектом медиа-ландшафта, влияя на общественное мнение и формируя восприятие спорта обществом [2, 12, 14].

Спортивная журналистика играет важную роль в распространении информации. Журналисты берут интервью, снимают репортажи, пишут новостные заметки и аналитические статьи. Эпоха информационных технологий дала мощный импульс развитию этой индустрии, которая сейчас является одной из наиболее популярной [11, с. 155]. Работа журналистов позволяет болельщикам оставаться в курсе событий, создавая среди любителей спорта чувство единения [3].

Материалы и методы исследований

Исследование основывается на анализе существующих научных публикаций, монографий, статей в профильных изданиях и других вторичных источников, освещающих феномен спортивной журналистики США. В процессе исследования были использованы методы системного анализа, сравнительного анализа и контент-анализа для изучения особенностей развития спортивной журналистики как социокультурного и медиакоммуникационного явления. Особое внимание уделялось исследованию специфики функционирования традиционных и цифровых средств массовой информа-

ции, их роли в формировании общественного мнения, а также влиянию на развитие массовой культуры и национальной идентичности. Анализ производился с учётом исторических, культурных и технологических факторов, влияющих на становление спортивной журналистики в США и её интеграцию в глобальное медийное пространство.

Результаты и обсуждения

Рассмотреть спортивную журналистику можно с разных сторон. Это полноценная платформа для самих спортсменов, где они могут поделиться своим мнением, высказать свою точку зрения. Таким образом она создает единый незримый диалог между спортсменами и болельщиками. А журналисты выступают ней в роли передатчика информации. Они налаживают этот контакт. Двухсторонняя коммуникация очень важна для современной журналистики [6, с. 523].

Спортивные коммуникации можно разделить на две части. Традиционные средства коммуникации и цифровые [3].

К традиционным можно отнести телевидение, радио и печать. А цифровые платформы – это веб-сайты, социальные сети, различные мобильные приложения. Сегодня СМИ формируют разные информационные потоки. Пресса – это односторонний коммуникационный поток, Интернет – дает возможность двухсторонней коммуникации. И это очень важно [6, с. 523].

Несмотря на растущую популярность цифровых каналов коммуникации, самая большая доля спортивных репортажей и трансляций в США все же приходится на телевидение. Самые популярные телеканалы, которые освещают спортивные события это: ESPN, Fox Sports, NBC Sports, и CBS

Sports. Они предлагают широкий спектр программ, включая игры, ток-шоу, документальные фильмы и интервью [10].

Далее подробнее остановимся на каждом из этих телеканалов и рассмотрим их чуть подробнее.

ESPN – это американский международный базовый кабельный телеканал, принадлежащий компании ESPN inc. Компания была основана в 1979 году Биллом Расмуссеном вместе с его сыном Скоттом Расмуссеном и Эдом Иганом. Телеканал не только освещает события из мира спорта, но и сам является организатором.

Например, очень часто организует боксерские турниры. Однако, надо сказать, что самые топовые бои показывают на таких телеканалах, как HBO и Showtime. Поэтому ESPN приходится довольствоваться второстепенными турнирами. В основном на телеканале показывают бои начинающих боксёров, либо заканчивающих карьеру.

Самые известные из поединков, которые организовал телеканал – это бой между Кэлвином Броком и Джамилем Макклайном, а также бой между Рэем Остином и Султаном Ибрагимовым.

Нельзя обойти стороной такой интересный проект телеканала, как передача «30 событий за 30 лет». Это серия документальных фильмов, каждый из которых рассказывает о событиях, командах и людях, которые изменили спорт за время работы телекомпании с 1979 года.

Среди этих событий были такие легендарные моменты в истории спорта, как обмен Уэйна Гретцки из Эдмонтон Ойлерз в Лос Анджелес Кингз в 1988 году, бой Мохаммеда Али и Ларри Холмса в 1980 году, знаменитый камбэк Бостон Ред Сокс в финале Американской лиги бейсбола в серии против Нью Йорк Янкиз и другие.

Fox Sports – это спортивное подразделение корпорации Fox, которое отвечает за спортивные трансляции. Подразделение было создано в 1994 году, после покупки прав на трансляцию игр NFL. В последующие годы телеканал начал также транслировать NHL, MLB, NASCAR, MLS и многие другие лиги.

Самый настоящий прорыв для телеканала стал показ Супербоула в 1997 году. Это грандиозное событие навсегда оставило в памяти зрителей напоминание о том, что Fox теперь еще и спортивное СМИ.

Кроме того, в том финале чемпионом стала одна из самых старейших и популярных в США команд – Грин Бэй Пэкерз. Со счетом 35:21 они обыграли своих соперников из штата Массачусетс, команду Нью Ингленд Пэтриотс.

В наши дни телеканал начал активно транслировать матчи европейского футбола, который в

США называется соккер. Первой такой трансляцией стал финал Лиги чемпионов 2010 года. После этого данный вид спорта стал все чаще и чаще появляться в эфирной сетке.

Абсолютным успехом можно считать трансляции всех матчей чемпионата мира по футболу 2018 в России и чемпионата мира по футболу 2022 в Катаре. Рейтинги трансляций обоих чемпионатов были просто запредельными. Для страны, в которой мало кто интересуется этим видом спорта, это огромный успех.

Телеканал подписал контракт с FIFA на показ большинства матчей следующего чемпионата мира по футболу 2026. И это логичный ход, так как он пройдёт в США, Канаде и Мексике.

NBC Sports – это американское программное подразделение вещательной сети NBC, принадлежащее и управляемое подразделением NBC Group компании NBC Universal.

Телеканал одним из первых понял, что ключ к успеху лежит через трансляции Супербоула. Ведь это невероятно огромная аудитория и самый настоящий социокультурный феномен. Поэтому первый такой матч был показан уже в 1969 году.

Самой популярной программой телеканала является NBC Sunday Night Football.

Кроме того, телеканал имеет права на эксклюзивный показ всех матчей Английской Премьер-Лиги по футболу.

CBS Sports – это американская сеть цифрового кабельного и спутникового телевидения, принадлежащая подразделению CBS Entertainment Group компании Paramount Global.

В отличии от предыдущих телеканалов, CBS в первую очередь создавался, как телеканал для трансляции студенческого спорта. Это еще одна уникальная специфика спортивной журналистики США. Пожалуй, больше нигде в мире настолько полноценно и масштабно не освещаются соревнования между университетскими командами.

Большую роль в спортивной журналистике США играет также и радио. Национальные и местные станции транслируют игры, предоставляют аналитические материалы [1].

Печатные СМИ, хотя и сталкиваются с проблемой в эпоху цифровых технологий, по-прежнему сохраняют своё присутствие в спортивных СМИ [15]. Газеты и журналы предоставляют подробное освещение, тематические статьи, предлагая более детальное и полное понимание спорта, выходящее за рамки непосредственного цикла новостей [9; 13].

В последние годы цифровые платформы произвели революцию в коммуникациях спортивных СМИ [3]. Веб-сайты, посвященные новостям

спорта, такие как ESPNNO LINKS и Bleacher Report, предоставляют мгновенные обновления, результаты матчей, статьи и мультимедийный контент.

Платформы социальных сетей позволяют спортивным организациям, командам и спортсменам напрямую взаимодействовать с болельщиками, делиться обновлениями и развивать свой бренд [2, 3, 4].

А мобильные приложения еще больше расширили доступность спортивных СМИ, позволяя болельщикам получать доступ к новостям, видеоповторам, и персонализированному контенту на своих смартфонах или планшетах [4].

И конечно же спортивную журналистику США стоит рассматривать как самый настоящий социокультурный феномен. И на это есть несколько очень веских причин [1, 8, 18].

Спортивная журналистика создаёт героев и икон. Хорошо это или плохо, но это неоспоримый факт. Благодаря широкому освещению, спортсмены становятся полноценными деятелями культуры, которыми восхищаются болельщики и которым подражают.

Стоит вспомнить только легендарного Майкла Джордана, который играя за Чикаго Буллз, будто взлетал над паркетом и парил. Имя этого спортсмена стоит в одном ряду не просто с хорошими спортсменами, а с настоящими супергероями.

Таких примеров можно вспомнить много. Современную культуру США просто невозможно представить без таких имен, как Майкл Джордан, Леброн Джеймс, Том Брэди, Патрик Махоумс, Александр Овечкин. Все они являются неотъемлемой частью этой культуры. Создают её и создают историю страны в целом. Все это было бы невозможно без спортивной журналистики.

Также спортивная журналистика создаёт национальную идентичность. Особенно это хорошо прослеживается в США. Конечно же стоит вернуться к американскому футболу, который в данной статье упоминался уже много раз. По сути это полноценный символ страны. Этот вид спорта является исконно американским и его невозможно представить без этой страны, но и страну уже невозможно представить без этого вида спорта.

Нельзя не упомянуть такой вид спорта, как бейсбол. Это старейший и традиционный вид спорта в Соединенных Штатах Америки. Уже много лет о нем снимают фильмы, про него пишут книги, его воспевают в музыкальных произведениях [19, 20].

Для подавляющего большинства людей из других стран мира, бейсбол навсегда останется, чем-то непонятным. Каким-то странным видом спорта

из-за океана, где люди зачем-то стоят с битами и куда-то бегут [21, 22, 24].

Но для американцев это всегда будет любимейший вид спорта, который напоминает им о детстве, об играх с друзьями или отцом на заднем дворе дома. Это ли не создание национальной идентичности и самый настоящий культурный феномен.

Эти подтверждения можно найти во многих цитатах. Например, режиссер Элай Рот говорил: «Вы знаете, я из Бостона, и в Бостоне ты рождаешься с битой в руке».

А Филис Диллер, американская актриса и комик однажды сказала: «Если бы не бейсбол, дети не знали бы как выглядят миллионеры».

Очень веселый комментарий один раз дал актер Роберт Бенчли, который очень хорошо отражает эту национальную идентичность: «Англия и Америка должны скрестить бейсбол и крикет, чтобы вместе играть в новую игру. Например, в бейсбол».

Понять отношение американцев к бейсболу можно по фразе журналиста Джорджа Ф. Уилла: «Говорят бейсбол – это просто игра. Это правда, как и то, что Гранд-Каньон – это просто дыра в Аризоне».

Про то, что это дано понять не всем однажды высказался бейсболист Лео Дюрошер: «Бейсбол как церковь – многие посещают, но не многие понимают всего ее смысла».

Говоря об американской спортивной журналистике следует понимать, что влияет она не только на культуру США. Она формирует культуру в целом. Это обусловлено её глобальным охватом [5].

Многие американские виды спорта приобрели международную популярность. В результате спортивные издания США стали заметными голосами в освещении этих мероприятий, имея практически монополию на них.

Также следует отметить, что американская спортивная журналистика известна своим всесторонним освещением в средствах массовой информации, включая различные платформы, такие как телевидение, радио, печатные и Интернет-издания.

Помимо освещения матча, журналисты также предоставляют анализ и комментарии для зрителей. Например, в NFL эксперты, присутствующие на месте, делятся своим мнением о стратегии команд, выступлении игроков и общем состоянии [2, 16, 17]. Их понимание игры и индустрии помогает фанатам получить более полное представление о Супербоуле.

Такое широкое освещение установило стандарты спортивной журналистики в мире. Все это влияет на мировую культуру, постоянно меняет её, трансформирует [2].

Американские спортивные журналисты стали пионерами новых форм репортажей, углубленных интервью, журналистских расследований, спортивных документальных фильмов.

Помимо этого, американская журналистика в сфере спорта известна своими яркими и содержательными комментариями во время прямых трансляций. Этот стиль комментариев с экспертным анализом, красочным языком и эмоциональностью стал узнаваем во всем мире. Ему стали подражать в других странах, добавляя азарта и элемент развлечения в освещение спортивных событий.

Журналистика на Супербоуле непрерывно развивается благодаря технологическим инновациям. Журналисты используют социальные сети, прямые трансляции и мобильные приложения, чтобы обмениваться информацией с читателями в режиме реального времени. Это позволяет им оперативно реагировать на события и предоставлять более захватывающий и интерактивный опыт.

Освещение Супербоула представляет собой как вызовы, так и возможности для журналистов. Крупное событие позволяет им донести до широкой аудитории важные истории, но оно также подразумевает много часов работы, жесткие сроки и огромную конкуренцию.

Также американская журналистика преуспела в составлении портретов спортсменов и обмене их личными историями за пределами игровой сферы. Эти истории нашли отклик у аудитории по всему миру, делая звезд спорта более человечными и способствуя их глобальной привлекательности.

Чтобы понять масштаб влияния спортивной журналистики США и вообще спорта этой страны на мировую культуру стоит вернуться к самому масштабному спортивному событию – Супербоулу.

Благодаря масштабному освещению в СМИ, получилось добиться того, что матч за кубок NFL стал настоящим праздником в США. Изучив прессу, становится понятно, что это второе Рождество.

Популярность матча за Суперкубок сразу привлекла внимание маркетологов. И уже в 1978 году он превратился в постоянный элемент американской культуры [23].

Сейчас это еще и самый настоящий фестиваль самой лучшей и дорогой рекламы. Впервые такие масштабные рекламные ролики появились на Супербоуле в 1984 году, когда Apple представила компьютер Macintosh с помощью режиссера Ридли Скотта. Ролик был создан по мотивам романа-антиутопии «1984» Джорджа Оруэлла.

Этот рекламный ролик установил планку для любой рекламы. С тех пор прошло много лет и

теперь все самые крупные бренды соревнуются в самых красочных и ярких роликах, которые снимают лучшие режиссеры с лучшими актерами и музыкантами в главных ролях. В условиях глобализации спортивная журналистика США формирует и продвигает ключевые бренды. Журналисты создают имидж спортсменов [7, с. 4].

Здесь также можно посмотреть удивительные факты о матче за Суперкубок. Финал NFL занимает второе место по потреблению продуктов после Дня благодарения. Обгоняя при этом даже Рождество.

Событие это настолько престижное, что лига даже не платит суперзвездам за выступление в перерыве матча. Такие звезды, как Lady Gaga, Katy Perry, Bruno Mars, Rihanna и многие другие выступали абсолютно бесплатно. Просто из-за крайней престижности этого матча.

Считается, что если ты спел в перерыве Супербоула, то уже навсегда вписал своё имя в историю американской и мировой музыки.

А чтобы понять насколько эффективна реклама во время матча, достаточно взглянуть на статистику продаж билетов на фильмы. Трейлеры кинофильмов, которые были показаны на Суперкубке увеличивали продажи билетов на фильмы в первые выходные более чем в два раза по сравнению со стоимостью рекламного времени.

Первую невероятную статистику можно проследить уже за 2024 год.

Самый дешёвый билет на матч на самых верхних ярусах стоит 8188\$. Цена за 30 секунд рекламы в прямом эфире стоит 7 миллионов долларов.

Выводы

В результате проведенного теоретического исследования установлено, что просматривается влияние спортивной журналистики США на остальной мир. Здесь важную роль играет подача информации, манера поведения журналистов [7, с.143]. Спортивная журналистика США проповедует материальный успех в карьере профессионалов, что является частью американской мечты.

Самым популярным жанром для подачи информации является интервью, так как оно непосредственно связывает автора и аудиторию с выдающимся спортсменом.

Все это безусловно создает огромную и уникальную культурную площадку для различных сфер. И всего этого было бы невозможно добиться без спортивной журналистики. Без грамотных репортажей, аналитики и хорошей режиссуры трансляций.

Список источников

1. Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Основы спортивной журналистики. М.: Аспект Пресс, 2016. 240 с.
2. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов: монография. М.: ЛКИ, 2013. 280 с.
3. Варатнов С.А. Большие данные в онлайн-СМИ: подходы и стратегии использования // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2375>
4. Васильева Т.В. Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. Пособие // Санкт Петербург: Специальная литература, 2004. 287 с.
5. Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация: проблематика структуризации // Журналистский ежегодник. 2012. С. 109 – 112.
6. Данилова М.Н. Спорт как медиакоммуникационный феномен // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. № 3. С. 519 – 538.
7. Донской Д.Б. Роль и место спортивной журналистики в системе СМИ США: дис. ...канд. филолог. наук. М., 2008. 191 с.
8. Зодоров А.И. Социальная проблематика спортивной журналистики // Вестник ВолГУ. Серия 8, Литературоведение. Журналистика. 2019. № 1. С. 53 – 58.
9. Ильченко С.И. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб., 2006. 5 с.
10. Исаков А.Е. Спортивная журналистика // Молодой ученый. 2022. № 33 (428). С. 65 – 67.
11. Ляпун С.В. Развитие спортивной журналистики в цифровую эпоху // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2, Филология и искусствоведение. 2019. № 4 (247). С. 154 – 158.
12. Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика: учеб, пособие. СПб., 2005. 223 с.
13. Семищова Е.П. Средства массовой информации в современном социокультурном пространстве // Аналитика культурологии. 2009. № 14. С. 123 – 134.
14. Согрин В.В. Политическая история США: XVII-XX вв. Москва: Весь мир, 2001. 389 с.
15. Смирнова О.В. Конфликт в содержании спортивных СМИ: теоретические и методологические подходы к исследованию // Вестник ВУИТ. 2022. № 1 (37). С. 120 – 128.
16. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002. 148 с.
17. Шарков Ф.И. Спортивная журналистика в системе современной медиакоммуникации // Коммуникология. 2018. № 4. С. 60 – 75.
18. Шустер О.С. Средства массовой информации и спорт. СПб., 2020. 349 с.
19. Digital Media Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society. New York: Taylor & Francis. 2013. 274 p.
20. Druzo Joseph Baseball and the American Dream // The Sporting News. 1986. 263 p.
21. Faithful. Two Diehard Boston Red Sox Fans Chronicle the Historic 2004 Season // Scribner. 2004. 432 p.
22. Ring Around the BasesThe Complete Baseball Stories of Ring Lardner // University of South Carolina Press. 2003. 660 p.
23. The Best of SPORT Classic Writing From the Golden Era of Sports // SportClassic Books. 2005. 336 p.
24. Stout G. The Cubs: The Complete Story of Chicago Cubs Baseball; The Dodgers: 120 Years of Dodgers Baseball; Yankees Century: 100 Years of New York Yankees Baseball // Houghton Mifflin Harcourt. 2007. 480 p.

References

1. Alekseev K.A., Ilchenko S.N. Fundamentals of Sports Journalism. Moscow: Aspect Press, 2016. 240 p.
2. Boguslavskaya V.V. Text Modeling: Linguistic Sociocultural Concept. Analysis of Journalistic Texts: Monograph. Moscow: LKI, 2013. 280 p.
3. Varatnov S.A. Big Data in Online Media: Approaches and Strategies of Use. Mediascope. 2017. Issue 4. [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/2375>
4. Vasilyeva T.V. Osinsky V.G., Petrov G.N. Course of Radio and Television Journalism: Textbook. Handbook. St. Petersburg: Special Literature, 2004. 287 p.
5. Voitik E.A. Sports Media Communication: Structuring Issues. Journalistic Yearbook. 2012. pp. 109–112.
6. Danilova M.N. Sports as a Media Communication Phenomenon. Issues of Theory and Practice of Journalism. 2018. No. 3. P. 519 – 538.
7. Donskoy D.B. The Role and Place of Sports Journalism in the US Media System: diss. ... Cand. Philological Sciences. Moscow, 2008. 191 p.
8. Zodorov A.I. Social Issues of Sports Journalism. Bulletin of VolSU. Series 8, Literary Criticism. Journalism. 2019. No. 1. P. 53 – 58.

9. Ilchenko S.I. *Modern Audiovisual Media: New Genres and Forms of Broadcasting*. SPb., 2006. 5 p.
10. Isakov A.E. *Sports journalism/ Young scientist*. 2022. No. 33 (428). P. 65 – 67.
11. Lyapun S.V. Development of sports journalism in the digital age. *Bulletin of Adyghe State University. Series 2, Philology and Art Criticism*. 2019. No. 4 (247). P. 154 – 158.
12. Mikhailov S.A., Mostov A.G. *Sports journalism: textbook, manual*. SPb., 2005. 223 p.
13. Semishova E.P. *Mass media in the modern socio-cultural space. Analytics of cultural studies*. 2009. No. 14. P. 123 – 134.
14. Sogrin V.V. *Political history of the USA: 17th-20th centuries*. Moscow: Ves mir, 2001. 389 p.
15. Smirnova O.V. Conflict in the content of sports media: theoretical and methodological approaches to research. *Vestnik VUiT*. 2022. No. 1 (37). P. 120 – 128.
16. Harris R. *Psychology of mass communications*. St. Petersburg, 2002. 148 p.
17. Sharkov F.I. Sports journalism in the system of modern media communication. *Communicology*. 2018. No. 4. P. 60 – 75.
18. Shuster O.S. *Mass media and sports*. St. Petersburg, 2020. 349 p.
19. Digital Media Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society. New York: Taylor & Francis. 2013. 274 p.
20. Druzo Joseph *Baseball and the American Dream*. The Sporting News. 1986. 263 p.
21. Faithful. Two Diehard Boston Red Sox Fans Chronicle the Historic 2004 Season. Scribner. 2004. 432 p.
22. Ring Around the Bases *The Complete Baseball Stories of Ring Lardner*. University of South Carolina Press. 2003. 660 p.
23. The Best of SPORT Classic Writing From the Golden Era of Sports. SportClassic Books. 2005. 336 p.
24. Stout G. *The Cubs: The Complete Story of Chicago Cubs Baseball; The Dodgers: 120 Years of Dodgeers Baseball; Yankees Century: 100 Years of New York Yankees Baseball*. Houghton Mifflin Harcourt. 2007. 480 p.

Информация об авторе

Земсков М.Д., аспирант, Российский университет дружбы народов, Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, Maks.zemskov.98@gmail.com

© Земсков М.Д., 2025