

ТИПОЛОГИЯ НА СУБЕКТИТЕ В СПОРТНАТА ЖУРНАЛИСТИКА

Антоанета Начева

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме. Настоящата статия си поставя за цел да разгледа и типологизира субектите в българската спортна журналистика. Текстът проследява различните нейни подразделения, както и дейностите и характеристиките на упражняващите тази професия. Статията преминава през пътя на развитие на всяка от журналистическите специалности – репортер, телевизионен водещ, спортен коментатор, интервюиращ. Накрая изследването разглежда и една сравнително нова дейност сред субектите на спортната журналистика – водещия на подкаст в социалните мрежи, като обобщава, че субектите в спортната журналистика са средище между традицията и новото. Текстът има отношение към лингводидактологията, като разгръща анализа в по-широк съпоставителен контекст, в който се преплитат медийни, езикови и технологични аспекти от съвременната действителност.¹

Ключови думи: спортна журналистика; професии; типология; лингводидактология

Спортната журналистика, като всеки други вид журналистика, преминава през определен път на развитие от възникването си до днес. Стремещът към създаване и предоставяне на аудиторията на оригинално и разнообразно съдържание създава огромно количество работа на спортните журналисти. Специфичната област на спортната журналистика е да отразява спортни събития. Тя обхваща различни медийни формати, като печатни издания – вестници и списания, радио и телевизия, а също и онлайн платформи. Спортната журналистика играе важна роля за информиране и развлекателна функция за феновете, както и за развитието на спорта. Тя отразява неговите социални и професионални аспекти.

През последните години, с все по-категоричното навлизане на интернет и социалните мрежи в живота на хората, акцентът върху телевизионната спортна журналистика, от една страна, устойчиво се задържа, но от друга, тенденциозно се разрасна с бързи темпове, включвайки и нови разновидности на спортната журналистика и медийния пазар. Именно заради това настоящата

статия си поставя за **цел** да се опита да изгради по-разширена типология на субектите в спортната журналистика. **Обект** на изследването ще бъдат видовете съвременни спортни журналисти и спецификата на тяхната работата. **Предмет** на изследване е изграждане на теоретични и практически модели за работата на спортните журналисти за ефективното създаване на професионално издържан, интересен и оригинален продукт за футболната аудитория в България. Задачите, които статията си поставя, са да се разграничат различните дейности в спортната журналистика и да се открият техните специфики и по този начин да се изгради ясна типология на субектите на спортния медиен пазар; да се разработят теоретични и практически модели за осъществяването на разнообразен, цялостен журналистически продукт – било то в българските спортни телевизии и предавания, или в социалните мрежи и платформи.

Темата все още не е обект на многобройни изследвания в България, но динамичната среда на информационните технологии и социалните мрежи осигурява поле за развитие на дейността на спортните журналисти. Към днешна дата професията на спортните журналисти придобива леко „размит“ облик поради многобройните дейности, с които те се занимават. Освен вече добре известните роли на спортния журналист – водещ, репортер, коментатор, интервюиращ, съществуват и редица медийни продукти, създавани от хора с малък или без никакъв журналистически опит, продиктуван най-често от любовта към играта и/или любимия отбор. В интернет все по-често възникват различни подкасти на спортна и особено футболна тематика в популярната видео платформа YouTube, както и множество фен страници в социалните мрежи – Facebook, Instagram и TikTok. Това провокира няколко въпроса: „В какво се изразява дейността на спортния журналист?“ и „Спортната журналистика способна ли е да предостави възможност за изява на още повече хора?“.

В настоящата статия акцент ще бъде дейността на спортните журналисти в сферата на футбола. На фона на множеството футболни турнири – родни и чужди, европейски и световни първенства, Шампионска лига, Лига Европа, Лига на конференциите, церемония по връчване на „Златната топка“ и пр. работата за спортните журналисти и идеите около създавания материал са наистина многобройни. Този огромен брой футболни събития създава предпоставка за анализ и типология на дейностите, застъпени в спортната журналистика. Къде са границите? Има ли такива, или спортните журналисти преминават отвъд ограниченията на професионализма и целенасочено ги съчетават със своите пристрастия. Задачата на гласовете от екрана на телевизора или от телефона е трудна, защото многото футболни турнири създават конкурентна среда, в която предоставянето на интересен медиен продукт се превръща в сложен процес.

Тук възниква и още един въпрос: видоизмениха ли спортните журналисти своята дейност в преследване на целта да изградят конкурентни материали.

Отговора ще дадем веднага – да. Работата на спортните журналисти отдавна не може да се определи само с една длъжност – водещ, репортер, редактор, коментатор и пр. Причината е, че отразяването на събитията често изисква например от репортера да притежава умения и на водещ, и на интервюиращ, както и обратното – водещите да правят интервюта и/или репортажи. Преди години ясното разграничаване между отделните журналистически длъжности беше напълно естествено и често продиктувано от възможностите и интересите на спортния журналист. Към днешна дата това разграничение сякаш по-скоро създава пречки в професионалното развитие, отколкото да помага. Независимо от това обаче очертаването на функциите и задачите на всяка една журналистическа позиция е важно и необходимо, за да могат да се прилагат на практика, а оттам да спомагат за развитието на медийния регистър, усъвършенстване на езиковите характеристики и удовлетворяване на потребностите на журналистическата общност.

Типология на журналистическите професии

Репортер

На първо място в практиката на спортната журналистика застава репортерът. Това е най-масовата и многоаспектна длъжност и в журналистиката изобщо. Репортерската работа може да се определи като съвместяване на много дейности в една. Обикновено те могат да бъдат тясно специализирани в определена област и да отговарят за конкретен ресор. В спортната журналистика най-често това се изразява в определен спорт, като за България това са: футбол, волейбол, баскетбол, художествена гимнастика, като отразяват спортни срещи и събития. Те отразяват събитието от място, с живи включвания преди, по време и/или след спортното мероприятие. Обикновено репортерите трябва да притежават солидни и задълбочени познания в областта на спорта, като освен това е много важно да могат да се ориентират в обстановката, да следят срещата и бързо да се ситуират след нейното приключване.

Важно е репортерите да имат добра физическа и психическа издръжливост, тъй като нерядко се налага да отразяват събития в неблагоприятни климатични условия. През зимата например преди паузата между средата на декември и средата на февруари, футболните срещи понякога се играят при или след обилен снеговалеж, при екстремно ниска температура, дори и под 0°C. Особено важно за репортерите е и да умеят бързо да достигат до нужната информация, да запазват самообладание дори и ако попаднат в критична ситуация. Българската футболна действителност, особено по време на дербита, предлага напрегнати моменти, които ескалират и изискват навременна и адекватна реакция. Освен „вечните дербита“ между ЦСКА и „Левски“ (София) сред последните пресни примери е баражът между ЦСКА и ЦСКА 1948 на 31 май 2024 година. Срещата беше прекъсната в 88 минута за около четвърт час,

след като феновете на ЦСКА нахлуха на терена, ядосани от очертаващата се загуба и отпадането от квалификациите за Лигата на конференциите (ЦСКА загуби мача с 2:0).

При отразяване на спортни срещи, и особено футболни, най-важното, което трябва да притежава всеки репортер (а и журналист изобщо), е да бъде безпристрастен медиатор между събитието и зрителите. Репортерът, който отразява спортните срещи или събития, трябва да бъде на мястото навреме, да подбере най-значимите моменти в срещата, да ги предаде обективно на зрителите и да фокусира вниманието им върху конкретни важни моменти от срещата или събитието. Трябва така да структурира изказването си, че да може най-точно да предаде на зрителя случилото се и то да отговаря на кадрите на голове или други ключови моменти от срещата, заснети от оператора, както и точно да представи картината с разказ за това, което пък не се вижда в кадър.

Освен добри познания е важно репортерът да има богата езикова култура, да познава в детайли материята и да има професионално поведение пред камерата – дикция, темпоритъм, правилна стойка, критично отношение към случващото се и способността да синтезира максимално стегнато информацията, без прекалено дълги и усложнени изречения, както и да я предаде точно и ясно на зрителите и/или слушателите.

Подготовката на репортажа, предварителното му описване – тип на събитието, място време, участници, е нужно, за да може репортерът максимално точно да представи новината чрез своя материал и да е наясно какво следва от новината, като също го включи във финала на репортажа. На първо време има няколко въпроса, на които е важно да бъде потърсен отговор: „Какво искам да кажа?“, „На кого искам да го кажа?“, „Защо искам да го кажа?“, както и „Как ще го кажа/покажа?“. Този вид репортажи предполагат задълбочени познания по материала.

Въпреки че често определят репортерите като най-ниското стъпало в спортната журналистика и в журналистиката изобщо, тази длъжност е сред най-отговорните. Добрият репортер трябва да притежава широк набор от знания и умения, като едновременно не спира да чете и да обновява и разширява информацията, която има по определени въпроси. До известна степен репортерството е начин на мислене. То предполага понякога импровизация в името на крайния резултат – добрия репортаж. Важно е репортерът да умее да се адаптира в динамичната среда и да реагира според обстоятелствата, тъй като в спортните срещи те често се променят – било то заради ексцесии, или заради продължения по време на футболната среща например. Той трябва да следи и за контузии на спортистите, както и за изненадващи рокади, най-често на тренировки след загубен двубой. Независимо дали е на терен, или не, от него се изисква да търси теми, любопитни личности и интересни събития за отразяване. Друго специфично за работата е, че репортерът няма работно време,

особено пък спортният репортер. Спортните срещи и събития обикновено се провеждат в свободното време на зрителите, т.е. петък вечер и през почивните дни. Това е и времето, през което те са най-ангажирани.

Освен това понякога е необходимо спортният репортер да отразява и от доста по-опасни места, като протести и демонстрации на футболните агитки. Пример за такъв случай е протестът от 16 ноември 2023 година, когато привърженици на големите футболни отбори – ЦСКА (София), „Ботев“ (Пловдив), „Локомотив“ (Пловдив), „Берое“, „Черно море“, „Славия“ и „Спартак“ (Варна), „Левски“ (София) и „Локомотив“ (София), излязоха на протест с искане на оставката на вече бившия президент на Българския футболен съюз – Борислав Михайлов. Демонстрациите доведоха до сблъсъци между феновете и полицейските служители, завършили с десетки ранени. Именно спортните репортери отразиха тези протести на живо от мястото на събитията, като дори и сред тях имаше пострадали.

Телевизионен водещ

Ако да се определи дейността на репортера, е трудна задача, то да се направи характеристика на водещия в спортната журналистика, е още по-сложно. Сред основните причини е, че предаванията обикновено са с разнороден характер и имат както коментарна, така и аналитична част. Изграждането на образа е най-важният и отличителен белег на телевизията. Като наследник на радиото, телевизията прибавя към трите основни стълба – звук, слово и музика, най-важния и силно доминиращ елемент – картината. И ако слуховото възприятие е основният мост към въображението на радиослушателя, то образът е директната връзка към възприятията на зрителите. От взаимодействието между тези четири белега се проявява телевизионната специфика.

В предаванията почти винаги има гости, заради което на водещия му се налага да бъде и интервюиращ. Освен тематични спортни предавания те обикновено водят студия преди, по време и след футболни срещи. Това се получава както при срещите в различните първенства – българското първенство, Ла лига, Висшата лига, Серия А, Бундеслигата, така и в двубоите на Шампионска лига, Лига Европа, европейско или световно първенство и пр. Тези студия обикновено са с по-голяма продължителност, а понякога обхващат и няколко срещи на различни отбори. Динамиката също е по-голяма, тъй като често се коментират събития, положения и ситуации, случили се преди минути, или се правят предположения за резултат и развой на играта на базата на досегашното представяне на отборите.

Независимо от всички разнородни дейности все пак има характеристики, които са задължителни за водещите. Такива са способността му систематизирано да предава информация, да анализира, както и умението да интервюира. Задължително е да има присъствие и адекватно поведение пред камера. Ва-

жно е да притежава солидни знания, широка обща култура, добра дикция, приятен външен вид и пр.

Водещият е необходимо да познава добре своята аудитория, както и да умее да провежда разговор с разнородни гости, да умее да излиза от непредвидени ситуации и да се справя с напрежението, когато в студиото възникне спор (най-често между гостите). Обикновено подобни ситуации възникват, когато присъстват гости, привърженици на различни отбори, най-често така наречените „вечни съперници“ като ЦСКА (София), „Левски“ (София); „Реал (Мадрид)“, „Барселона“; „Ливърпул“, „Манчестър Юнайтед“, или „Арсенал“, „Челси“, „Тотнъм“; „Байерн“ (Мюнхен), „Борусия“ (Дортмунд), „Байер“ (Лeverкузен) и пр.

По отношение на речта – езикът често е различен, като понякога напуска медийния регистър и навлиза в разговорния стил заради темата или нуждата от контакт с аудиторията, близост, непринуденост и същевременно богатство на речниковия и информационния запас. От синтактичен и морфологичен аспект се наблюдават както официални, така и неофициални форми на общуване, риторични въпроси, подбудителни изречения, както и прости изречения, които *раздвижват* изказа. Глаголните форми имат водеща роля в изреченската структура в телевизионната комуникация. Използва се сегашно и сегашно историческо време.

Характеристиките на водещия, изброени дотук, включват многообразието на качествата на повечето журналистически професии, както и да притежава определени лични качества като присъствие, излъчване и харизма и да е усвоил различните аспекти на поведението пред камера. Освен това обаче телевизионният водещ задължително трябва да притежава и част от уменията, типични за телевизионния коментатор, като богата обща култура, да разполага със солидно количество информация за различните спортни теми, да има добра дикция и езикова култура и да умее по интересен и увлекателен начин, както и да уплътнява ефирното време.

Спортен коментатор

Следващата журналистическа професия може да се определи като най-специфичната. Основен инструмент на спортния коментатор е неговият глас. Чрез него той въздейства на своята аудитория, тъй като по време на спортно събитие (най-често футболен мач) той остава „невидим“, не може да разчита на прекия зрителен контакт както в останалите случаи. Поради тази причина речта на коментатора става основното средство за влияние върху зрителя, тъй като следва динамичния ритъм и пряко отразява играта и нейното развитие.

Когато разглеждаме речта на футболния коментатор, може да отбележим няколко основни критерия, важни за успешното осъществяване на връзката с аудиторията. От ключово значение е какъв е видът на мача – европейски тур-

нир, приятелска среща, за първенство, купа на страната. Друг фактор, който оказва влияние върху речта на коментатора, е важноста на мача, а тя зависи от етапа на първенството, както и от това дали отборите играят в няколко различни турнира едновременно.

От първостепенна важност е коментаторът да бъде запознат с последните факти, свързани с двата отбора – последните резултати, каква е статистиката в тях, най-нови трансфери, контузени и/или наказани играчи, предходни и предстоящи двубои, място в класирането, история, настояща форма на отборите, победи, загуби, вкарани и допуснати голове, представяне у дома и навън, съставите, титулярите, времето (климатичните условия), каква е ситуацията в ръководството на отбора – проблеми, задължения, трудности, преструктуриране, строеж на нов стадион, заведени дела и пр.

Характерна за речта на футболните коментатори е употребата на спортни термини и стилистично маркирана лексика с метафоричен и метонимичен характер от други семантични полета. Футболните коментатори и спортни журналисти винаги се стремят към постигане на оригинален и въздействащ изказ, като за целта освен множеството футболни термини използват и специални лексеми с преносна употреба. Ярки примери за такива лексеми са заместващите имена на футболните отбори. Най-често това са имена на животни, имена, означаващи цветовете на футболните екипи, географски области, забележителности, имена на спонсори и т.н.

Интервюираш

В работата на интервюиращия също се преплитат множество дейности. Тя е свързана със сериозна предварителна подготовка, независимо дали е репортер, и/или водещ. Подготовката поставя в центъра човека, който ще бъде обект на интервюто. Интервюиращият трябва да има сериозни познания за живота, дейността, събитията около човека. В спортната журналистика това обикновено са настоящ отбор, бивши клубове, съотборници, резултати, представяне, награди, контузии, трансфери, позиции по важни, свързани със спорта проблеми, и т.н. Понякога интервюиращият включва към подготовката и въпроси, свързани с личния живот, дори и човекът да не желае те да бъдат обсъждани. Това е подходящ пример за така наречената *състезателна журналистика* (Adversarial journalism), при която журналистите използват агресивни и драматични техники на интервюиране с цел да представят своя професионализъм и социално влияние (Ророва 2012, р. 75) Според Мария Попова съществува определен тип разследваща журналистика – „хвани ме“ журналистика, при която журналистите използват такива методи на интервюиране с цел да накарат интервюираното лице да направи публично изявление (най-вече в радио или телевизионния ефир), което да го дискредитира или да го постави в негативна светлина с оглед на неговото положение, личност,

поведение. Обикновено техниките включват подвеждане на събеседниците за темата на интервюто, провокирането им да обяснят свои предишни действия или изявления... (Popova 2012, pp. 75 – 76). Тук следва да подчертаем, че този тип техника е типичен не само за интервютата в разследващата журналистика. Тя е характерна във всеки случай, когато разговорът е подчинен на определена речева стратегия.

Същинското интервю винаги има ясно поставена цел. Възможно е чрез него да бъде представена непозната страна на личността или да бъде получена важна, неизвестна до момента информация. Подготовката на такъв тип разговор започва с откриването на събеседника. Понякога може да е човек, който трудно склонява да бъде интервюиран.

В по-лек формат на интервюто се задават стандартни въпроси, като се добавява повече до обикновения разговор. Такъв тип са блицинтервютата, интервюта в рамките на репортажа и най-често отговарят на въпросите – кой, кога, къде, какво, как и защо. Те могат да бъдат осъществени и без предварителна подготовка и разчитат по-скоро на импровизацията.

Водеж на подкаст

С все по-категоричния възход на преносимите устройства за възпроизвеждане и постоянното присъствие на потребителите в интернет подкастът се утвърждава като едно от новите явления в професионалната (и любителската) журналистика. Ролята на социалните медии в съвременната журналистика е значителна. Чрез тях зрителите стават свидетели на спортни постижения, съпреживяват събития като олимпийските игри, европейските и световните първенства, Шампионска лига и различните местни първенства – Висша лига, Ла лига, Серия А, Лига 1, Бундеслигата, както и българското първенство – Efbet лига, и др.

Научната литература в България, посветена на подкастите, е оскъдна. В своя статия Стела Агова проследява навлизането на подкаста в професионалната журналистика, като отбелязва, че терминът *podcasting* се споменава за първи път през февруари 2004 г. в статията на Бен Хамърсли от британския всекидневник *The Guardian*. Отново според нея „появата на преносимото устройство за възпроизвеждане на цифрово аудио iPod превръща аудиоблога в подкаст. За генезиса на името съществуват две предположения: първото е, че неологизмът се ражда от комбинацията на *cast*, съкратено от *broadcasting* (излъчване) и *iPod*, а според второто – че названието идва от *P.O.D.* (*Portable On Demand*) и отново *cast*. (Agova 2020)

Подкастът представлява асинхронно радиопредаване, излъчвано в интернет, а напоследък и в музикални платформи като *Spotify*, както и в такива за аудио книги. Подкастовете са аудио- или видео файлове, достъпни за слушане в интернет. Потребителите имат избор да ги слушат и/или гледат на компю-

тър, лаптоп, както и на своите телефони и таблети, което позволява продуктът да бъде слушан/гледан по всяко време. Удобството и достъпността на този формат допринасят за неговата все по-голяма популярност.

Сред най-големите позитиви на подкаста е, че за създаването му не е необходимо скъпо оборудване. Нужни са само добър микрофон, добра камера (при видео) и възможност за „качване“ на записа в интернет пространството.

В най-честата си форма подкастът се ръководи от водещ, който има главната роля за предаването. Форматът и темите са разнообразни – чрез интервюта или монолог се достига до най-разнообразни теми: личностно развитие, предприемачество, инвестиции, култура, технологии, бизнес, политика, общество и др. Тук отново изключение не прави и спортът. Значителна част от българските подкасти са посветени изцяло на футболната тематика, като „Код спорт“ подкаст на доайените в спортната журналистика Владимир Памуков и Красимир Минев; „Топкаст“ – видеоканалът на „Топка е“, в който в серия от видеоклипове обект на коментар са теми от европейския футбол, като в това число се включва и все по-популярната онлайн игра Fantasy Premier League, и не на последно място ще споменем популярните коментарни видеа „Бутонките“, които са изцяло фокусирани върху българския футбол и в частност представянията на грандовете ЦСКА (София) и „Левски“ (София). Коментарите за ЦСКА са продукт на журналиста Николай Александров, а за „Левски“ – на Томислав Русев.

Водещите на подкаст трябва да притежават не по-различни умения от тези, които телевизионният (или радио) водещ трябва да притежава – правилна дикция, темпоритъм, отлична езикова култура, излъчване, умения и поведение пред камера (за видео форматите). Нужна е и предварителна подготовка за всеки един гост, подбрани въпроси и интересни теми към интервюиращия, както и сериозна база от познания по темата и живота на гостуващия. Освен това водещите на подкаст са привилегировани да работят в непринудена атмосфера, тъй като цензурата в интернет пространството все още леко отстъпва на тази в телевизията.

От всичко казано дотук можем да обобщим, че субектите в спорната журналистика са „на кръстопът“ между традицията и новото. От една страна, за тях са задължителни определени характеристики, неподвластни на времето и промените, от друга страна обаче, „новото“ се явява алтернатива на традиционната журналистика. Поради тази причина новите формати като подкаста (и не само подкаста, също и страниците в платформите като „Фейсбук“, както и така наречените „рийлове“ в „Инстаграм“ и „ТикТок“) все повече се припознават от традиционните медии като допълнително съдържание, привличащо младата аудитория. Затова развитието в работата на създателите на подкасти надгражда утвърдени журналистически дейности, жанрове и формати, като по този начин може да бъде и ефективен комуникационен инструмент между различни общ-

ности и аудитории. Статията има отношение към развитието на съвременната лингводидактология, тъй като този раздел от лингвистиката има способността ѝ да свързва езиковата с културната реалност. Темата със сигурност ще бъде продължена и разширена. Използвам повода да изкажа своята благодарност към проект КП 06-Н-80/11 от 15.12.2023 г., финансиран от МОН. Надявам се, че в рамките на следващ етап на постдокторантски конкурс ще разгърна проблематиката и в сравнителен европейски и международен план.

Благодарности

Настоящата статия е отпечатана по проект КП-06-Н80/11 от 15.12. 2023 г., финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на МОН, втори етап. Тема на проекта: „Българският език в държавните институции и в публичното пространство: кризи на общуването и общуването по време на кризи“; научен ръководител: доц. д-р Владислав Миланов. Изпълнител на проекта: СУ „Свети Климент Охридски“. Авторът на статията изказва специална благодарност към ФНИ за оказаната подкрепа.

БЕЛЕЖКИ

1. Настоящото изследване е част от постдокторантски проект на тема „Медиите и езикът днес: анализ на новите реалности“, подкрепена от Министерството на образованието и науката по Национална програма „Млади учени и постдокторанти – 2“.

ЛИТЕРАТУРА

- АГОВА, С., 2020. Подкастът в професионалната журналистика. Медии и обществени комуникации [online]. Available from: <https://media-journal.info/?p=item&aid=411> [viewed 31 October 2025].
- ВЕЛЕВА, М., 1998. *Стилистика на журналистическите жанрове*. София.
- ГЕОРГИЕВ, Г., 2020. *Специфика и динамика на спортната телевизионна журналистика (проблеми и предизвикателства пред футболния коментар)*. Автореферат на дисертационен труд. София.
- ЕФТИМОВА, А., 2014. *Медиен език и стил: теория и съвременни практики*. София.
- МИЛАНОВ, ВЛ., 2023. Аспекти на речевата агресия в българския и в чешкия политически дискурс. *Български език и литература*, № 6, с. 598 – 615. ISSN 1314-8516.
- МИЛАНОВ, ВЛ., 2023. Журналистическата реч в наблюденията и анализите на съвременната българска лингвистика. *Българска реч*, № 2,

с. 31 – 38. ISSN 1314-8494.

МИЛАНОВ, ВЛ., 2024. Динамика на езиковите процеси, книжовни норми и явления в процес на преустройство или кризи на общуването в българското общество. *Чуждоезиково обучение*, № 4, с. 89 – 101. ISSN 0861-7805.

ПОПОВА, М., 2012. *Журналистическата теория*. София: Фабер, с. 75 – 77.

Acknowledgements

This article was printed under project KP-06-N80/11 of 15.12. 2023, funded by the Scientific Research Fund of the Ministry of Education and Science, second stage. Project topic: “The Bulgarian language in state institutions and in the public space: crises of communication and communication during crises”; scientific supervisor: Assoc. Prof. Dr. Vladislav Milanov. Project implementer: Sofia University “St. Kliment Ohridski”. The author of the article expresses special gr attitude to the Scientific Research Fund for the support provided.

REFERENCES

AGOVA, S., 2020. Podkastŭt v profesionalnata zhurnalistika. Medii i obshtestveni komunikatsii [online]. Available from: <https://media-journal.info/?p=item&aid=411> [viewed 31 October 2025].

EFTIMOVA, A., 2014. *Medien ezik i stil: teoriya i suvremenni praktiki*. Sofia [in Bulgarian].

GEORGIEV, G., 2020. *Spetsifika i dinamika na sportnata televizionna zhurnalistika (problemi i predizvikatelstva pred futbolniya komentar)*. Avtoreferat na disertatsionen trud. Sofia [in Bulgarian].

MILANOV, VL., 2023. Aspekti na rechevata agresiya v balgarskiya i v cheshkiya politicheski diskurs. *Balgarski ezik i literatura-Bulgarian language and literature*, no. 6, pp. 598 – 615 [in Bulgarian]. ISSN 1314-8516.

MILANOV, VL., 2023. Zhurnalisticheskata rech v nablyudeniyata i analizite na savremennata balgarska lingvistika. *Balgarska rech-Bulgarian Speech*, no. 2, pp. 31 – 38 [in Bulgarian]. ISSN 1314-8494.

MILANOV, VL., 2024. Dinamika na ezikovite protsesi, knizhovni normi i yavleniya v protses na preustroistvo ili krizi na obshtuvaneto v balgarskoto obshtestvo. *Chuzhdoezikovo obuchenie-Foreign Language Teaching*, no. 4, pp. 89 – 101 [in Bulgarian]. ISSN 0861-7805.

POPOVA, M., 2012. *Zhurnalisticheskata teoriya*. Sofia: Faber, pp. 75 – 77 [in Bulgarian].

VELEVA, M., 1998. *Stilistika na zhurnalisticheskite zhanrove*. Sofia [in Bulgarian].

TPOLOGY OF SUBJECTS IN SPORTS JOURNALISM

Abstract. The present article aims to examine and categorize the subjects in Bulgarian sports journalism. The text traces its various subdivisions, as well as the activities and characteristics of professionals practicing this occupation. The article explores the development of each journalistic specialty—reporter, television host, sports commentator, and interviewer. Finally, the study also addresses a relatively new activity among the subjects of sports journalism: podcast hosting on social media. It concludes that the subjects in sports journalism represent a meeting point between tradition and innovation. The text pertains to linguodidactology, developing the analysis within a broader comparative framework that interweaves media-related, linguistic, and technological aspects of contemporary reality.

Keywords: sports journalism, professions, typology, linguodidactology.

✉ **Antoaneta Nacheva, PhD**
Sofia University “St. Kliment Ohridski”,
Faculty of Slavic Studies
E-mail: antoaneta_nacheva93@abv.bg