

Медиаобраз Жозе Моуриньо: создание и развитие

Научный руководитель – Кондратская Виктория Леонидовна

Двойченкова Дарья Федоровна

Студент (бакалавр)

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

E-mail: dashadvoichenkova@yandex.ru

Человечество живет в постиндустриальном обществе, в век инноваций и всеобъемлющего информационного пространства. В жизнь все шире входит понятие "медиа", которое включает в себя не только систему массовых коммуникаций, но и особую реальность, ежедневно воздействующую на наше восприятие картины мира. Посредством каналов медиакоммуникаций мы потребляем не только готовые ситуативные и предметные модели, но и модели человеческого поведения.

Актуальность исследования. Тенденции в медиа видны каждому её потребителю. Начиная с 2014 года русскоязычные СМИ всё чаще выделяют тему спорта в своих материалах. Олимпиада Сочи 2014- была ярким медиа событием, которое подвигло людей обратить внимание на спорт. Также весьма ярким событием станет проведение Чемпионата Мира по футболу 2018 в России. Этот медиаповод вызвал интерес к футболу, как к популярному виду спорта, а также к спортивной журналистике, как к сфере личностного и профессионального роста. Футбол транслируется практически повсеместно, футболисты и тренеры стали медиаперсонами, они освещают свой образ жизни, моральные, жизненные установки, отношение к происходящему в стране и мире и даже свой имидж.

Объектом исследования стал тренер команды «Manchester United» Жозе Моуриньо. Его можно по праву считать одним из самых ярких спортивных деятелей современности.

Предмет исследования — медиаобраза Жозе Моуриньо в современных российских и зарубежных СМИ.

В последние годы спорт стал восприниматься более "персонализировано", через призму личностных особенностей конкретных спортивных персон. Перед интересующимся человеком встала проблема необходимости выбора из многочисленного списка спортивных лидеров, отвечающего личным представлениям о том, каким должен быть спортивный представитель.

Цель нашего исследования — изучить какие механизмы влияют на формирование образа спортивного лидера в сознании масс.

Задачи — рассмотреть сущность понятия «медиаобраз», выделить основные тенденции и способы его создания, проанализировать образ Жозе Моуриньо в СМИ.

Практическая значимость — результаты данного исследования предназначены журналистам, работающим в сфере спортивной журналистики.

Теоретическую базу исследования составляют труды К.А.Алексеева, С.Н.Ильченко. «Спортивная журналистика»; Е.А.Войтик. «Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в.»; В.Ю. Костикова. «Технологии продвижения образа спортивной организации в СМИ»; О.В.Гадючкин, Макарова(Гуреева)М.А. «Имидж как неотъемлемая часть спортивного маркетинга».

Все чаще мы сталкиваемся с противоречием, когда образ спортивного лидера, создаваемый в массовом сознании средствами массовой информации, в частности печатными органами, не совпадает с его реальными характеристиками и способностью эффективно решать поставленные перед лидером задачи. Налицо явные манипуляции с сознанием масс, снижение порога рационального осмысления спортивных процессов.

При этом образ спортивного лидера, внедряемый в массовое сознание, предстает как сложный социально-психологический феномен, в котором отражена совокупность его реальных личностных качеств, сформированных его деятельностью, средствами массовой информации, рекламой на фоне соответствующих стереотипов массового сознания.

Анализ материалов проводился на различных уровнях — от предварительного просмотра материалов до контент-анализа газетных статей и телевизионных интервью свыше обозначенным спортивным лидером в контексте исследований феномена медиаобраза.

Эмпирической базой исследования послужили материалы за ноябрь-декабрь 2017 года в газете «The Telegraph» (нами исследовано 20 материалов), в онлайн издании «Газета.Ru» (нами исследовано 10 материалов), выпуски программ «Английский акцент», «Мир Английской премьер-лиги» на телеканале «Матч ТВ».

Методологическая база исследования представляет комплексный подход, который включает в себя общенаучные методы сравнительного спортивного исследования и принципы гуманитарных наук. Были также использованы принципы метода контекстуального анализа, описательный метод, контент-анализ и сравнения.

Структура работы. Курсовая состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.