

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

«___» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

«РОЗРОБКА СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛУ НА ФІТНЕС-ТЕМАТИКУ
«SPORTSIDE»

Виконавець: Волкова Катерина Сергіївна

Керівник: канд. філос. наук, доцент

Маєвська Марина Миколаївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ГАЛУЗЬ МАСОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Історія спортивної журналістики	6
1.2. Цілі, завдання та функції спортивної журналістики	12
1.3. Проблеми і теми спортивної журналістики	19
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ДРУКОВАНІ СПОРТИВНІ ВИДАННЯ	32
2.1. Українські спортивні ЗМІ	32
2.2. Процес розробки спортивного журналу на фітнес-тематику «SPORTSIDE».....	41
Висновки до розділу 2	45
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	53

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим фактом, що спортивна журналістика є відносно новою інформаційною діяльністю. Жодна подія зі спортивного життя суспільства не проходить без її публічного висвітлення в ЗМІ. Телебачення, періодичні газетні видання, радіо, Інтернет-ресурси – всі ці джерела постійно транслюють різні спортивні події. У сучасному суспільстві дуже активно та модно пропагандувати здоровий спосіб життя та активну спортивну діяльність. Здоровий спосіб життя та спорт загалом наразі стали справжньою частиною культури суспільства.

Сьогодні спорт є в кожній сфері: йому присвячують фільми, книги, створюють школи, секції, зали, масштабні змагання та навіть відводять під спорт окремі галузі в соціальних інститутах. Серед молоді спорт став своєрідним трендом, до якого прагнуть та в якому постійно розвиваються. Спорт як вид діяльності привертає увагу величезної кількості людей, що робить його одним з найбільш популярних видовищ.

Періодичні друковані видання – це один з допоміжних факторів популяризації спорту серед населення. Спортивна журналістика створює додаткові умови для розвитку та пропаганди спортивної літератури, об'єднує спортсменів та фанатів, інформує, навчає та розважає. Чим стрімкіше зростає роль спорту в житті суспільства, тим більша потреба в організованій і спрямованій інформації про цей соціокультурний феномен, отже, данна сфера діяльності потребує детального дослідження.

Теоретичним аспектам сутності спеціальних заходів присвячені роботи у сфері спортивної журналістики та її зв'язків з громадськістю таких авторів, як Алексеева К. А., Войтик Е.А, Шаркова Ф.І та багатьох інших відомих науковців.

Мета дослідження полягає у створенні власного журналу на фітнес-тематику.

Відповідно до поставленої мети сформульовано основні **завдання**:

- дослідити історію спортивної журналістики;
- проаналізувати цілі, завдання спортивних видань;
- визначити процес створення журналів спортивної тематики;
- дослідити українські спортивні ЗМІ;
- розробити журнал на фітнес тематику «SPORTSIDE».

Об'єкт дослідження – спортивна журналістика, її жанрові форми та особливості.

Предметом дослідження є специфіка розробки спортивного журналу на фітнес-тематику.

Методи роботи. Для вирішення поставлених завдань у дипломній роботі було застосовано загальнонаукові методи дослідження, а саме: аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод наукового пізнання, узагальнення, класифікація та компаративний метод, хронологічний метод. Це стало можливим за умов цілісного підходу до предмета вивчення, аналізу фактичного матеріалу, дібраного з наукових робіт та матеріалів ЗМІ.

Наукова новизна роботи. Робота націлена на створення власного спортивного журналу нового формату, який полягає у використанні незвичайного розміру (А4), англійській назві та рубриках, а також новій для подібних ЗМІ темі. Абсолютною новинкою стало використання QR-кодів у контенті видання.

Практичне значення дослідження. Результати проведеного аналізу можуть бути використані у журналістській практиці під час написання матеріалів у жанрі репортажу, а також є перспективним для майбутніх наукових пошуків. Теоретичний та практичний матеріал роботи може бути використаний для підготовки та перепідготовки спеціалістів у галузі журналістики.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на XXI Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (Київ, 2021).

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікації:

- Volkova K. S. Sports press as a structural element of journalism. POLIT. CHALLENGES OF SCIENCE TODAY: Abstracts of XXI International conference of higher education students and young scientists. Kiev, National Aviation University, 2021. P. 298-300.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (5 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (33 джерела) і 8 додатків. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок, основний текст викладено на 47 сторінках.

РОЗДІЛ 1. СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ГАЛУЗЬ МАСОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Історія спортивної журналістики

У більшості країн світу в сучасному суспільстві є вже цілком сформована інфраструктура спортивних засобів масової інформації, яка вміщує в себе і друковані періодичні видання, і електронні канали подачі інформації. Такий прогресивний розвиток зумовлений постійним збільшенням уваги до спортивного життя суспільства, проблематики спортивної журналістики, а також неабиякої уваги громадськості до відомих спортивних змагань, які вимагають глибокого та детального висвітлення подій.

Спортивна журналістика – це один із жанрів журналістики, який передбачає збір, обробку та поширення актуальної спортивної інформації через канали масової комунікації (преса, радіо, телебачення, інтернет), що ґрунтується на спеціальному предметі розгляду та аудиторії. Крім того, це і сукупність всіх продуктів діяльності спортивного журналіста, предмет вивчення і викладання [33, с.19].

Як відомо, спортивна журналістика поєднує в собі ряд функцій. Крім інформаційної, аналітичної та виховної, ця галузь виконує світоглядні та пропагандистські функції.

Спортивні журналісти постійно тримають руку на пульсі сучасних спортивних подій, слідкують за найпопулярнішими видами спорту, вивчають спортивних знаменитостей, під пильним поглядом тримають їх особисте життя та досягнення.

Спортивна журналістика в Україні як окремий вид журналістської діяльності в сучасному суспільстві є надто молодого, мало вивченою галуззю, якій приділяють увагу такі відомі журналісти як Вацеба О. М., Воронков П. К.,

Муравський А. А., Сало І. А. та ряд інших дослідників. Усі вони неодноразово звертались до теми спортивної журналістики в своїх наукових працях.

Різні аспекти розвитку і функціонування медіа в соціокультурному контексті постіндустріального суспільства висвітлені такими відомими дослідниками, як Д. Белл (D. Bell), Ж. Бодрійяр (J. Baudrillard), М. Вебер (M. Weber), Т. Веблен (T. Veblen), Й. Гейзінга (J. Huizinga), М. Кастельс (M. Castells), М. Маклюен (M. McLuhan), Х. Ортега-і-Гассет (H. Ortega y Gasset), Ф. Ромеро (F. Romero), Е. Тоффлер (A. Toffler) та ін.

Не можна сьогодні не погодитися з твердженнями дослідника в сфері журналістики А. Мураковського: «У журналістиці недвозначно заявляє про себе необхідність спеціалізації... Нині, навіть журналістів, які пишуть про фізику, поділяють, подібно до самих учених, на знавців у галузі ядерної енергетики або теорії макросвіту. Все більш затребуваною стає журналістська компетентність...».

У наш час сучасну журналістику можна представити як сукупність спеціалізованих напрямків, усередині яких є ще вужчі спеціалізації. Незважаючи на це, журналіст, наприклад, котрий пише про академічне веслування, повинен знати історію свого виду спорту, політику міжнародної федерації веслувального спорту та Міжнародного олімпійського комітету щодо дисциплін академічного веслування, економічні передумови та потенціал, історію виступів і успіхів тієї чи іншої команди на найбільших регатах, культуру і тактику цього виду спорту, а також вміти працювати з офіційними сайтами за своєю тематикою.

Про «культурну індустрію» спортивних мас медіа зарубіжників йдеться в роботах Т. Адорно (T. Adorno), ігрову концепцію культури розглядає Й. Гейзінга (J. Huizinga), аналіз функціонування масмедіа в умовах «суспільства споживання» здійснений у роботах Ж. Бодрійяра. Для нашого дослідження особливо значущими стали розвідки В. Зверєвої, Г. Почепцова, П. Чаяло та ін. Відношенням між спортом і масмедіа присвячені роботи Р. Бойела, М. Волової, Д. Роу, О. Садовник, Ю. Сазонової, Д. Стіда та ін.

У своїх працях дослідники відзначають, що з виникненням у середині XIX ст. феномена сучасного спорту і розвитком системи масових комунікацій між ними почали складатися нові форми зв'язків. Поява спортивних друкованих видань у другій половині XIX ст. стала закономірною реакцією на нові інформаційні потреби соціуму. Спортивні комунікації виступили як значуща підсистема спортивної діяльності і стали суттєво впливати на функціонування спорту. Тепер розглянемо більш детально сучасний простір українських мас медіа з напрямку спортивної журналістики [22, с. 269].

Спеціалізований спортивний друк XIX – початку XX був складовим елементом системи друку того часу, формувався і існував в її руслі відповідно до загальних тенденцій, багато в чому зберігав подібні риси розвитку з іншими спеціалізованими і суспільно-політичними виданнями, часто ці риси виявлялися в ньому не менш яскраво, ніж власні оригінальні особливості. Саме в цьому полягає значимість вивчення спортивної преси для розуміння загальної історії журналістики [2, с. 32].

У 1930-х роках спортивна журналістика зайняла постійне місце на сторінках центральної спеціалізованої та загальнополітичної преси підрадянської України. Згідно дослідження Солганика, «Спорт в зеркале журналістики» в 1920-ті – це час відбору тем та ідей, а також відносної свободи в спортивній журналістиці на радянських теренах, то 1930-ті – період ідеологізації спеціалізованого напрямку [21, с. 460]. Особливо яскраво ця тенденція проявилася в СРСР у другій половині 1930-х років. У цей період із спеціалізованих журналів в Радянському Союзі видаються московська «Гимнастика», петрозаводський «Красний страж», київський «Спорт», тифліський «Физкультурник Закавказзя» і столичні «Теория и практика физической культуры» і «Физкультура і спорт». У ряду газет спортивної тематики також були й московський і єреванський «Красный спорт», ленінградський «Спартак», київський «Советский спорт», бакинський «Физкультурник Азербайджана».

Спортивна тематика рідко з'являється на перших шпальтах радянських видань. Винятки складають звіти з парадів фізкультурників і рідкісні переможні міжнародні старты. Основні матеріали зосереджуються на четвертих шпальтах газет, де співавторами нерідко стають або кумири 1930-х років – такі, як брати Старостіни або Знаменські, або прекрасні нарисовці, як Кассиль. Авторитет видань підкріплений також і проведенням масових змагань під їх патронажем і втіленням ідей, як, наприклад, ініціатива «Комсомольської правди» про введення випробувань на значок ГТО в 1930 році.

У популяризації всіх новітніх спортивних течій неоціненне значення мали часописи, організовані спортивним товариством «Сокіл», зокрема – «Вісти з Запорожжя. Часопис руханкових, змагових, мандрівних і пожежних товариств». Сокільські та січові спортивні часописи віддзеркалювали піднесення українського національного руху в Галичині та набуття ним явно політичного характеру в революційну добу [8, с. 93].

Ці видання, на відміну від радянських, виховували не тільки фізично здорову націю, а й силу волі галичанина, бажання перемогти, а також національну свідомість та підприємливість земляків. Вони вчили, як проводити тіловиховну роботу, готували ґрунт для здобуття незалежності [3, с.62].

Проривом для формування розвитку спортивної журналістики стало видання «Спортивний альманах». Уже в 1933 році «Спортивний альманах» робить огляд історії українського фізичного виховання, в якому слушно зазначено, що «Світова війна припинила тіловиховну працю. Українські спортсмени довоєнних часів замінили зелені мурави спортивних грищ на поле хвали». І тільки після повернення з війни давніх членів фізкультурного руху починається «нова праця». Особливої уваги заслуговував тогочасний журнал «Теорія і практика фізичної культури». До 1939 року на його сторінках переважна більшість статей висвітлювала питання методики навчання та тренування у різних видах спорту, зокрема легкій атлетиці, боротьбі, боксі,

фехтуванні, лижному спорті, футболі. Одночасно журнал друкував наукові статті з питань лікарського контролю, лікувальної фізичної культури, анатомо-фізіологічних та психологічних досліджень у галузі фізичної культури і спорту, галузевої бібліографії [16, с. 86].

Видання публікувало різноманітні інформаційні матеріали, задовольняючи інформаційні потреби різних категорій читачів – викладачів, тренерів, інструкторів з фізичної культури та спорту, яким бракувало кваліфікованої, наукової інформації. Але у роботі журналу експерти відзначали деякі недоліки, зокрема відсутність статей про розвиток важливих на той час автомобільного та кінного спорту, недостатність уваги таким важливим видам фізичної культури як гімнастика, плавання, спортивні ігри. Не знайшли відображення на сторінках журналу питання оборонного значення окремих видів фізичної культури та спорту, організації, методики та історії фізичної культури. Якість статей, що публікувались в журналі, вимагала відповідного рівня – рівня науково-методичного журналу: статті, які описували експериментальні дослідження, не мали практичних висновків [20, с. 98].

Наприкінці 1939 року в СРСР вийшли друком 195 книг і брошур (з них 32 національними мовами народів СРСР); видавалися всього три спортивні газети: «Красный спорт», «Физкультурник Азербайджана», шахово-шашкова газета «64» та шість журналів: «Теория и практика физической культуры», «Физкультура и спорт», «Гимнастика», «На суше и на море», «Шахматы в СРСР» і «Спорт» (що важливо: українською мовою).

Тож, як бачимо, спорт, преса, спортивна журналістика від свого народження аж до наших днів пройшла цікаву дорогу у побудові спортивної культури загалом. За той час преса СРСР і Галичини виконувала різноманітні завдання та функції. По-різному сприймало й українське суспільство плоди праці тих людей, що посвятили себе популяризації спорту, духу лицарства в ньому, створенню спеціалізованих видань, які доносили б широкій публіці всі переваги здорового способу життя.

Сучасна спортивна журналістика в Україні розглядається з аспекту медійності. В Україні існують три спортивні канали «Футбол», «Футбол+» та «XSport», крім того спортивно-аналітичні передачі виходять на таких каналах як «2+2» та ТРК «Україна».

Найвідомішими із українських спортивних газет є «Український футбол», «Спорт-Експрес в Україні», «Гол», «Команда» та «Спорт-Арена». Безсумнівним лідером серед спортивних журналів є журнал «Футбол».

Наприкінці 1995 р. головний редактор газети «Теленеделя» Олена Скачко вирішила приєднатися до видання російського журналу «Футбол» в Україні. У 1996 р. «Теленеделя Харьков» укладає договір з видавцем російського «Футболу», створивши однойменне українське видання на основі російського. Перший номер вийшов у світ 23 травня 1996 року у вигляді додатку до газети «Теленеделя». Українська редакція знаходилась в Києві [9, с.11].

З першого ж номера за нового складу редакції, вже ставши самостійним виданням, журнал збільшив об'єм матеріалів, підготовлених в Україні, до 17 сторінок, в той час як російськими залишалися 15. З лютого 1998 року журнал повністю готує українська редакція. Раніше виходив 1 раз на тиждень і був переважно чорно-білим, зараз виходить двічі на тиждень (понеділок і четвер) і є повноколірним виданням.

Отже, спортивна журналістика – це один із жанрів журналістики, який передбачає збір, обробку та поширення актуальної спортивної інформації через канали масової комунікації. В Україні ця галузь є надто молодою та мало дослідженою. Спеціалізовані друковані спортивні видання почали з'являтися у другій половині XIX століття як відгук на нові інформаційні потреби людства. У 1930-х роках спортивна журналістика зайняла постійне місце на сторінках центральної спеціалізованої та загальнополітичної преси підрадянської України. З того часу спортивна журналістика видозмінюється та розвивається. Нині в країні відомі лише 3 тематичні канали, а саме «Футбол», «Футбол+» та «XSport». Серед найпопулярніших друкованих спортивних

видань можна виділити такі: «Український футбол», «Спорт-Експрес в Україні», «Гол», «Команда» та «Спорт-Арена», журнал «Футбол».

1.2. Цілі, завдання та функції спортивної журналістики

Спортивна журналістика як галузь журналістики має свій спеціальний предмет – сучасний спорт – надзвичайно різноманітний, багатоликий, але, в свою чергу, інколи надто суперечливий у своїх конкретних проявах.

Залежно від того, який різновид спорту потрапляє в сферу уваги журналіста, можуть змінюватися цілі, завдання, функції, форми та специфічні ознаки спортивної журналістики.

Основною умовою людської діяльності (не залежно від її напрямку) є наявність головної мети, в якій зосереджений сенс даної діяльності. Спортивна журналістика не є винятком з цього тлумачення.

Якщо розглядати цю тему глобально, з боку посилення сприяння в гармонізації всесвіту, за мету спортивної преси можна вважати сприяння встановлення миру на землі. Така консолідація в спортивній пресі несе мету знімати стресові ситуації і направляти негативну енергію на переживання, вболівання та підтримку пов'язані зі спортом, шляхом розвитку інтересу до цього виду діяльності і навколишнього життя в цілому. [23, с. 167]

У радянський період, коли був неабиякий акцент на розвиток масової фізичної культури, головна мета спортивної журналістики розглядалася як елемент системи комуністичного виховання і полягала в залученні якомога більшої кількості людей до занять фізичною культурою та спортом при дотриманні принципів пропаганди та агітації вигідної для влади. [5, с.81]

У сучасних умовах спортивна журналістика одночасно є підсистемою і загальної журналістики, і системою спортивної діяльності. Таке поєднання обумовлене узгодженням з іншими соціальними інститутами підтримки розвитку та функцій спортивного руху через забезпечення комунікації між суб'єктами спортивної діяльності.

На нашу думку, до числа суб'єктів спортивної комунікації необхідно включати співробітників прес-служб, власників і персонал спортивних об'єктів, засновників, керівників, журналістів спортивних ЗМІ, а також всіх представників аудиторії засобів масової інформації – вболівальників та фанатів, які отримують спортивну інформацію.

Сучасні дослідники вказують дещо інший ряд завдань, які постали перед спортивною журналістикою після того, як у 90-і рр. ХХ ст. розуміння її ролі і цілей багато в чому змінилося.

По-перше, це повномасштабне, об'єктивне інформування аудиторії про всі події, що відбуваються у світі спорту.

По-друге – формування позитивної громадської думки по відношенню до спорту через розкриття та популяризацію гуманістичних ідеалів і цінностей.

По третє – забезпечення циркуляції, постійного взаємообміну досягненнями між теорією і практикою спорту, підвищення спортивної грамотності всіх груп і категорій населення та впровадження передового досвіду в заняттях спортом серед залучених до нього людей.

Крім спеціальних цілей і завдань, спортивна журналістика має також досить довгий перелік реалізованих нею функцій. Їх здійснення відбувається з урахуванням специфіки предмета відображення і в чому ґрунтується на функціях самого спорту:

- змагальної,
- культурної,
- інтегративної,
- представницької,
- політичної,
- підготовчої,
- освітньої,
- виховної,
- управлінської

- тощо.

Однак треба визнати, що в цілому функції, виконувані спортивною журналістикою (якщо розглядати їх у відриві від практики реалізації), не є унікальними і притаманними тільки їй одній, вони досить універсальні і можуть зустрічатися в інших галузях журналістики.

Тим не менш, можна знайти й інші думки на цей рахунок. Так, дослідник П. Воронков виділяє дві функції, які, як він вважає, характерні тільки для спортивної журналістики, і ніякої більше. Перша – це ескейпізм. Згідно трактування автора, спортивна журналістика «вибудовує свій, інший, відмінний від повсякденного сірого, світ, в якому править спорт, в якому з'ясовують в чесній і справедливій боротьбі відносини красиві і сильні люди, де, хворіючи, переживаючи за своїх улюблених атлетів і свої національні збірні, ти найчастіше асоціюєш себе зі спортивними героями, переживаєш їх життя, і, на жаль, на відміну від реального життя, часто одержуєш гучні і виразні перемоги» [4, с. 31].

Друга схожа функція, подібна за своїм змістом з ескейпізмом – це «функція емоційної міни». Вона, якщо коротко, полягає в тому, що сприяє емоційній розрядці особистості без небезпеки для суспільства і оточуючих, оскільки негативні емоції спрямовані на модель світу – спорт, а не на реальний світ.

Відомий спортивний журналіст, Д. А. Туленков вказує на наївність і теоретичну неспроможність зазначеної вище версії, аргументовано доводячи, що далеко не завжди спортивна журналістика дає можливість втечі від реальних проблем і позбавлення від негативних емоцій. При цьому він аналізує специфічну аудиторію спортивної журналістики, і хай тут з ним не завжди можна погодитися (зокрема, Д. А. Туленков називає лише три аудиторних групи, для яких властиво власне ставлення до спортивної інформації, в той час як їх при бажанні можна виділити значно більше), проте з головною тезою сперечатися не доводиться. Д. Туленков пише, що тільки одна група може отримувати емоційну розрядку і суто позитивні емоції від

продукції спортивної журналістики: «Це люди, які не є щоденними споживачами спортивної інформації. Спорт приходить до них у години дозвілля. Зазвичай це споживачі суспільно-політичних видань або радіо, телеканалів, які читають (дивляться) спортивну смужку (спортпрограми). Для них не важлива та чи інша поразка українських спортсменів. Це не приносить ніяких емоцій - смуга перегортується, телевізійний канал вимикається, негативна подія у світі спорту тут же забувається. Якщо з'являються позитивні емоції, то увага на програмі або статті затримується, а життєві проблеми на час забуваються» [11, с. 200].

Що ж стосується інших одержувачів спортивної інформації – більш зацікавлених і активних (вболівальників, спортсменів, тренерів і т.д.), то тут все набагато складніше. Про це і свідчить Д. А. Туленков: «Для них навколишній світ є лише перешкодою, відволіканням від спортивної інформації, яку вони черпають звідусіль, але переважно з спеціалізованих спортивних ЗМІ. На жаль, відомі випадки прояву агресії після перегляду телепрограм про спорт. Негативні емоції проявляються після поразки улюбленої команди особливо у футбольних фанатів. Не рідкісні антигромадські дії з псуванням майна та до колишньої території. Як не дивно, до антигромадських дій призводять і сильні позитивні емоції після перемог на найбільших турнірах найпопулярніших змагань. Слід зауважити, що спортивна журналістика несе на собі функцію стресу. <...> Функція стресу для спортивної журналістики не є унікальною. Функція стресу властива і політичній журналістиці, і економічній».

Даний феномен сприйняття спорту людьми, активно залученими в нього, прекрасно ілюструє відома фраза, приписувана легендарному тренеру «Ліверпуля» Біллу Шенклі: «Багато хто думає, що футбол – це питання життя і смерті. Це не так. Футбол – це набагато більше». Ми вже говорили вище про те, що при глибокому зануренні у світ спорту відбувається певна переоцінка цінностей і вироблення нових принципів, норм, навичок поведінки, і залишати без уваги ці психологічні особливості значної частини своєї аудиторії

спортивний журналіст, якщо він відповідально ставиться до своєї професії, просто не має права [13, с. 9].

У підсумку, відмовивши слідом за Д. А. Туленковим функціям ескейпізма та емоційної міни в унікальності, ми повинні зупинитися на наборі досить стандартних функцій спортивної журналістики.

Перша і найважливіша – інформаційна. За різними підрахунками дослідників, результатом її реалізації є від 60 до 80 відсотків усіх публікацій на спортивну тематику. Ця функція – найбільш загальна. Спортивна журналістика пропонує всеосяжну інформацію про спорт: висвітлює підсумки змагань і хід підготовки до них, пропонує анонси та прогнози, повідомляє про всі незначні переходи гравців між командами, інформує про діяльність спортивних організацій і т. д. Але навіть у цій, здавалося б найуніверсальнішій функції, стосовно спортивної журналістики є особливий сенс, що і зумовлює її першорядне значення.

Пошлемося тут на думку відомого спортивного фахівця В. С. Родіченко, який в одній зі своїх робіт вказував на те, що інформаційна сторона спорту пов'язана з найважливішою з його характеристик – змагальністю, оскільки остання передбачає порівняння показників, а таке порівняння неминуче носить інформаційний характер [10, с.198].

Наступна важлива функція спортивної журналістики – пропагандистська. Вона продовжує зберігати своє значення ще з тих недалеких часів, коли спортивна журналістика виступала рупором партії у пропаганді комуністичних ідеалів і радянського способу життя в питаннях розвитку фізкультури і спорту, повинна була погоджувати їх з вирішенням господарських, економічних, політичних завдань, покликана була викривати антигуманну сутність буржуазного спорту зокрема, і буржуазного способу життя - в цілому. Спортивні журналісти покликані були пояснювати, що тріумф радянських спортсменів був забезпечений їх згуртованістю, взаємовиручкою, прагненням до спільної мети гідно захистити спортивну честь великої Батьківщини. Загалом, для таких граней пропагандистської

роботи, як виховання патріотизму або боротьба з ворожою ідеологією, сфера спорту була воістину благодатним середовищем [12, с. 71].

У наш час трансформувалася пропагандистська функція. Вона полягає в цілеспрямованій діяльності з розповсюдження і впровадження в масову свідомість фізкультурно-спортивних знань, цінностей і норм, щоб кожна людина отримала необхідні відомості про цінність для нього спорту та фізичного розвитку.

Поряд і по-сусідству з пропагандою зазвичай називають і агітацію. Агітаційна функція також пов'язана з однією з найголовніших завдань спортивної журналістики всіх часів - прилученням людей до спорту. Полягає в залученні уваги і розвитку у населення інтересу до спортивної діяльності.

Далі – функція вираження і формування громадської думки. Вона пов'язана з пропагандистською та організаторською функціями. Полягає у створенні і підтримці громадської думки, необхідного для розвитку спорту, що досягається шляхом розкриття гуманних цінностей спорту [28, с. 128].

Рекламна функція спортивної журналістики тісно пов'язана з рекламною функцією предмета її відображення. спорту, особливо спорту високих досягнень, властиво виступати в якості «вербувальника». Тобто спортсмени високого класу, «зірки спорту», своїми перемогами привертають увагу, рекламують не тільки спорт, окремий вид спорту або, скажімо, спортивний спосіб життя, але і все, що причетне до їх перемоги - країну, яка їх делегувала на міжнародні змагання, фірму, яка виступила спонсором, виробника спортивної амуніції, крем для гоління, шоколадні батончики і т.д., ряд може бути практично нескінченний. Відповідно і спортивна журналістика часто і широко використовує надані їй в даному світлі можливості впливу на формування громадської думки [32].

Чергова функція, якої нам доведеться торкнутися – виховна. Вона спрямована, за словами дослідника П. А. Виноградова, «на формування у аудиторії ціннісних орієнтирів, необхідних якостей, звичок». Виховна функція також «відповідальна» за підвищення культури - фізичної зокрема і загальної

культури в цілому. Неминуща важливість даної функції додатково підкреслюється цікавим парадоксом, на який вказує той же П. А. Виноградов: «Потреби суспільства у фізичному вдосконаленні людини для вирішення соціально економічних, політичних, виховних та оздоровчих завдань часто не узгоджуються з бажаннями і потребами самої людини» [14, с. 52].

Дійсно, часто людям легше обходитися без спорту, з його необхідністю проявляти вольові зусилля, долати власні лінь, апатію, комплекси і упередження. І перш ніж просвіщати, таких людей доводиться виховувати, можливо, навіть насилу (приклади подібного виховання зустрічаються, наприклад, в радянській спортивній журналістиці, особливо в 20-40-і рр. ХХ ст.) [24, с. 290].

Поряд з виховною функцією (і за її підтримки) завдання у сфері фізкультури і спорту покликана вирішувати просвітницько-освітня функція. Вона здійснюється передачею кваліфікованої інформації про те, як і для чого людині треба займатися спортом. Реалізуючи цю функцію, спортивна журналістика як би уподібнюється "колективному тренеру", сприяє популяризації спортивного руху та його цінностей, підвищенню грамотності в питаннях спорту через роздачу науково обґрунтованих порад і ефективних рекомендацій, поширює найбільш перевірені і досконалі методики.

У сучасній спортивній журналістиці ця функція цілеспрямовано реалізується набагато рідше (якщо не враховувати, скажімо, фотографії дівчат різного ступеня оголеності, поширених один час на останній сторінці "Советского спорта", й інші подібні приклади), проте як і раніше зберігається. Крім того, самі дизайн та оформлення спортивних видань, телепрограм, сайтів можуть сприяти в реалізації даної функції [31, с. 11].

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що спортивна журналістика поєднує в собі як і індивідуальні, так і загальні функції та цілі. Враховуючи спеціальний предмет цієї підсистеми – спорт – галузь виконує змагальні, культурні, представницькі, виховні завдання. Серед

загальних функцій, реалізованих спортивною журналістикою, можна назвати наступні: інформаційна, пропагандистська, агітаційна, рекламна тощо.

1.3. Проблеми спортивної журналістики

Спортивні результати – це не щось абстрактне або суб'єктивне, вони існують об'єктивно і конкретно, вони легко піддаються вимірюванню, в режимі реального часу визначаючи, хто вище, швидше, сильніше – отже, краще. Змагальність – невід'ємна якість спорту, і це дуже схоже на конкуренцію у політиці. Самі по собі заняття спортом, звичайно, абсолютно аполітичні. Але політичне, ідеологічне значення приноситься ззовні, за принципом подібності, використовуючи якраз конкретність і наочність спортивних результатів. «Якщо той чи інший клас, нація, держава визнають цінність спорту, вони роблять усе, щоб поставити його собі на службу, взяти в свої руки управління і контроль над ними <...>. Вже проста інформація про спорт носить ідеологічний характер, служить засобом управління спортом і спортивним рухом, спортивної пропаганди, агітації, реклами і т.д.».

Політиці по природі властиво використовувати все, що її оточує, у своїх інтересах і для своїх цілей. Замислимося: на міжнародних змаганнях жоден спортсмен не виступає сам за себе, він представляє державу, яка його підготувала, виділила кошти на тренування, екіпіровку, транспортування до місця змагань. І звідси випливає, що його перемога неминуче стає перемогою країни, яка його делегувала, служить задоволенню національної гордості і демонстрації державної переваги. При цьому зрозуміло, що погляд на міжнародні змагання як на певний символ, модель, ритуальна битва між націями є серйозним спрощенням. Реальність спортивних змагань відрізняється від повсякденного життя тим, що укладена в суворі рамки (час, місце і т.д.), обмежується правилами, і за межами цих рамок не існує.

Таким чином, на сьогоднішній день не може бути сумнівів у тому, що сучасний спорт здатний грати досить значну роль у формуванні образу держави як для внутрішньої аудиторії, так і за кордоном, у проведенні

державою її зовнішньої і внутрішньої політики. Спорт практично при будь-якій суспільно-політичній системі, панівній ідеології і культурно-світоглядній парадигмі відображає загальні досягнення того чи іншого суспільства. На думку вітчизняного теоретика спорту П. Виноградова, «фізична культура і спорт органічно пов'язані з функціональними основами суспільного устрою і розвитку суспільства. Багато в чому вони можуть виступати в якості термометру, тобто показувати рівень його розвитку, а також здорово воно чи ні».

У будь-якій країні розвиток спорту і зростання рекордів в ньому визначаються такими соціально-економічними факторами, як рівень життя населення, підтримка з боку держави, наявність спортивних баз, організація дитячо-юнацького спорту, матеріально-технічне та медичне забезпечення. І кожній країні властива власна система організації спортивного руху, яка в значній мірі залежить від історичних традицій, що склалася в ієрархії культурних цінностей, типу державного устрою, політичних, соціальних, економічних, демографічних умов, матеріального добробуту, розвитку науки, техніки і суспільної культури, релігійної своєрідності і т.д. [30].

Постійно знаходить відображення в спортивних ЗМІ просування представників різних країн у різних спортивних рейтингах, таблицях, медальних заліках і т.п. Подібні рейтинги і таблиці коефіцієнтів офіційно прийняті багатьма міжнародними спортивними організаціями та досить добре відомі завдяки постійній увазі до них журналістів. Для масової аудиторії рух спортсменів і команд за рейтингами – досить серйозний показник. Спеціальної та професійної аудиторії це стосується меншою мірою, оскільки фахівець обов'язково знайде в цих рейтингах старанність і вразливі місця, оскільки будь-яка модель – це завжди спрощення реалій. Проте загальнокомандний медальний залік за підсумками різних змагань все одно виступає показником – часто неофіційним, де-юре невизнаним (наприклад, на Олімпіадах), але де-факто дуже важливим, оскільки він красномовний, наочний, а тому – надзвичайно популярний серед самих різних шарів аудиторії. Згадаймо, як

зовсім нещодавно без згадки поточного місця збірної Росії в такому заліку на Олімпійських іграх в Лондоні не обходився жоден випуск спортивних новин, цього не вдалося уникнути практично жодному журналісту, це було темою, яка хвилювала глядачів, уболівальників, просто цікавих в розмовах вдома, на роботі, у громадському транспорті.

На даний момент місце країни в неофіційному командному заліку, проти якого так гаряче виступав французький громадський діяч, ініціатор відродження букви і духу давньогрецьких Олімпійських змагань, барон. П де Кубертен (Pierre de Frédy, baron de Coubertin), повсюдно сприймається як показник рівня розвитку країни, її науки і технологій, вважається проявом переваг її соціально-політичної системи, рекламою її менталітету, культури, духовних цінностей, характеризує в цілому життєздатність нації і природним чином сприяє підняттю авторитету держави на міжнародній арені.

Медальний залік – одна з причин, чому сучасні Олімпійські ігри, за зауваженням російського дослідника С. Н. Кузьменко, «стали свого роду моделлю, яка не тільки відображає і відтворює на своєму рівні широкий спектр людських відносин, а й впливає на свідомість і поведінку людей. Зараз жодна держава не візьметься проводити Олімпійські ігри тільки з ідеальних спортивних міркувань, ігри служать для демонстрації престижу країни, ідеологічної системи, політичного режиму». Навіть вибір країни – господині чергової Олімпіади до кінця ХХ ст. став визначатися передусім політичними мотивами. Проведення ігор перетворилося на вельми вигідний захід, не тільки з фінансової, але і з політичної точки зору. Не випадково США практично до кожної Олімпіади виставляють своє місто-кандидат на розгляд МОК. Отримання права на проведення змагань такого рівня - це вже перемога в конкурсі між претендентами, яка говорить не тільки про рівень розвитку спорту в країні, але також служить визнанням стійкості і привабливості її політичної системи, її успіхів в економіці, наявності розвиненої інфраструктури, сфери послуг та багато іншого. Крім того, прийняття і проведення на своїй території таких змагань, що мають загальнопланетарний масштаб,

внаслідок розвитку ЗМІ і величезного числа глядачів надає прекрасні можливості для подальшої пропаганди та реклами серед найширшої аудиторії своїх національних культурно-світоглядних цінностей. У цьому з Олімпійськими іграми навряд чи може зрівнятися будь-яка інше суспільна подія, причому не тільки в сфері спорту.

Журналісти, що опиняються на перетині спортивної та політичної проблематики, стикаються насамперед з темами, пов'язаними зі спортом високих досягнень, і в меншій мірі – з масовим, загальнодоступним спортом. Це не дивно. На світовій політичній арені оцінюється не рівень здоров'я громадян та якість життя, не стабілізація громадянського суспільства, духовне і фізичне оздоровлення молоді, профілактика девіантної поведінки і т.д., а перемоги і рекорди. Уваги ЗМІ удостоюються спортивні події лише досить високого рівня з точки зору їх престижності, видовищності і результату. Кожна держава виставляє на міжнародну спортивну арену не так досягнення широких мас, узятих у заняття загальнодоступним спортом, скільки результати одиниць, що становлять всю країну. Кращі спортсмени та команди, делеговані на міжнародні змагання, - лише вершина айсберга. Самим айсбергом якраз і є вся система спортивних відносин у країні, що базується на розвиненості фізичної культури населення та залученості його в заняття загальнодоступним масовим спортом. І від того, наскільки міцна дана основа, якраз і залежить стійкість її вершини, і цю залежність спортивний журналіст повинен чітко розуміти і не має права ігнорувати. Його мета, щоб на очах у громадської думки, у засобів масової інформації виявлялися не тільки одиниці висококласних спортсменів та їх результати, але і те, що сприяло їх появі [6, с.13].

Звичайно, випадки, коли спортивному журналісту доводиться вторгтися в поле політики і надавати якийсь помітний вплив на політичні процеси, досить рідкісні. Щоб ми не говорили про значення спорту, він не може, наприклад, безпосереднім чином вирішити гострі політичні конфлікти. Це можливо хіба що в казці. На зразок того, як це описано у А. Волкова в

знайомій всім з дитинства книжці «Вогняний бог маранів», де волейбол примирило ворогуючі народи. Частіше відбувається навпаки, і спортивне змагання служить причиною ескалації напруженості між країнами, якщо вона вже існує - достатньо привести в приклад війну Гондурасу і Сальвадора в 1969-му році, що почалася в результаті футбольних матчів між збірними командами цих країн.

Але міжнародний спорт дає можливість познайомитися з іншими культурами та країнами, закласти найзагальніші основи взаємоповаги та взаєморозуміння, і тут вже певна, досить вагома роль належить і журналістам. Існує безліч фактів і свідчень того, як спорт може активно сприяти формуванню національної ідентифікації і служити підтримці національної гордості. Неодноразово зазначалося, що спортивні коментатори в своїй роботі використовують, крім (а часто і замість) імен і прізвищ спортсменів, вказівки на їх національність – «американець», «німець», «китаєць», «фін» і т.п., приносячи тим самим у розповідь про спортивні змагання елементи буденного іміджу будь-якої нації, з якими неминуче корелюються у коментатора, а значить і у його масової аудиторії, виступу спортсмена, його успіхи і поразки особливості поведінки на спортивному майданчику і т.д.

Загальнокультурні ідеї, які містить в собі спорт, модифікуються в різних країнах. Кожна нація прагне виділяти види, дисципліни і приватні аспекти спорту, краще відображати її характер, підкреслювати те, що відповідає її культурі і прийнятим традиціям, завдяки чому її спортсмени можуть розраховувати на успіх. Таким чином, у разі перемоги спортсмени неминуче наділяються тими рисами, властивими їх співвітчизникам, які, на думку масової аудиторії, сприяли перемозі. Так, німці – дисципліновані й організовані, американці - енергійні й агресивні, французи - пристрасні та винахідливі, китайці - працьовиті і ще більш дисципліновані, ніж німці і т.д.

Якщо деталізувати і уточнювати, що під цим може матися на увазі, то це такі поняття, як національний стиль, національна школа, з одного боку, і воля до перемоги як риса національного характеру з іншого. Результати конкретних

змагань можуть забуватися, але розхожі твердження про «знаменитий бійцівський характер британців», про «мужність, бійцівський дух і пристрасть канадських хокеїстів», про те, що «у футболі виграють завжди німці» легко стають загальними думками і проникають у масову свідомість. Точно так само, як і думка про те, що росіянам заважає вигравати у вирішальних матчах «замислений слов'янський песимізм» та інші сторони «загадкової російської душі», які нерідко зустрічаються в публікаціях зарубіжних авторів».

Журналіст повинен пам'ятати, що результат кожного окремого спортсмена дає підстави судити в цілому про суспільство, про нації та її типові риси, про державний або суспільний лад, але користуватися цими підставами слід з обережністю і делікатністю. Так що, стикаючись з взаємозв'язком спорту та політики, журналіст насамперед для себе повинен відповісти на наступні питання: «У яких саме політичних цілях може бути використаний і реально використовується спорт, хто (які політичні сили) може бути в цьому зацікавлений, які причини спонукають їх до цього?», щоб уникнути небезпеки порушення тонкої грані між національною ідентифікацією та національною ворожнечею [29, с. 148].

Одна з ключових цінностей світу спорту – вірність і відданість своїй команді. Але вірність команді легко трансформується і переноситься в інші, більш великі явища, і тоді мова починає йти про патріотизм і націоналізм. Націоналістичні почуття або ідеологія, сформовані або просувні через спортивну сферу, прийнято називати «спортивним націоналізмом». У такому випадку спорт набуває значення інтегруючого, об'єднуючого націю фактора.

Вияв патріотизму, націоналізму, підкреслення любові до своєї країни або нації, які проявляються в різних формах у ведучих, знакових спортсменів, і на яких так люблять загострювати увагу преса і телебачення, можуть ставати символами єднання нації. Класичний приклад – це корінна австралійка Кеті Фрімен, переможниця та рекордсменка Олімпіади 2000-го року в Сіднеї в бігу на 400 м, що обернулася під час кола пошани в подвійній прапор: одна сторона – державний прапор Австралії, інша – прапор аборигенів. Інший,

навіть більш масштабний приклад, це зимові Олімпійські ігри в Ліллекхаммері в 1994-му році, де Норвегія вийшла в лідери за кількістю нагород, а лижний спорт став символом норвезької гідності і чинником формування національної ідентичності, що практично поклато край дебатам про об'єднання зі Швецією. У цьому контексті стає зрозумілою фраза, з досадою кинута в інтерв'ю норвезьким біатлоністом Свенсенем на Олімпіаді у Ванкувері: «Прикро програвати шведу!» [18, с. 109].

Але поряд з формуванням національної ідентичності серед багатьох болючих тем сучасного різноманітного світу особливої гостроти набувають питання національної толерантності та расової терпимості, які не минули і сферу спорту. З одного боку, вони відображають проблему шанобливого ставлення до суперника, який представляє іншу націю чи расу, а з іншого – у світлі все наростаючої глобалізації – проблему формування власних національних команд і ліг в сенсі надання вихідцям із національних меншин та іммігрантських спільнот рівних можливостей для самореалізації в спорті разом з представниками домінуючої нації. Тенденції розвитку спорту в деяких країнах призводять до того, що залученість в той чи інший вид спорту виявляється пов'язаною з расовими та етнічними стереотипами, подолання яких створює певні складнощі для представників меншин в боротьбі за потрапляння в команду або певну роль в команді.

Тісно пов'язане з попередніми темами питання презентації в ЗМІ психофізичного способу спортсмена тієї чи іншої країни, його людської подобі, що складається з таких «інгредієнтів», як доступність і простота у спілкуванні, скромність, стійкість до «зіркової хвороби», світогляд, уміння з гідністю приймати поразки і т.д.

Ключовим принципом, певною мірою об'єднуючим всі попередні теми і знімають можливі протиріччя між ними, виступає дотримання принципу fair play. Принцип fair play має на увазі під собою повагу до духу і правил гри, суперників, суддям, глядачам, неприпустимість обману, підкупу, вживання допінгу, договірних матчів. Він обіймає все те, що дозволило

Д. Голсуорсі (John Galsworthy), відомому англійському письменнику, назвати спорт «рятівною силою в нашому світі», оскільки «тут дотримуються правил і поважають супротивника незалежно від того, на чиєму боці перемога». І це дійсно є найвищою цінністю спорту, нехтування якою не прощається і не забувається [17, с. 4].

З одного боку, викритий у вживанні наркотичних засобів колишнього американського плавця Майкла Фелпса, відразу втратив кілька спонсорських контрактів. Фірми розірвали їх, вважаючи, що у спортивній аудиторії не повинно бути негативних асоціацій з їх брендами. Знамениті рекорди плавчих і плавців НДР завжди згадуються з якимсь відтінком підозри, що нівелює їх значущість. Спіймані на допінгу провідні російські біатлоністи Юр'єва, Ахатова і Ярошенко викликали свого часу самі різні негативні емоції у вболівальників – від розчарування до обурення і обурення.

З іншого боку, нерідко заслуги окремих видатних спортсменів та спортивних команд стають не тільки знаменними подіями в житті їх країн і регіонів, але і роблять їх, певною мірою, знаковими фігурами у долі народів і етнічних груп. Такі спортсмени за життя стають символами національної гордості своїх народів, кумирами цілих поколінь глядачів та вболівальників.

Саме зірки спорту світового рівня і напружена боротьба між ними стають об'єктом пильної уваги аудиторії, що спостерігає за змаганнями безпосередньо або через ЗМІ. На Олімпіаді в Пекіні Олена Ісінбаєва стала найбільш «глядабельною» спортсменкою на телебаченні, випередивши 51 китайського олімпійського чемпіона. За тим, як у Лондоні все той же Майкл Фелпс завойовує рекордну кількість олімпійських нагород, а Усейн Болт, граючись, підтверджує славу найшвидшої людини на планеті, спостерігав, без перебільшення, весь світ [15, с.236].

Але не тільки «людський фактор» здатний приковувати увагу аудиторії. Приміром, завжди підвищений інтерес викликають питання втручання держав, урядів в спортивне життя. Система управління спортом в кожній країні визначається багато в чому саме ступенем втручання держави в

спортивний рух, що може виявлятися в різних формах: від виключно законодавчої діяльності до прямого адміністративного втручання.

Відмінності в підході до управління спортом (отже, і до його фінансування) безпосередньо впливають на оцінку спортивного іміджу держави, оскільки складена в кожній окремій державі система організації спорту обов'язково відображає унікальність, що сформувалася, і усталену в умовах конкретної країни сукупність причин і наслідків.

Крім законодавчої участі держави в справах спорту і прямого фінансування значну увагу ЗМІ завжди притягують прояви неформального впливу державних і частково державних структур на спорт, що виходить за рамки існуючої офіційної моделі «втручання», і це питання надзвичайно актуальне. Форми подібного впливу досить різноманітні. Існування багатьох провінційних команд у багатьох видах спорту залежить тільки від волі місцевої адміністрації і т.д.

Тісно пов'язаними з великим видовищним спортом незмінно виявляються усі теми економічної спрямованості, що стосуються насамперед можливості вести ефективний прибутковий бізнес в спортивній сфері. У багатьох країнах спорт є повноцінною галуззю ринку, в якій цілком можливі економічно вигідні або, принаймні, самоокупні бізнес-структури, особливо якщо мова йде про найбільш популярні спортивні види і дисципліни. В Україні ж навіть у футболі, поки неможливо уявити існування повністю самоокупного і самодостатнього клубу, залежного тільки від ринкової кон'юнктури, від доходів з продажів квитків на стадіони, прав на телетрансляції, фірмової атрибутики або хоча б випускників своєї спортивної школи.

Сюди ж ми можемо віднести й іншу проблематику економічних відносин у сфері праці професійних спортсменів, яка дуже часто виявляється предметом пильної уваги спортивної журналістики – всі питання оплати, оформлення контрактів, зміни місця роботи, соціальної захищеності, чесної конкуренції і т.д. Сучасний професійний спорт являє собою певний вид трудової діяльності, «ознаками якої служать: свідомий вибір в якості

основного виду діяльності; отримання матеріальної винагороди; можливість для творчості, кваліфікаційного зростання і просування. Особливістю є короткочасність і висока травмонебезпека». На жаль, далеко не завжди і не скрізь економічна і правова регламентація статусу спортсмена розроблена рівноправно з іншими галузями, вільна від зловживань і порушень. Не тільки в Росії, але в нашій країні зокрема, норми управління і економічних відносин у трудовій діяльності спортсменів (особливо болюча тема переходів, трансферних ринків і зв'язаних з ними фінансових потоків) розроблені і дотримуються недостатньо чітко і послідовно, залежать від укорінених звичаїв чи нелегальних спекулятивних схем. Відсутність впорядкованості і ясності в цих питаннях – один з тих чинників, які часто змушують спортсменів залишати свою країну, влаштовуючи долю в інших національних чемпіонатах, а то й в інших національних командах.

Необхідно також звернути увагу на проблему еротизації подачі спорту в ЗМІ, і насамперед у телемовленні. Сьогодні активно шукаються і знаходяться нові жанри і формати, орієнтовані на сексуальність медіаконтенту. Цю тенденцію необхідно розглядати в більш загальному контексті, пов'язаному з функціонуванням стереотипів і міфів масової культури. Польський дослідник Збігнев Лев-Старович відзначав ще два десятиліття тому: «Відмінною рисою масової культури є її еротизм. Можна простежити, як від боязкої демонстрації оголеного тіла прийшли до відкритого показу сексуальних сцен. Якщо придивитися ближче до кінематографії, програмам ТБ, журналів, науково-популярних публікацій, видаваним в усьому світі, то ми побачимо, наскільки широко представлена сексуальна тематика, переважає натуралізм у постановці питань статі, збільшується інформація про секс, девіації і сексуальної патології» [26, с. 17].

Подібний підхід в сучасних ЗМІ, на жаль, характерний для журналістів, які висвітлюють спорт і супутні йому явища і проблеми. Але це, швидше, загальнопрофесійна «хвороба» трудівників медіа в сучасних умовах. Тим не менш, ставка на сенсаційність змушує спортивних журналістів постійно

шукати інформаційні приводи для своїх матеріалів і репортажів. А тому теми, пов'язані з допінгом, стають такими затребуваними не тільки в спортивній журналістиці як такої, але і в журналістиці взагалі. Низка скандалів стосувалась і українських спортсменів в різних видах: лижні гонки, біатлон, легка атлетика. Аналогічний інтерес світових ЗМІ викликала і фігура американського велогонщика Ленса Армстронга, який сім разів вигравав престижну велогонку «Тур де Франс», при цьому переживши драматичний період боротьби з онкологічним захворюванням. Однак постійні проблеми з допінгом призвели до того, що з позитивного героя спортивної журналістики він поступово перетворився на «поганого хлопця». Кінець його кар'єри в результаті постійних допінгових скандалів виявився сумний: Армстронг отримав довічну професійну дискваліфікацію і був позбавлений усіх завойованих нагород і титулів. Очевидно, що настільки резонансним на думці світової спортивної громадськості приклад американця частковим став і з причини надмірної уваги ЗМІ до його особистості і кар'єри.

Спортивна журналістика в Україні хоч і перебуває на стадії розвитку до сьогодні, проте рівня сусідніх Європи чи Росії ще не досягла. Можна виділити три основні причини, які гальмують зростання вітчизняної спортивної публіцистики.

По-перше, в Україні не існує ні одного навчального закладу, який би готував спеціально спортивних журналістів чи коментаторів. Більшість сучасних українських спортивних журналістів – це спортивні фанати з освітою різного профілю. Це все суттєво впливає на якість сучасної спортивної журналістики. Правда, варто відмітити, що найближчим часом ФФУ збирається започаткувати школу футбольного журналіста для молодих фахівців.

По-друге, для спортивних ЗМІ в Україні, як і для інших завжди актуальною залишається проблема фінансування. Багато сучасних українських видань живуть на кошти меценатів, так і не спромігшись принести прибуток своїм власникам. Телеканали закривають спортивні редакції або

переносять спортивні передачі з прайм-тайму, стверджуючи, що спортивні новини на ТВ давно втратили свою рентабельність.

По-третє, українським спортивним виданням доводиться конкурувати з російськими ЗМІ, (також останнім часом з європейськими і американськими), які впевнено почуваються в українському медіа-просторі. Це в першу чергу стосується інтернет-видань і трохи менше телеканалів [7, с.48].

Висновки до розділу 1

У ході опрацювання теми історії спортивної журналістики ми дійшли висновку, що саме у 20 – 30-х роках минулого століття з розвитком галузі фізичної культури і спорту радянської України і Галичини формується спортивна періодика – спеціалізовані газети та науково-теоретичні журнали, які сприяли висвітленню проблем фізичного виховання, пропагували спортивні досягнення і здоровий спосіб життя.

У цей період як в СРСР, так і в Галичині були створені спеціалізовані спортивні видання. Наступне десятиріччя стало періодом подальшого удосконалення цих видань. Попри велику заідеологізованість спортивної періодики і літератури в СРСР, маємо констатувати: вони заклали фундамент галузевого книговидання, газет і журналів саме спортивної тематики.

Сучасна спортивна журналістика, як окрема галузь журналістики має свої певні цілі та функції, які значно різняться з тими, які були раніше. Якщо основними цілями спортивної журналістики було залучення якомога більшої кількості людей до фізичного виховання та спорту, то сучасна спортивна журналістська діяльність повністю налаштована на висвітлення спорту з різних боків, від безперечно самих спортивних подій до особистого життя спортсменів.

У підсумку, відмовивши слідом за Д. А. Туленковим функціям ескейпізма та емоційної міни в унікальності, ми повинні зупинитися на наборі досить стандартних функцій спортивної журналістики. Виділено з них такі:

інформаційна, пропагандистська, агітаційна, організаційна, вираження і формування громадської думки, рекламна, виховна.

Методика абстрагування діяльності спортивних журналістів призводить до появи цілої низки певних проблем в спортивній журналістиці, до яких можна віднести політизованість спортивної сфери на міжнародній арені, скандальні висвітлення особистого життя спортсменів та різносторонню роботу спортивних журналістів. Також до проблем можна віднести сприйняття, або навпаки не сприйняття певних репортажів суспільством, що нерідко призводить до осуду.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ДРУКОВАНІ СПОРТИВНІ ВИДАННЯ

2.1. Українські спортивні ЗМІ.

Серед відомої газетної української періодики можна виділити такі спортивні видання як «Спортивка», «Спорт-Експрес», «Спорт-арена», «Болельщик».

Зараз «Спорт-Експрес» має українського видавця та друкується на 12-ти сторінках у Києві та Запоріжжі із періодичністю п'ять днів на тиждень. Головною тематикою газети виступає футбол. Структура газети влаштована таким чином, що на першій шпальті публікується початок основних матеріалів номера. Як правило, це 2-3 матеріали, проте передовиця переважно присвячена публікації на футбольну тематику.

Важливе місце на шпальтах видання відіграє інфографіка, з допомогою якої подають статистичні матеріали про результати ігор. Обабіч основного тексту публікуються таблиці того чи іншого чемпіонату, список кращих бомбардирів, список кращих гравців поточного туру і таке інше.

У такий спосіб журналісти допомагають читачеві розуміти перебіг подій, нагадують результати матчів та переваги певної команди у чемпіонатах. Час від часу на шпальтах газети «Спорт-експрес» можна побачити і детальну статистику напередодні туру, наприклад Прем'єр-ліги у 163 випуску газети за 2018 рік. Тут була опублікована таблиця клубів перед туром, питання туру, «протистояння туру» тощо. Попри те, що основна тематика стосується українського футболу, на шпальтах видання можна прочитати короткі повідомлення про перебіг ігор за кордоном.

Однак вони займають значно менше місця, ніж матеріали про вітчизняні змагання. Так, на 7-ій сторінці близько половини шпальти займає рубрика

«Пас з-за кордону». Як правило, в межах згаданої рубрики можна прочитати короткий огляд матчів провідних футбольних європейських чемпіонатів.

Так журналіст видання С. Бичков підготував коментар «Секретное оружие Солари», де йшлося в основному про те, чому в Іспанії всі надії на відродження «Реала» пов'язують з 18-річним Вінісіус Жуніором. Тільки після цього на шпальтах газети публікуються інші рубрики: «Хокей», «Бокс», «Волейбол», «Легка атлетика», «Автоспорт», «Шахи», «Єдиноборства» та інші. Відповідно, можемо зрозуміти, що редакційна колегія цим видам спорту приділяє значно менше уваги.

Як правило, тут можна зауважити коротку статистику та поодинокі коментарі лише до окремих видів спорту, наприклад до підрубрики «Регбі» подали такий коментар: «Уже в качестве вице-чемпионов хмельнитчане на своем поле разгромили прибывший к ним не сильнейшим составом «Сокол». У победителей по части заносов мяча в «зачетку» оппонентов особенно отличились четверья Вадим Сивак и трема Игорь Снисаренко...». Розважальної сторінки у газеті не подано. У кінці останньої шпальти вміщені вихідні відомості про редакцію газети, вказано, що тираж трохи більше, як 51 тисяча примірників. Щодо жанрів, які можна побачити у цій газеті, то насамперед варто згадати репортаж, де описано перебіг гри, коментар про події та тенденції переважно футбольного спортивного світу, статистичні повідомлення про перебіг ігор як футболу, так і інших видів спорту.

Окремо варто зупинитися на жанрі інтерв'ю, яке доволі яскраво представлене на шпальтах «Спорт-експресу». Велике інтерв'ю з людиною, безпосередньо пов'язаною зі спортом вміщено у підрубриці «Откровенный собеседник». Варто зауважити, що футболу ця підрубрика присвячена рідко, в основному художнім видам спорту. Часто це колишні спортсмени, які вже встигли попрацювати в якості тренера або займали іншу керівну посаду в спортивній структурі і т.д. [1, с. 56].

Завдяки гарному підбору героїв, журналістам «Спорт-експресу» вдається зробити цю підрубрику дуже цікавою для читача. До того ж, крім

професійної роботи, бесіда часто заходить і на побутову тематику, що наближає героя до аудиторії.

У художньо-поліграфічному оформленні видання найбільше уваги привертають ілюстрації фотографії із ігор, де чітко зображено один із кульмінаційних моментів матчу. Особливо колоритним виглядає вираз обличчя гравців, на якому можна відстежити найрізноманітніші емоції. Час від часу можна зауважити світлини, де спортсмени тримають у руках виграні кубки або медалі.

Видання віддруковано у чорно-білому форматі, заголовки зверстані по центру публікацій. За обсягом переважають великі матеріали на пів сторінки-сторінку і більше, що полегшує роботу із версткою. Видання широко представлене в мережі Інтернет, так у нього є власний сайт [<https://www.sport-express.ua>], де крім щоденного оновлення стрічки новин, наявний і архів газет у форматі PDF. Аккаунт медіа у соціальній мережі «Facebook» налічує майже 400 тисяч осіб, що стежать новинами. Стрічка новин тут також оновлюється по кілька разів на годину.

2000-го року у Донецьку побачила світ ще одна спортивна газета «Спорт-Арена», яка нині розповсюджується майже по всій території України. Перший номер вийшов 3 березня 2000-го року. Це видання належить до тижневиків і виходить у продаж по п'ятницях російською мовою. Станом на сьогодні її редакція розміщена у Києві. Головний редактор видання Едуард Кисейов. На 16-ти шпальтах читачі можуть прочитати інформацію про події спортивного світу попереднього тижня, головний акцент також робиться на футболі.

Головний редактор газети кілька років тому теж підтвердив, що у цій газеті близько 50% матеріалів на футбольну тематику, проте він наголосив, що такий показник доволі низький. За його аналізом, у багатьох європейських країнах (Іспанія, Франція) спортивні газети футболу приділяють 85%, а то і 90% усіх публікацій.

Перша сторінка видання містить великий заголовок передовиці та ілюстрацію до неї, кілька анонсів справа від головної публікації та внизу сторінки. Перші сторінки традиційно присвячені футбольним новинам. На другій сторінці часто можна зауважити короткий перелік «Событий тура» та та цифрову характеристику чемпіонатів.

У межах наступних сторінок подаються публікації про футбол, найчастіше поділені на різноманітні рубрики, як ось «Актуально», «Итоги тура», «Юбилей», «Лига наций», «Лига Европы». Варто звернути увагу, що доволі часто журналісти, зважаючи на періодичність виходу газети у світ, вдаються не до розповіді про перебіг певного матчу, що уже може втратити свою актуальність, а до аналізу найцікавіших моментів, подають у публікації коментарі тренерів команд, експертів тощо. Наприклад, у публікації «Два «обычных» гола «перевесили» шедевр» йдеться про особливості гри «Зоря Карпати». Журналіст Юрій Окунь наголосив на здивуванні тренера команди-переможця від гри та загальній атмосфері поєдинку та додав коментарі головних тренерів обох команд. Також варто звернути увагу, що журналісти вдаються до висвітлення не тільки ігор, а й певних «закулісних моментів». Наприклад, у матеріалі «Торжественный ужин и дебютанты» розібрана ситуація стосунків між Миколою Шарапенко та Андрієм Борячуком, яких «какие-то пытаются поссорить». Значно більше уваги у порівнянні із газетою «Спорт-Експрес» приділяється перебігу закордонного футбольного спорту.

У кожному випуску газети, коли проходять чемпіонати, можна нарахувати не менше 5 публікацій. Наприклад, у газеті було опубліковано такі матеріали: «Монегаски больше не конкуренты», «Хозяева Манчестера», «Огорчение для всех миланцев», «Хорошие предпосылки для Шмелей», «Судьбоносный матч на «Бальбаидосе». У цих матеріалах часто вдаються до історичних екскурсів, порівнянь гри команди у попередніх турах чи з іншими тренерами. Наприклад, у згаданій нами публікації «Судьбоносный матч на «Бальбаидосе» проаналізовано успіхи одного із гравців команди на фоні загальних досягнень учасників кубку: «В итоге Сантьяго Солари с четырьма

победою при разнице мячей 15:2 выдал, как оказалось, лучший старт для тренера «Реал» с момента основания Премьер-Лиги, то есть с 1929 года».

Інтерв'ю у цій газеті подано доволі специфічно. Можна збагнути, що акценти на цьому жанрі видавці не роблять. Часто можна зауважити як цей жанр вплітається у великий за обсягом матеріал у другій частині публікації. Варто додати, що перший – інформаційний, наближений до звітного матеріалу про перебіг гри, підготовку до виступу і чимало іншого. Прикладом може бути «Торжественный ужин и дебютанты», де подано діалог із тренером збірної, хоча із самого тексту навіть складно зрозуміти, із ким саме веде бесіду журналіст. Прикладом інтерв'ю може бути також публікація «Откровения Ярмоленко», де півзахисник Андрій Ярмоленко відповідав на запитання вболівальників на власному Ютуб-каналі. Хто працював над записом текстової версії не вказано. Загалом можна сказати, що і питання, і відповіді доволі уривчасті та невеликі за обсягом, наприклад: «Думал, где будеш завершать карьеру? - Пока об этом не задумывался. Я не такой уж старый – всего 29 лет. А в душе мне все 18». Проте такі живі діалоги дають змогу дізнатися більше тих речей, про які журналісти з точки зору професійної етики не цікавляться [19, с. 144].

Останні 4-5 сторінок у газеті присвячені іншим видам спорту – баскетболу, боксу, хокею, настільним видам змагань, карате, біатлону, художній гімнастиці тощо. Часто публікації про ці види спорту написані у суто інформаційних жанрах, або поєднують ознаки інформаційності та аналітичності. Щодо останнього, то прикладом може бути публікація «Уски покорила британскую публику», де у першому абзаці вказано про результати бою, кілька наступних присвячено репортажеві поєдинку (вказано, хто які позиції зайняв, як вони змінювалися протягом гри тощо). Автор Віктор Тачинський після цього згадав про прогнози суддів щодо можливого результату поєдинку, наголосивши, що усі із них надавали перевагу супернику.

Перевагою матеріалу можна вважати те, що коментарі узяті як в українця, так і в британського боксера. Читачі можуть зауважити, що боксери доволі високо відгукнулись в сторону один одного, акцентувавши на тому, що кожен із представників професіонал своєї справи. Про плани на подальше майбутнє журналісту не було відомо, що він і вказав наприкінці публікації. Більшість матеріалів подано у формі замітки, і йдеться про перемоги українських спортсменів, у той же час можемо відмітити, що перебіг футбольних ігор розписаний незалежно від кінцевого результату.

У таких замітках, вказано, який саме чемпіонат відбувався, як у ньому показали себе українці, також час від часу можна знайти короткий коментар тренера чи спортсмена. На шпальтах, які присвячені іншим видам спорту, налічується також велика кількість цифрових даних. Так, у рубриці «Табло», яка нагадує рубрику «Калейдоскоп» у газеті «Спорт-Експрес» вміщено підсумки турів серії, окремих ігор з тенісу, баскетболу, гандболу, хокею та інших. Крім сухої статистики, коментарів про ці ігри не подано.

На останній сторінці розміщена цікава рубрика «Планета», де подані замітки про події останнього часу у світі спорту. Тут може йтися про курйозні ситуації під час ігор, втручання глядачів у перебіг поєдинків, купівлі нових речей футболістами (авто, дім), гучні одруження світових гравців тощо. Авторський стиль матеріалів суттєво відрізняється від рівня майстерності журналіста, що підготував публікації. Але варто зазначити, що більшість текстів написані у доволі стриманому стилі, тут майже не має різної емоційної лексики, як реакції на перемогу або поразку українських футболістів тощо.

Щодо художньо-технічного оформлення, то варто звернути увагу, що від моменту заснування газета виходила на восьми сторінках в чорно-білому варіанті, а через два роки вона набула сучасного вигляду: почала виходити на дванадцяти смугах, чотири з яких стали кольоровими. У деяких роках видання виходило двічі на тиждень, сьогодні це тижневик із 16 сторінками, 4 із яких кольорові. На одній газетній шпальті може простежуватися 3-4 і більше публікацій, що ускладнює верстку та одночасно говорить про не настільки

ретельне вивчення тематики, адже доволі часто публікації менші за обсягом, ніж у газеті «Спорт-Експрес». Ілюстративний матеріал підібраний подібно до газети «Спорт-Експрес» – на фото зображені кульмінаційні моменти певної гри, чітко можна простежити емоцій гравців. У мережі Інтернет про це видання вміщено мінімум інформації – ні сайту, ні розвинутих аккаунтів у соціальних мережах газета не має. Варто також наголосити, що її тираж тільки 10 тисяч примірників, що свідчить про необхідність редакційній колегії збільшувати аудиторію, зокрема й з допомогою всесвітньої мережі.

«Спортивка» – це ще одна всеукраїнська спортивна газета, що була створена 2004-го року у Львові. Засновник – Олександр Желізний. Шеф-редактор – Роман Цюняк, головний редактор – Віталій Павлишин. Виходить друком видання тричі на тиждень. Слід зазначити, що це єдине газетне спортивне видання, що виходить форматом А4. Кількість сторінок у кожному випуску – 16. Також це єдине україномовне загальноукраїнське видання про спорт. Тематичний спектр газети суттєво не відрізняється від передніх аналізованих нами ЗМІ. Найбільше уваги присвячено футболу як найбільш популярному різновидові спорту.

Перша сторінка містить початок передовиці, де крім заголовку та великої світлини подано кілька перших абзаців публікації. Внизу сторінки менша площа приділена ще одній вагомій публікації поточного номеру також із початком матеріалу. Анонсів як таких не зауважено, що, на наш погляд, можна вважати недоліком. До майже кожної публікації дописують своєрідну підрубрику, що підкреслює тематику та результати тієї чи іншої гри. Такі підрубрики, звісно, не є постійними.

Привертає увагу колонка «Оцінки України», де вміщено перелік гравців української збірної та оцінки, що вони заслуговують після тієї чи іншої гри. Залишається незрозумілим, хто саме розставляв ці оцінки та за якими першочерговими критеріями, але попри це така інформація привертає увагу читачів. Так, наприклад, у випуску 140 за минулий 2020-й рік до публікації «Нулі без розчарування «гра Туреччина – Україна» Ігор Пластун отримав

оцінку 4,6 бала із 5, при цьому вміщено такий коментар: «Чудовий матч колишнього «карпатівця». Спокійно та впевнено діяв у захисті, вигравши практично всі єдиноборства. Не раз підстраховував партнерів і команду від неприємностей».

Варто звернути увагу, що журналісти до однієї гри готують різні матеріали. Так, про згаданий нами матч «Туреччина – Україна» підготовлено коментар про результати гри та роздуми журналіста про можливий інший перебіг змагання; вміщено чималі коментарі кожного із тренерів команд (Андрія Шевченка та Мірча Луческу) та окремою публікацією короткі коментарі гравців. На наш погляд, такий поділ матеріалу на складові частини у формі кожної окремої публікації із заголовком, лідом, основним текстом та ілюстративним матеріалом додатково привертають увагу потенційного читача, якому не доведеться у великій публікації розшукувати ту інформацію, яка йому найбільше потрібна. Також такий поділ важливих тематичних матеріалів є виправданий, зважаючи на А4 формат газетних шпальт, оскільки з естетичної точки зору було б недоцільно розміщувати великий за обсягом матеріал на 3-4 сторінки поспіль.

Аналітика футбольних журналістів доволі строга. Наприклад, Андрій Свистун розкритикував коментар головного тренера Шевченка: «Товариську гру проти збірної Туреччини найкраще охарактеризував наставник збірної України Андрій Шевченко, назвавши її хрещенням молоді. Але особливого вибору в головного тренера і не було. Насправді він знову використав майже всіх найсильніших, хто на даний час був у його розпорядженні», проте у публікації використовував емоційно забарвлену лексику, слухні порівняння тощо: «Дякувати Богу, акція завершилася, і цього разу на полі була звична побудова».

Це видання не оминає політичних тем у світі спорту, обговорюючи можливі договірні матчі, «війни» між командами чи футбольними установами тощо. Традиційно останні сторінки у цій газеті теж присвячені іншим видам

спорту. Найчастіше трапляються невеликі за обсягом публікації із статистичними даними та короткими коментарями журналістів до гри чи події.

Окрім того, навіть замітки у цій газеті містять фотографії. Відмінною рисою «Спортивки» є наявність програми телепередач, щоправда вміщено тільки розпорядки програм українських спортивних телеканалів. Остання сторінка найчастіше містить репортаж із жіночих різновидів спорту, світлини із фотосесій моделей або просто розважальну інформацію. Зважаючи на те, що перша та остання шпальта кольорові, видавцям найбільш зручно вміщувати саме тут кольорові великоформатні світлини, щоб привертати увагу аудиторії.

Серед жанрів на шпальтах видання є замітки, звіти, репортажі, аналітичні публікації (можливе поєднання аналітики та репортажу або інших жанрів), інтерв'ю тощо. Останній із згаданих жанрів має доволі незвичну форму: журналісти не вміщують звичне запитання та відповідь, а вказують тему (найчастіше із використанням слова «про...») та відразу відповідь інтерв'юваного, рідше всередині цієї теми деталізаторські запитання журналіста. Наприклад, «Юрій Сидорович: Тепер налаштування суперників ЛУФК буде зовсім іншим», де подані такі «запитання»: «Гра з дерективним сюжетом», «Справжня бомба від львів'ян».

Коротко підсумуємо дизайн видання, про який ми уже принагідно згадували під час аналізу видання. 4 сторінки газети кольорові, решта – чорно-білі. Ілюстративним матеріалом слугують фотографії із кульмінаційних моментів ігор. Верстка видання найчастіше скомпонована з допомогою поділу сторінки на дві колонки тонкою лінією. Таке оформлення загалом задовольняє пересічного користувача. Також А4 формат видання додає мобільності і зручності у читанні в транспорті і так далі.

«Спортивка» погано позиціонує себе в Інтернеті. Так, сайту видання взагалі немає, а сторінка «ФБ» містить лише трохи більше тисячі підпискинків. До того ж зауважимо, що матеріали у мережі оновлюються вкрай рідко.

Підсумовуючи підрозділ, наведемо таблицю з компаративним аналізом вищезгаданих спортивних видань України (Додаток А).

Окрім того, можна виділити елементи, яких не вистачає сучасним спортивним виданням. На нашу думку, тематичне розмаїття видань є досить неевеликим і не може задовільнити усі потреби читача. Надзвичайно велика увага приділяється футболу. Так, це можна пояснити тим, що цей вид спорту є найбільш популярним та дороговартісним, проте слід звертатися й до інших видів, адже чимало спортсменів та фанатів хочуть мати якісну інформацію стосовно свого виду занять. Додатково хочеться відзначити малу кількість розважального контенту в спортивній періодиці. Основний напрям контенту в таких виданнях – інформаційність, новинність. Вважаємо, можна доповнювати спортивні журнали й газети корисними порадами, цікавими фактами та іншим. Таким чином можливо охопити ще більше аудиторії.

2.2. Процес розробки спортивного журналу на фітнес тематику «SPORTSIDE»

Дослідивши та проаналізувавши сучасні спортивні видання України, ми дійшли висновку, що читачу катастрофічно не вистачає інформації та контенту. Кожне видання схоже один на одного та зосереджується в основному на футболі. Однак спорт – це не лише про футбол.

Нині стрімко набирає популярність фітнес та домашні тренування, що також відноситься до теми спорту. Все більше і більше молоді, жінок та чоловіків бажають змінити себе та своє тіло завдяки вправам, які легко можуть виконувати вдома. Це зручно та комфортніше, аніж ходити до фітнес-клубу. Та для того, щоб заняття дійсно були ефективними, потрібно вивчити та дослідити чимало інформації. Зараз єдине джерело такої допомоги для них – це Інтернет. Саме тому ми вирішили зробити власний журнал, який цілком та повністю буде присвячений фітнестематиці. В цій темі і закладена уся актуальність видання.

Першим елементом, який варто продумати у створенні власного видання є тематика та назва. Якщо з темою все зрозуміло, то над ім'ям журналу довелось поміркувати. Обирались варіанти, які безпосередньо стосуються спорту та його характеристик. Назва мала бути узагальнюючою та конкретною, щоб читач одразу розумів про що він зараз буде читати, тримаючи в руках журнал. Серед десятків варіантів було обрано назву «SPORTSIDE», яка повністю відповідала нашим умовам. (Додаток Б)

Другим етапом ми обирали формат сторінок, їх кількість та тираж. З огляду на сучасні спортивні видання можна побачити, що в Україні існує лише один журнал формату А4. На нашу думку, цей розмір є найбільш зручним та придатним для використання. Отже, формат журналу «SPORTSIDE» – А4. Оптимальною кількістю сторінок ми вважаємо 16. Так видання виходить не товстим, а завдяки формату А4 дозволяє розмістити усю необхідну інформацію. Щодо тиражу, то слід враховувати специфіку тематики, адже фітнес не є цілком універсальною темою. Відповідно найбільш кращим варіантом ми обрали тираж у 20 тисяч примірників.

Перед тим, як починати висвітлювати інформацію, слід врахувати портрет цільової аудиторії (далі ЦА), щоб розуміти потреби своїх читачів. Враховуючи специфіку журналу, можна з точністю сказати, що наша ЦА – це люди, котрі цікавляться та люблять спорт. Для них важливо тримувати актуальну достовірну інформацію із спортивного світу, слідкувати за новинками та нововведеннями, знати подробиці життя відомих улюблених спортсменів тощо. Окрім того, журнал присвячений фітнес-тематичі, а це означає, що купуватимуть його також ті, які прагнуть займатися спортом самостійно. Варто врахувати, що серед них можуть бути як професіонали, так і абсолютні початківці. Відповідно інформація має бути доступною та зрозумілою для всіх. Спорт – хобі в основному для молодих людей. Можна визначити середній вік ЦА як 18-35 років. Фітнесом переважно цікавляться жінки. Так як чоловіки надають перевагу силовим навантаженням у

тренажерному залі. Таким чином встановимо, що найбільш часто журнал купуватимуть жінки.

Наступним кроком стали роздуми стосовно інформації, яку висвітлятиме видання, та відповідне рубрикація. Чітка структурована організація змістового наповнення журналу – вже символізує частину успіху та якості видання. Грамотна система рубрикації коригує саме читання, допомагає читачу виокремити цікаве для себе, обрати потрібну інформацію тощо. Контент «SPORTSIDE» міститиме як інформаційне, так і розважальне значення. Серед постійних рубрик будуть такі:

- «Just do it!»: міститиме інформацію про вправи, техніку їх виконання та вплив на групи м'язів; (Додаток В)

- «Easy sport»: повідомлятиме про лайфхаки та поради для спортсменів; (Додаток Г)

- «Hot news»: в рубриці буде зібрана інформація про новинки у світі спорту (переважно фітнесу); (Додаток Д)

- «To be healthy»: дані про вітаміни, спортивні харчові добавки, здорове харчування тощо; (Додаток Е)

- «SportStar»: рубрика під інтерв'ю з відомими спортсменами, тренерами тощо; (Додаток Є)

- «Sport for everyone»: в цій частині журналу розміщуватиметься поради, вправи та дієти від відомих сучасних блогерів, тренерів, спортсменів тощо. (Додаток Ж)

Саме наповнення видання – 80% копірайтинг та рерайтинг, адже спортивна інформація базується на фактах, відповідно вигадані дані можуть навіть нашкодити читачу. Матеріал братиметься як з інтернет-ресурсів, так і друкованих спортивних видань (книги, журнали, газети), що перебувають у вільному доступі. Абсолютно унікальними в журналі будуть інтерв'ю та лайфхаки. Інтерв'ю з відомими людьми (блогерами) – це опрацьована та структурована інформація з публікацій, історій, відео, які вони висвітлюють у

своїх соціальних мережах. А от лайфхаки від тренерів цілком оригінальний текст, адже записаний із особистісної розмови з оповідачем.

Наповненням журналу безумовно займатимуться журналісти. До їх команди були залучені люди, що цікавляться світом спорту, слідкують за його новинами та розуміють про що пишуть. Серед них є студенти, що навчаються на спеціальності «Журналістика», також фітнес-тренери та спортсмени. Окрім журналістів структурний апарат видання складатимуть головний редактор та випусковий редактор. Головний редактор поєднуватиме в собі також і літературного редактора, тобто відповідатиме за грамотність викладеного матеріалу. За художнє оформлення відповідає дизайнер, який має гарний досвід роботи.

Важливим компонентом кожного журналу, про який не варто забувати, звичайно ж є ілюстрації та художнє оздоблення. Саме ці яскраві елементи серед тексту відрізняють журнал від сірої газети, тому їм варто приділяти особливу увагу. Ситуація здається простою, коли мова йде про інтерв'ю, адже для нього можна використовувати фото самих гостей, з якими ведеться бесіда. Однак складніше підібрати вдалі ілюстрації для опису вправ наприклад. Картинка має не просто бути яскравою та привертати увагу. В такому контексті вона має виконувати неабияку важливу функцію – зрозуміло подати людям правильну техніку виконання. Саме тому для свого журналу ми часто запрошуватимемо моделей, які за допомогою тренерів від-творюватимуть усі нюанси.

Фотоілюстрації, безумовно, невід'ємна складова будь-якого журналу. Однак, на нашу думку, для спортивного видання цього може бути недостатньо. З огляду на це, виникла ідея доповнити журнал QR-кодами, за якими читач зможе знайти відео. Ці відео будуть наочно демонструвати саме виконання тренувань з детальними інструкціями та таймером. Серед українських видань з такою тематикою подібних оновлень ще не було. Тому ми стали своєрідними засновниками даного надбання, що виділятиме нас серед інших.

Для реалізації вищезазначених ідей та розробки електронної версії журналу «SPORTSIDE», ми використовуємо програму Adobe InDesign. Цей додаток дозволяє обрати будь-які розміри, одразу враховуючи відступи для друку видання. Обравши єдину концепцію мінімалістичного, однак яскравого дизайну, ми поступово розміщували тексти та ілюстрації відповідно до власних вподобань.

У підсумку можна сказати, що журнал «SPORTSIDE» на фітнес-тематику є новизною на ринку спортивних видань України. Його унікальність полягає в незвичайному форматі (A4), в англійській назві та рубриках, а також у висвітленні своєрідної теми. Абсолютною новинкою стало використання QR-кодів, які полегшують сприйняття читачами описаного контенту. Окрім цього, журнал є одним з небагатьох, який друкується українською мовою.

Висновки до розділу 2

Серед відомої газетної української періодики можна виділити такі спортивні видання як «Спортивка», «Спорт-Експрес», «Спорт-арена», «Болельщик». Порівнюючи їх можна виділити спільні та відмінні характеристики.

Об'єднує усі ці видання одне тематичне направлення. Кожне з них переважно висвітлює футбол, набагато менше приділяючи увагу іншим видам спорту. «Спорт-експрес» та «Спорт-арена» видаються російською мовою, в той час як «Спортивка» – українською. Щодо кількості сторінок, то тут виділяється «Спорт-експрес». Газета друкується на 12-ти сторінках, а от її конкурентки мають по 16 сторінок. Схожими також є жанри, які використовують видання. У кожному можна зустріти репортажі, статі, інтерв'ю, замітки, коментарі.

Підрозділ 2.2. було безпосередньо присвячено створенню власного спортивного журналу на фітнес-тематику «SPORTSIDE».

Журнал видаватиметься українською мовою на 16 сторінках формату A4. Контент видання носитиме як інформаційний, так і розважальний

характер. Постійні рубрики журналу висвітлюватимуть новини із світу спорту, відкриватимуть лайфхаки для читачів, розказуватимуть як правильно виконувати ті чи інші вправи на конкретні групи м'язів, рекламуватимуть вітаміни, спортивне харчування тощо.

Окрім фотоілюстрацій журнал буде доповнений QR-кодами за посиланнями яких читачі зможуть відкрити відео-урок з тренування. Таке рішення є абсолютно новим серед спортивної періодики України.

Усі роботи по реалізації журналу «SPORTSIDE» виконуються у програмі Adobe InDesign.

ВИСНОВКИ

У першому розділі ми дослідили історію становлення мас – медіа з огляду на розвиток зарубіжних та українських джерел, і визначили, що спортивна журналістика пройшла чималу історію до свого розквіту. З розвитком галузі фізичної культури і спорту радянської України і Галичини у 20–30-х роках минулого століття формується спортивна періодика – спеціалізовані газети та науково-теоретичні журнали, які сприяли висвітленню проблем фізичного виховання, пропагували спортивні досягнення і здоровий спосіб життя.

У цей період із спеціалізованих журналів в Радянському Союзі видаються московська «Гимнастика», петрозаводський «Красний страж», київський «Спорт», тифліський «Физкультурник Закавказзя» і столичні «Теория и практика физической культуры» і «Физкультура і спорт». У ряду газет спортивної тематики також були й московський і єреванський «Красный спорт», ленінградський «Спартак», київський «Советский спорт», бакинський «Физкультурник Азербайджана», ташкентський «Физкультурник Узбекистана».

Проривом для формування розвитку спортивної журналістики стало видання «Спортивний альманах». Уже в 1933 році «Спортивний альманах» робить огляд історії українського фізичного виховання, в якому слушно зазначено, що «Світова війна припинила тіловиховну працю. Українські спортсменці довоєнних часів замінили зелені мурави спортивних грищ на поле хвали». І тільки після повернення з війни давніх членів фізкультурного руху починається «нова праця». [25, с. 63]

Було з'ясовано, що сучасна спортивна журналістика, як окрема галузь журналістики має свої певні цілі та функції, які значно різняться з тими, які були раніше. Якщо основними цілями спортивної журналістики було

залучення якомога більшої кількості людей до фізичного виховання та спорту, то сучасна спортивна журналістська діяльність повністю налаштована на висвітлення спорту з різних боків, від безперечно самих спортивних подій до особистого життя спортсменів.

Крім спеціальних цілей і завдань, спортивна журналістика має також досить довгий перелік реалізованих нею функцій. Їх здійснення відбувається з урахуванням специфіки предмета відображення і в чому ґрунтується на функціях самого спорту: змагальної, культурної, інтегративної, представницької, політичної, підготовчої, освітньої, виховної, управлінської тощо.

Однак треба визнати, що в цілому функції, виконувані спортивною журналістикою (якщо розглядати їх у відриві від практики реалізації), не є унікальними і притаманними тільки їй одній, вони досить універсальні і можуть зустрічатися в інших галузях журналістики.

У розділі було проаналізовано такі спортивні видання як «Спортивка», «Спорт-Експрес», «Спорт-арена», «Болельщик», однак кожен з них найбільшу увагу надає футболу.

У другому розділі ми провели дослідження та проаналізували сучасні спортивні видання України, та дійшли висновку, що читачу катастрофічно не вистачає інформації та контенту.

Саме тому було вирішено розробити власний спортивний журнал, який буде присвячений фітнесу. Назва видання – «SPORTSIDE», тираж – 20 000 примірників, кількість сторінок – 16 у форматі А4.

Контент журналу носитиме як інформаційний, так і розважальний характер. До постійних рубрик відноситься: «Just do it!», «Easy sport», «Hot news», «To be healthy», «SportStar», «Sport for everyone».

Окрім фотоілюстрацій журнал буде доповнений QR-кодами за посиланнями яких читачі зможуть відкрити відео-урок з тренування. Таке рішення є абсолютно новим серед спортивної періодики України. Усі роботи по реалізації журналу «SPORTSIDE» виконуються у програмі Adobe InDesign.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопов А. І. Спеціальні журнали. Методологія. Історія. Типологія: автореф. дис докт. наук. Київ, 1991 – 156 с.
2. Алексеев К. А. Спортивная журналистика. Питер: 2010. — Ч. 1.
3. Виноградов П. А. Теорія і методологія використання ЗМІ у розвитку фізичної культури. С. 62.
4. Войтик Е. А. Спортивная журналистика / Е. А. Войтик. – Томск: Факультет журналистики ТГУ, 2004. – 125 с.
5. Волобуєва А. М. «Служіння красі людського тіла»: видання про фізичну культуру та виховання кінця ХІХ – початку ХХ ст. / А. М. Волобуєва // Образ. – 2008. – Вип. 9. – С. 80–84.
6. Дерепка М. С. Висвітлення спорту в періодичній пресі України (2000-2002): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з фіз. виховання і спорту: спец. 24. 00. 01 / Дерепка Марина Сергіївна. – К., 2003. – 19 с.
7. Житарюк М. Г. Великий спорт і мас-медіа. Текст лекцій: навч.-метод. посіб. / М. Г. Житарюк. – Львів: Світ, 1997. – 84 с.
8. Ковпак В. О. Українська спортивна періодика Галичини 20-30 рр. ХХ ст.: монографія / В. О. Ковпак. – Львів: Львів. нац. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук.-дослід. центр періодики, 2008. – 234 с
9. Корольова О. В. Спортивні журнали незалежної України: сучасний стан, тенденції розвитку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій: спец. 27.00.01 / Корольова Олена Володимирівна. – К., 2013 . – 17 с.
10. Лаврик О. В. Жанрово-стильові особливості репортажу в українській спортивній пресі / О. В. Лаврик // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9, ч. 1. – С. 196–201.

11. Мельник П. Нове метафоричне мислення в газетній спортивній журналістиці / П. Мельник // Стил ь і текст. – 2002. – Вип. 3. – С. 195-205.
12. Михайлов С. А., Мостов А. Г. Спортивная журналистика: уч. пособ. / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 224 с.
13. Павленко А. В. Футбольний імідж України: особливості формування та виявлення в сучасних вітчизняних ЗМІ: автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій / А. В. Павленко. – Київ, 2012. – 16 с.
14. Півень О. П. Актуальні проблеми фізичного виховання в українській пресі 20-х років ХХ ст. / О. П. Півень // Педагогіка, психологія та медикобіологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2005. – № 18. – С. 49–53.
15. Сазонова Ю. А. Спортивная тележурналистика Украины в 2000–2010 годах: функционально-структурный и лингвистический аспекты / Ю. А. Сазонова // Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы: матэрыялы I Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск: Выд. цэнтр БДУ, 2017. – С. 229-239.
16. Сазонова Ю. А. Зарождение и формирование украинской спортивной прессы на территории Галиции (конец XIX – начало XX в.) / Ю. А. Сазонова // Вестник Белорусского государственного университета. Серия 4. Филология. Журналистика. Педагогика. – № 3. – 2015. – С. 85-91
17. Сазонова Ю. О. Газета «Команда» в історії української спортивної журналістики періоду незалежності: періоди розвитку, проблемно-тематичний діапазон, характерні риси функціонування // Вісник Книжкової палати України. 2019. № 12.
18. Сазонова Ю.О. Жанри статті-презентації та похвали в спортивній клубній пресі: синтез журналістського, паблік рїлейшнз та рекламного дискурсів / Ю. О. Сазонова // Інформаційне суспільство – 2013. – № 18. – С. 107-112;
19. Сазонова Ю. О. Жанрові модифікації інтерв'ю в спортивній клубній пресі / Ю. О. Сазонова // Мова. Суспільство. Журналистика: збірник матеріалів і тез ХІХ міжнародної науковопрактичної конференції з проблем функціонування і

розвитку української мови. 12 квітня 2013. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. – С. 143-148.

20. Сазонова Ю. О. Журнал «Красный спорт» (1922–1923) в історії спортивної преси УРСР 1920-х років / Ю. О. Сазонова // «Держава і регіони. Серія "Соціальні комунікації"». – 2013. – № 1 (13). – С. 95-102.

21. Сазонова Ю. О. Зародження спортивної преси в Україні та її розвиток в дорадянську добу (1881—1916 рр.) / Ю. О. Сазонова // Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка. Серія «Журналістика». – 2013. – № 37. – С. 451-461.

22. Сазонова Ю.О. Зародження та формування київської спортивної преси (кінець XIX — 1917 р.) / Ю. О. Сазонова // Вісник Харківської державної академії культури. Серія: Соціальні комунікації. – 2017. – Вип. 50. – С. 263-274.

23. Сазонова Ю. О. Зародження та формування спортивної преси Одеси (кінець XIX – 1910-і рр.) / Ю. О. Сазонова // Український інформаційний простір (поданий для реєстрації як ВАКівський). – 2014. – № 3. – С. 163-173.

24. Сазонова Ю. О. Київська спортивна преса 1920-30-х рр. в історії української журналістики / Ю. О. Сазонова // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 52. – 2013. – С. 283-293.

25. Сазонова Ю. О. Спортивна преса Буковини та Закарпаття у 20-30-х рр. ХХ ст. / Ю. О. Сазонова // Антикризовий розвиток соціальних та економічних процесів в умовах глобалізації: матеріали IV міжнародної науковопрактичної конференції (Київ-Буча, квітень 2014) – К.: Міленіум, 2014. – С. 60-65.

26. Сазонова, Ю. О. Спортивна преса України: особливості становлення та сучасне функціонування: автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій: 27.00.04 / Сазонова Юлія Олександрівна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ: 2016. – 17 с.

28. Сазонова Ю. О. Спортивная пресса УССР 1920-30-х годов: типология, периодизация, особенности развития, историко-функциональный аспект /

- Ю.А. Сазонова // Вестник Московского университета. Серия Журналистика. – 2014. – № 3. – С. 119-134.
29. Свістельник І. Р. Книговидання та періодична преса у галузі фізичної культури і спорту / І. Р. Свістельник. – К.: Кондор, 2010. – 148 с.
30. Случевский С. А. Тенденции спортивной журналистики [Электронный ресурс] / С. А. Случевский // Режим доступа:
<http://www.telekritika.ua/sluchevsky/print/76916>
31. Слюсаренко Є. А. Спеціалізовані журнали про спорт: типологічні та профільні характеристики. С. 11.
32. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления [Электронный ресурс] // Web-ресурс спортивного журналиста Дмитрия Туленкова. – Режим доступа:
<http://sportd.narod.ru /nauka/stat1.htm>
33. Янків І.Т. Українська спортивна термінологія (історико-методологічний аналіз): «Фізичне виховання і спорт» / І.Т. Янків. – Луцьк, 2000. – 19 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Порівняння сучасних спортивних видань України

Критерії	«Спорт-експрес»	«Спорт-арена»	«Спортивка»
Тематика	Спорт, в основному футбол	Спорт, переважно футбол	Спорт (найбільше футбол) + політика спорту
Періодичність виходу видання	5 днів на тиждень	1 раз на тиждень (по п'ятницях)	3 рази на тиждень
Рубрики	«Пас з-за кордону», «Хокей», «Бокс», «Волейбол», «Легка атлетика», «Автоспорт», «Шахи», «Єдиноборства» тощо	«Актуально», «Ітоги тура», «Юбилей», «Лига націй», «Лига Європы» тощо	«Оцінки України», «Програма», тощо
Мова	Російська	Російська	Українська
Кількість сторінок	12	16	16
Жанри	Репортаж, коментар, замітка, інтерв'ю, стаття	Замітки, інтерв'ю, репортажі, стаття	Замітки, звіти, репортажі, аналітичні публікації, інтерв'ю тощо.

Розроблено автором

Додаток Б
Обкладинка журналу

SPORTSIDE

#4 (2020)



Олена Мандзюк:
"Гарні сіднички
вдома"

Зірка номеру -
Марі
Карачина

Спорт вдома-
це легко!

Зроби своє
тіло сам!

Розроблено автором

Додаток В

Рубрика «Just do it»

JUST DO IT

6



Сталевий прес

Важкочи мати залізний прес без краплі жиру, ти мучиш себе нахилами, скручуваннями і підйомами ніг, виконуючи вправи строго за розкладом - три рази в тиждень. Проте невдалий животик все ж званяється, та й реальсф підволить. М'язи живота вимагають до себе іншого ставлення, ніж інші м'язові групи. Оскільки прес у людини залучений в повсякденному житті активніше, ніж, скажімо, стегно або той же біцепс (навіть снілючись, ти напружуєш живіт), то і качати його потрібно старанніше, а головне - частіше.

Секрет зовсім не в розмаїтті, а в правильності і частоті тренувань. Не потрібно робити упор на кількість вправ. Для успішної роботи тобі вистачить всього двох - на підйомні ніг і підйоми тулуба

Розроблено автором

Додаток Г
Рубрика «Easy sport»

Easy Sport

8



СПОРТ ВДОМА - ЦЕ
ЛЕГКО!

Воїтеся, що ваша спортивна ініціатива довго не проживе, і через пару-трійку тренувань ви віддасте перевагу полежати вдома, поїсти шоколад, насолоджуючись цікавим фільмом, замість того, щоб зібратися і піти в зал? Тоді вам варто дізнатися декілька фітнес-лайфхаків для новачків, які допоможуть зробити фізичні навантаження звичними і улюбленими.

Розроблено автором

Додаток Д
Рубрика «Hot news»

HOT NEWS

16



Фітнес-клуби працюють!

Сьогодні фітнес-клуби Sport Life візновляють свою роботу. Почни сьогодні! Прямо зараз! Адже мережа Sport Life це 115 басейнів із багатоступеневими різними очищення, знезараження озonom та ультрафіолетом. 150 високоякісних тренажерних залів, з обладнанням кращих світових марок. А також басейни та фітнес-секції для дітей! Вронзой та отримуй подарунки.



Розроблено автором

Додаток Е

Рубрика «To be healthy»

TO BE HEALTHY

10

ОПИС

Американський хімік, лауреат двох Нобелівських премій Алігнус Поінт одного разу зауважив: «Відносно захворювань - результат нестачі макро- або мікроелементів в організмі». Але ж ми зовсім забуваємо про них, чомусь думаючи, що вітаміни важливіше мінеральних речовин. Biotech Multi Mineral Complex 100 tabs виправить це прикрі непорозуміння і додасть в скарбничку вашого організму кілька міліграмів біологічно значущих елементів.

ПЛЮСИ

Multi Mineral Complex 100 tabs від Biotech виготовлений з безпечних інгредієнтів і має сертифікат якості, який відповідає стандартам GMP і ISO 9001. Мульти Мінерал Комплекс легко контактує.



Розроблено автором

Додаток Є
Рубрика «Sport star»

SPORT STAR

14

РАНКОВА РУТИНА

Я зазвичай рано встаю, але завдяки тому, що лягаю до 23:00, прокидаюся завжди енергійна. Випиваю воду. Щоранку я або біжу 2—4 км, або роблю комплекс на 10 хвилин з планок і вправ на спину. Після пробіжки в мене повільний сніданок, обов'язково без телефона. Потім починаю працювати.



Розроблено автором

Додаток Ж

Рубрика «Sport for everyone»

Sport for everyone

12



ОЛЕНА МАНДЗЮК

"Тарні сіднички вдома"



<https://uhpress.hawaii.edu/mission/>

Хей, красуня, ти не забула, що скоро літо? Плануєш відпочинок? Тоді варто підготувати своє супер-тіло до палкого сезону, аби в купальнику ти виглядала чарівно.

Повір мені, це досить легко. Головне пам'ятати для чого ти це робиш і налаштувати мету. Уникай себе тою, якою хочеш себе бачити і твоє мріє обов'язково здійсниться.

Сьогодні я покажу тобі свої ТОП-5 вправ для гарних сідничок, які будь-хто зможе виконати в себе вдома. Не будемо витрачати час на зайві розмови, розпочинаємо!