

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛУ «ТИПОВИЙ AIRSOFTЕР»

Виконавець: Шадчинєв Андрій Олександрович _____

Керівник: канд. філол. наук, доц.

Васильченко В'ячеслав Миколайович _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Василівна _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ СПОРТИВНОЇ ПЕРІОДИКИ.....	6
1.1. Спортивні видання на території України: від зародження до сучасності.....	6
1.2. Короткий огляд українських спортивних періодичних видань.....	10
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ЖУРНАЛУ «ТИПОВИЙ АІРСОФТЕР».....	17
2.1. Видавнича концепція видання.....	18
2.2. Структура журналістського проекту.....	18
2.3. Жанрова палітра.....	22
2.4. Зображальний матеріал та особливості його оформлення.....	26
2.5. Особливості аудиторії.....	28
2.6. Технічні та програмні засоби, використані для втілення проекту.....	31
Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ.....	44

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що спортивна журналістика розвивається з кожним днем завдяки загальним тенденціям сучасної журналістики. Спорт – це феномен ХХ ст., який має величезну аудиторію. Перемоги на міжнародній спортивній арені утверджують авторитет України, формують уявлення світової спільноти не тільки про рівень розвитку спорту, але й частково про культурну та економіко-політичну ситуацію в державі. Сьогодні спортивному журналісту недостатньо знати спорт та гарно написати. Нам важливо заглибитися в усі сфери життя суспільства, а також постійно покращувати свою журналістську майстерність у розрізі спортивної тематики. Наразі теоретичні відомості не можуть наздогнати практичні, а науковці в галузі спортивної тематики не є винятком. Саме тому нам цікаво це дослідити та створити свій власний медіа-продукт.

Мета дослідження проєкту: створити якісне спортивне видання, яке б зацікавило майбутніх читачів з усієї України.

Реалізація мети дослідження передбачає вирішення таких завдань:

- 1) З'ясувати історію спортивних періодичних видань;
- 2) Проаналізувати сучасні видання спортивної тематики, як в Україні в цілому, так і в регіоні зокрема;
- 3) Здійснити повний аналіз видання «Типовий AIRсофтер»: описати його структуру, жанрову палітру, аудиторію, авторську ідею, особливості оформлення, технічні та програмні засоби, що були використані під час його створення.

Об'єкт дослідження – особливості створення спортивного паперового видання та його подальший розвиток.

Предмет дослідження – журнал про спорт «Типовий AIRсофтер».

Методи дослідження. Під час дослідження були використані наступні методи:

- історичний – дав змогу дослідити історію становлення спортивної періодики на теренах України;
- аналітичний, за допомогою якого проаналізовано вплив спортивної сфери на виникнення спеціалізованих видань;
- узагальнення – дав змогу узагальнити отримані нами результати дослідження та упорядкувати відповідно до поставлених завдань;
- моніторингу. За допомогою цього методу ми мали змогу проаналізувати окремі зразки спортивної періодики України, визначити їхні тематичні особливості, що дало нам цілісне уявлення про розвиток спортивної преси у цілому та подальший вектор у процесі розробки власного видання;
- описовий, за допомогою якого ми описали власне спортивне видання «Типовий AIRсофтер» у контексті жанрової палітри, доцільності використання зображальних матеріалів, цільової аудиторії та технічних засобів, які було використано для верстки видання;

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розкритті специфіки, актуальності видання «Типовий AIRсофтер», основний тематичний вектор якого спрямований на висвітлення інформації щодо функціонування страйкболу та аірсофту на теренах України та відсутності на вітчизняному видавничому ринку подібних спеціалізованих видань.

Практичне значення отриманих результатів. На основі результатів дослідження ми отримали дані, які характеризують розвиток спортивної періодики в Україні. Вони допоможуть нам проаналізувати доцільність власного видання на видавничому ринку, цільову аудиторію та зрозуміти як засоби масової інформації можуть популяризувати спорт, який є досить новим і маловивченими у професійній сфері. Подані у роботі матеріали можуть використовуватися під час вивчення журналістичкознавчих дисциплін та у подальшому розробленні цієї теми.

Апробація результатів дослідження: Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на I Міжвузівській студентській науково-практичній конференції «Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи» (Київ 2021).

Публікації: Основні положення дипломної роботи було викладено у публікаціях:

- Шадчинєв А. О. Питання ролі і місця PR-комунікацій у сучасному інформаційному суспільстві// Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи: матеріали I Міжвузької студентської науково-практичної конференції Київ, Національний авіаційний університет, 2021. С. 76 – 79.

Структура роботи: Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (8 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (20 джерел) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 51 сторінка, основний зміст викладено на 41 сторінці.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ СПОРТИВНОЇ ПЕРІОДИКИ

1.1 Спортивні видання на території України: від зародження до сучасності

Спортивна журналістика є невід'ємною частиною традиційної журналістики і виконує ряд функцій: аналітичну, інформаційну, розважальну, виховну, стресову, а також світоглядну та пропагандистську. Вони реалізуються за допомогою різноманітних журналістських форматів, таких як телебачення, преса, радіо. Важливе місце посідає друкована періодика, адже вона є одним із найбільших інформаційних масивів доступних пересічному читачеві. Розвиток спортивної періодики, як окремого різновиду інформування реципієнтів розпочався у XIX столітті і був спровокований появою організаційного спорту, як спеціального інституту, для постійного розвитку якого був потрібен постійний обмін інформацією. Видання спортивного спрямування отримали назву спеціалізованих. Не можна не погодитися з твердженням А. Макарова: «У журналістиці недвозначно заявляє про себе необхідність спеціалізації ... Нині навіть журналісти, які пишуть про фізику, поділяються, подібно до самих учених, на знавців у галузі ядерної енергетики або теорії макросвіту ... Все більше затребуваною стає журналістська компетентність ... » [11].

Поява спортивної періодики на теренах України в різних її географічних точках мала різний часовий вимір, адже країна була поділена між Російською імперією (Східна Україна) та Австро-Угорською імперією (Західна Україна). Так, наприклад, у Львові у 1862 році появу спортивної періодики пов'язують із заснуванням товариства «Сокіл». Але, незважаючи на це, вже через деякий час спортивна періодика стала досить поширеним явищем по всій Україні.

Особливістю видавничого процесу спортивної преси того часу було те, що деякі видання виходили друком як повнорозмірні, а деякі друкувалися як додатки до інших більш відомих періодичних видань. Причин такого видавничого розмежування може бути декілька:

- 1) недостатнє фінансування видавців, через що унеможлиблюється випуск самостійного періодичного видання;
- 2) відсутність достатнього тематичного спектру для видання повноформатного журналу або газети.

Загалом, на теренах Західної України нараховувалося близько 20 спортивних видань, серед яких були 3 одноднівки, 4 щомісячники, 5 двотижневиків, 5 одотижневиків.

На Східній Україні ситуація із розвитком спортивної періодичної преси склалася дещо іншим чином. На неї вплинули думки лікарів, ентузіастів спорту та розвиток науки про фізичне виховання. Популярними у XIX столітті були такі видання:

- 1) «Еженедельник для охотников до лошадей» (з 1823 р.);
- 2) «Коневодство и конный спорт» (1859 р.);
- 3) «Охотник» (з 1887 р.);
- 4) «Циклист» (з 1895 р.);
- 5) «Спорт» (з 1900 р.).

Наприкінці XIX століття осередками спортивної періодики були Київ, Одеса. Там виходили друком такі видання:

- 1) «Самокат» (з 1894 р.);
- 2) «Российский спорт» (з 1909 р.);
- 3) «Геркулес» (з 1912 р.) [14, с.8].

Розквітом спортивної журналістики слід вважати приблизно 1930 рік, який став переломним моментом для повноцінного визнання спортивної журналістики. Якщо у 20-х роках XX століття тематика для висвітлення спортивних новин ретельно підбиралася, журналіст намагався вмістити в неї

певну ідею, то у 30-х роках вона стала повноцінною на шпальтах друкованих видань. Окрім того, тематичний спектр тогочасних журналістських матеріалів був спрямований не тільки на інформування пересічного реципієнта, але на формування його світогляду, адже у текстах простежувалася пропагандистська функція та ідеологізація радянської влади.

Першими радянськими журналами були: московська «Гімнастика», петрозаводський «Красний страж», київський «Спорт», тифліський «Фізкультурнік Закавказзя» і столичні «Теорія і практика фізичної культури» і «Фізкультура і спорт» [2]. Серед газет популярними були такі: московський і єреванський «Красний спорт», ленінградський «Спартак», київський «Советській спорт», бакинський «Фізкультурнік Азербайджану», ташкентський «Фізкультурнік Узбекистану» [5].

Загалом, до початку 80-х років ХХ століття на теренах України нараховувалося понад 20 спортивних журналів наукового-теоретичного, суспільно-політичного, медичного та інформаційного характеру. Тобто журналісти здійснювали огляд на спортивну сферу, змагання різноаспектно. Вони інформували й про хід змагань, відомих спортсменів, друкували наукові розвідки дослідників на предмет значення фізичних навантажень у житті людини, медичні журналісти друкували статті медичних фахівців, подавали інформацію реципієнту про те на скільки фізичні навантаження корисні для здоров'я.

Визначним для спортивної журналістики став 1960 рік, коли у світ почав виходити журнал «Футбол», спочатку як додаток до видання «Советский спорт», а потім вже як самостійний друкований орган. Початок активної популяризації футболу, появи великої кількості команд та проведення футбольних змагань по всьому світу стали рушійним чинником до створення спортивного спеціалізованого журналу, який і до нині інформує читачів про новини зі світу футболу.

Кардинальних змін зазнала уся преса, в тому числі і спортивна, після становлення незалежності України, адже змінився змістовий вектор,

припинилася ідеологізація радянської влади на сторінках видань, а цензори стали менш активними. Звісно, цензура у засобах масової інформації діє й до нині, але не в такому жорсткому форматі, як за часів СРСР.

У 1991 році журналістами, що полишили редакцію видання «Советский спорт», яка розташовувалася вже на теренах Російської Федерації було у Києві засновано видання «Спорт-Експрес». У 1995 році на базі видання «Киевские ведомости» було засновано газету «Команда», яка інформувала любителів спорту про новини тричі на тиждень. У 2000 році у Донецьку з'явилося видання «Спорт-Арена», у 2002 році у Харкові газета «Гол».

Висвітлюють журналісти інформацію не тільки про командні види спорту, а ще бойові. Так, після становлення незалежності України на її теренах набирає обертів такий вид змагань як бокс. Знаючи потреби цільової аудиторії український видавець засновує видання про бокс, під назвою «Ринг», яке є прототипом американського журналу «The Ring». Висвітлюють журналісти й новин тенісу також на шпальтах окремого періодичного видання «Теніс».

Отже, основні етапи розвитку спортивної періодики в Україні можна відобразити наступним чином:

1) Кінець XIX – початок XX століття – зародження спортивної сфери, яка розвивається стрімкими темпами й потребує інформування реципієнта.

2) Період Радянського Союзу, під час панування якого з'являється велика кількість спортивних видань, основною функцією яких є не тільки інформаційна, але й пропагандистська. Усі журналістські матеріали підлягають жорсткій цензурі та перевіряються на «правильність» змістової частини.

3) Сучасність (за часів становлення незалежності України й до нині). З'являються більш спеціалізовані видання. Журналісти можуть вільно висловлювати свою точку зору про реальне становище спортивної сфери та окремих видів спорту в країні.

Короткий огляд українських спортивних періодичних видань

Спортивна періодика як друкований формат ЗМІ та різновид спеціалізованих видань є не надто поширеним та популярним явищем на теренах України. На це може бути декілька причин:

1) Менша зацікавленість спортом, як національним явищем серед громадян України у порівнянні з американцями або німцями, для яких він є приводом пишатися своєю країною.

2) Поступовий відхід у минуле друкованої періодики, як основного формату ЗМІ. На зміну їй прийшли електронні та інтернет-видання.

Середньостатистичний українець надає перевагу суспільним тижневикам та інтернет-виданням, звідки можна легко та у будь-який час черпати інформацію. Тому спортивний інформаційний простір більшою мірою функціонує в онлайнівій мережі, аніж на видавничому ринку. За кількістю спеціалізованих спортивних видань спортивна періодика знаходиться на другому місці після літературно-художніх часописів, що свідчить про зміну пріоритетів у пересічного читача до форматів отримання інформації.

Проаналізуємо декілька найпопулярніших спортивних видань українського медіапростору.

«Олімпійська арена» – щомісячний україномовний журнал про олімпійський рух і спорт та його найвищі досягнення в Україні та світі. Видається з 1995 року Національним олімпійським комітетом України.

Містить в собі:

- інтерв'ю з переможцями і призерами найбільших змагань;
- спортивну статистику;
- галерею портретів видатних олімпійців;
- історію спорту;
- аналітичні статті про розвиток видів спорту.

Має свій сайт [3], де розміщено найкращі статті з номерів своїх журналів, інформацію про себе, контакти та дані для передплати.

«Футбол» – український футбольний журнал. Виходить у Києві двічі на тиждень, заснований у 1996 році (на той час – як додаток до газети «Теленеделя»). Виходить російською мовою.

Головний редактор – Артем Франков. На постійній роботі в журналі працюють такі автори, як: Андрій Шахов, Олександр Гапоненко, Сергій Бабарика, Ігор Яслик, Євген Панкратов, Валерій Пригорницький, Роман Клименко. Видавець: ТОВ «Видавничий Дім Український Медіа Холдинг».

У журналі часто можна знайти постери відомих гравців та команд, статті європейських футбольних експертів. Нерідко виходять спецвипуски видання, присвячені різним подіям (Чемпіонат світу чи чемпіонат Європи, Ліга Чемпіонів, Ліга Європи). На сторінках читачі знайдуть інтерв'ю з відомими футболістами, представлення різноманітних футбольних команд, аналіз та переклад статей європейської преси. Публікуються й матеріали з історії футболу, огляди та анонси матчів чемпіонату України, Росії, Англії, Італії тощо.

«Tennis club» – український спортивний журнал про теніс, який виходить з регулярністю один раз на два місяці. Дата заснування – 2009 рік. Мова видання – російська.

Редакційна колегія:

1. Шеф-редактор – Євген Зукін.
2. Головний редактор – Юрій Сосновський.
3. Арт-директор: Євген Цепенда.
4. Редактори: Олександр Заякін та Валентина Пожилова.
5. Видавець: ТОВ «Арт студія друку».
6. На сторінках журналу можна побачити інтерв'ю з відомими тенісистами, їхніми тренерами, функціонерами та фахівцями; аналітичні статті, які допомагають ще більше ознайомитися з «внутрішньою кухнею» тенісного життя, огляди турнірів, що вже відбулися, результати вітчизняних спортсменів та фотогалереї.

Газета «Спорт-арена» зареєстрована в якості інформаційно-рекламного видання, хоча за тематичним спрямуванням та цільовим і читацьким призначенням є суто спортивною. Видається вона з 3 березня 2000 року та надходить у продаж два рази на тиждень. Окрім того, у газети є свій сайт. Сфера розповсюдження видання виходить за межі Донецької області: це й Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Одеська, Сумська, Харківська, Чернігівська області.

Головний редактор – Едуард Кисельов. Видавець: ТОВ «Видавничий дім «Хазяїн»».

Рубрикація розділена згідно із кожним видом спорту, наприклад, рубрика «Межсезонье» розповідає читачеві про новини футболу, «Под щитом» – баскетболу, а рубрики з назвами «Легкая атлетика», «Бокс», «Теннис» та ін. про відповідні види спорту. Для цієї газети також характерною є невелика кількість фотографій. Основні жанри: фотопортрет, фоторепортаж. Є й публікації наступних жанрів: анонс (рубрика «Офіційно», у якій анонсуються спортивні події та відбувається інформування читачів про незначні, але важливі події спортивного світу; рубрика «Жребий», яка подана у вигляді колонки та показує які команди будуть змагатися у Лізі чемпіонів), інформаційна замітка (рубрики «Перспектива», «Хокей», «Кстати» та ін.; у них коротко розповідається про події за останній тиждень у певному виді спорту, інформується про рішення суддівських засідань або висвітлюється діяльність певних спортсменів за конкретний проміжок часу), репортаж (рубрика «Межсезонье», «Под щитом», «Теннис» та ін., де розповідається про перебіг спортивних змагань, читачеві надається інформація про рахунок, фотографії з міста подій, стислий переказ матчу), інтерв'ю (рідкий жанр у даному виданні, сконцентрований у рубриці «Тренерский мостик», де розміщені інтерв'ю з українськими та закордонними тренерами).

В газеті «Спорт-арена» багато матеріалів не підпорядкованих конкретній рубриці, в них здебільшого йдеться мова про футбольні матчі, рішення, прийняті тренерами різних футбольних команд і т.п. Подібні матеріали невеликі за

обсягом та супроводжуються фотографіями. Редакторська колонка відсутня. Важливе місце, як і в інших спортивних виданнях, тут займають статистичні данні, вони представлені як у вигляді таблиць, так і просто виділені окремим абзацом у тексті. Крім того, постійно друкуються анонси майбутніх спортивних змагань

«Футбольное обозрение» – російськомовна всеукраїнська спортивна газета. Почала друкуватися з 2004 року та виходила з періодичністю два рази на тиждень. Видання націлене на огляд футбольних подій в Україні та за кордоном. Також містило в собі опис регіональних любительських турнірів.

Упорядник – Андрій Литвинов. Головний редактор – Володимир Рогов. Видавець – ТОВ «Центр Інтеграл».

Рубрикація журналу була розподілена за принципом назви країни або назви турніру, тобто ми могли побачити рубрики з назвами «Італія», «Україна», «Франція», «Ліга чемпіонів», «Ліга Європи» тощо. Статті таких рубрик описували внутрішні змагання кожної країни, що можуть включати: чемпіонат, кубок, кубок ліги. Також під час матчів національних збірних автори описували матчі, які відбувалися на той час, концентруючи основну увагу на збірній України.

Користується повагою й інше спортивне видання під назвою «Спорт-експрес», яке виходить друком 5 разів на тиждень з 2004 року. На теренах Росії також функціонує таке видання, але враховуючи дефіцит української преси на спортивну тематику Едуард Липовецький, який на той час завідував корпунктом російського видання, запропонував створити аналогічне в Україні, де висвітлювалися б усі актуальні спортивні новини. Основною рубрикою зазначеного видання є «Футбол», вона займає ліву частку у газеті, адже цей вид спорту є найрозвинутішим у всьому світі. Після цієї рубрики спортивні новини висвітлюються у контексті функціонування таких видів спорту як:

–хокей;

–бокс;

–волейбол;

–легка атлетика;

–автоспорт.

Незвичною для спортивного видання є рубрики «Розмова щоп'ятниці», «Є тема», яка має аналітичне тематичне спрямування. У них журналісти підводять підсумки змагань, роблять прогнози на майбутні ігри, оцінюють гру члена команди того чи іншого спортивного спрямування. Такий матеріал побудований на професійності журналіста, адже перш ніж писати таку аналітику редактор повинен впевнитися, що представник ЗМІ на ній знається.

Відповідно до аналізованих нами видань, їхнього тематичного спектру та кількості в українському медіапросторі можна зробити висновок, що реалії української спортивної журналістики є не надто втішними, адже вона значно відстає за розвитком від, наприклад, європейської періодики. Можна виділити декілька причин, які гальмують розвиток вітчизняної спортивної журналістики:

1) Дефіцит професіоналів з окресленої тематики, адже у жодному ЗВО країни немає окремої спеціальності, за якою б готували спортивних журналістів. Спортивна журналістика, як правило, вивчається у форматі окремої дисципліни, за час вивчення якої неможливо здобути усі професійні навички.

2) Проблема фінансування, адже велика кількість сучасної української періодики видається коштами меценатів, а самі видання не спроможні принести редакції прибуток.

3) Значна конкуренція з російськими спортивними виданнями, адже більшість українських є філіями країни-сусіда. Але через збройний конфлікт на Донбасі деякі видання змушені були припинити видавництво, а деякі відвойовувати право на україномовність. В результаті виявилось, що суто в українському інформаційно-комунікаційному просторі досить мало видань спортивного спрямування.

Окреслені проблеми потребують вирішення, адже спортивна журналістика є одним із найважливіших напрямків інформування реципієнта, виконуючи ряд

необхідних функцій, які формують повноцінну інформаційно-світоглядну картину читача.

Отже, спортивна журналістика на теренах України не є надто розгалуженою. Незважаючи на це, вона містить якісний, цікавий контент, оригінальність у поданні інформації та повністю висвітлює події спортивної ніші (теніс або футбол, або загальний спортивний огляд). Усі вищезазначені видання мають інтернет-версію, яка дозволяє підтримувати комунікацію з читачами та оперативно надавати новини про усі спортивні події. На нашу думку, існує й подальша перспектива розвитку спортивної журналістики на теренах України, яка полягає у прогресі спорту, як заняття мільйонів та форматора іміджу держави на міжнародній арені. Адже нині спортивна сфера є одним із показників розвинутої внутрішньої політики країни, що в умовах сучасного становища України є одним із пріоритетних векторів її розвитку.

Висновки до розділу 1

Отже, у першому розділі ми розглянули етапи становлення спортивної періодики на теренах України, як прототипу сучасних спеціалізованих видань. Тому можемо зробити висновки, що її поява була спровокована активним розвитком спортивної сфери у межах країни, вихід українських спортсменів на міжнародну арену, а також підвищення рейтингу держави за рахунок отримання перемоги у різних змаганнях. Періодика була покликана не тільки інформувати суспільство про спортивні новини, але й популяризувати спорт, об'єднувати націю навколо значущої події. Завдяки умінню журналістам висвітлити новини з певної сфери спорту популярними серед українців стали футбол, бокс (на честь яких виходили друком окремі спеціалізовані видання).

Звісно, перші спроби інформувати суспільство про новини зі світу спорту було дещо примітивним, рубрики у журналах, газетах не вирізнялися цікавістю, але згодом зрозумівши, що вони можуть мати не тільки інформаційний, але й розважальний характер більшість редакцій переглянули свою політику інформування, змінили стиль написання. Це стало новим вектором розвитку

спортивної журналістики, яка нині за своїм жанровим різноманіттям не поступається жодного іншому відгалуженню традиційної журналістики

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА ЖУРНАЛУ «ТИПОВИЙ AIRСОФТЕР»

2.1. Видавнича концепція видання

Огляд історії спортивної періодики українського інформаційного простору, який ми здійснили у першому розділі нашої бакалаврської роботи продемонстрував проблему відсутності тематично орієнтованих видань на нові види спорту, такі, наприклад, як страйкбол або айрсофт. З цієї причини розробка проєкту «Типовий AIRсофтер» є актуальною для сучасного видавничого ринку.

Якщо орієнтуватися на загальний тематичний спектр спортивної періодики, то велика її кількість надає перевагу онлайн-формату, небагато друкованої преси можна знайти у вільному продажі або оформити підписку, тому наше видання буде унікальним в аспекті доступності. А саме буде розповсюджуватися як по місцях збуту періодичної преси, так і матиме персональний сайт, на якому можна буде переглянути новини у форматі стрічки, PDF-версію. Аби отримувати від видання прибуток ми й в онлайн-форматі будемо здійснювати його продаж. Останні три номери будуть у продажі та матимуть вартість 35 грн за примірників, у той час як друковане видання буде коштувати 50 грн (враховуючи витрати на друк, його розповсюдження).

Окрім того, більшість спортивної періодики є або російськомовною або двомовною. Відмінність же нашого інформаційного продукту «Типовий AIRсофтер», буде полягати у цілковитій україномовності. Вона регламентується законом України «Про функціонування української мови як державної», який був прийнятий 25 квітня 2019 року. Зазначений правовий документ передбачає функціонування української мови, як державної у всіх сферах людської діяльності, однією з яких є засоби масової інформації. Згідно зі статтею 25 п.1 цього закону «Друковані засоби масової інформації в Україні видаються державною мовою. Друковані засоби масової інформації можуть видаватися

іншими, ніж державна мовами за умови, що одночасно з відповідним тиражем видання іноземною мовою видається тираж цього видання державною мовою» [16].

Наш журнал повністю буде орієнтованим на аудиторію України і друкуватимуться в ньому матеріали, у яких буде акцентовано на потребах українського споживача. Періодичність видання складатиме раз на місяць.

Назва видання «Типовий AIRсофтер» також виділяє його зі спектру іншої спортивної періодики. У ній міститься слово «типовий», яке нині молодь застосовує в усіх сферах на позначення певного представника культури, галузі (наприклад, типовий журналіст). Під цим словом розуміють певний набір особливостей мислення та поведінки людини. А слово «AIRсофтер» вказує на людину, яка займається певною діяльністю, а саме айрсофтом або страйкболом. Відповідно до назви підібрано і тематичний спектр, який складається з матеріалів, присвячених споряджену бійця, особливостям гри.

2.2. Структура журналістського проєкту

Кожен різновид поліграфічної продукції відтворює задум свого власника і має певну композицію. Композиція (від лат. *compositio* – складання, створення) – це побудова цілісного витвору, всі складові якого гармонійно узгоджуються [9]. Вона є основою задуму та готової друкованої продукції. Саме із розробки композиції починається створення видання, а закінчується втіленням його на папері або в онлайн-форматі. Тобто композиція є втіленням структурно-гармонійної цілісності усіх компонентів видання.

Але композиція це не тільки розміщення основних змістових елементів видання, а ще й ідея створення проєкту, з якої власне й розпочинається робота. Ідея створення проєкту – створення власного спортивного видання, яке було б конкурентоспроможним на ринку. Такий вибір пов'язаний з особистою зацікавленістю автора спортивними змаганнями та його щирим бажанням посприяти розвитку спортивних галузей в Україні. Адже, спортивна сторінка українського народу це, мабуть, чи не єдині позитивні події в нашій країні за

якими про нас знають у всьому світі. Журнал є повністю орієнтованим на збагачення інформаційного спортивного простору України.

Окрім того, авторська ідея полягає у пропаганді нових видів спорту, а саме аїрсофоту, страйкболу, які у зарубіжних країнах отримали велику популярність. Натомість в Україні не надто звертається увага на окреслений вид спорту, через що спостерігається брак інформування у цій галузі. Тому ще одним аспектом авторської ідеї є популяризація аїрсофту на практичному та теоретичному рівнях.

Також наше видання можна використовувати у якості об'єкта досліджень під час написання наукових робіт студентами журналістичнознавчих спеціальностей, що також є інформаційною цінністю та черговим поштовхом для створення та реалізації видання «Типовий Аїрсофтер».

Після того, як ми окреслили авторську ідею спортивного журналу «Типовий Аїрсофтер» можна розпочинати роботу над його композицією, визначати особливості розташування змістових елементів та їхнє значення для загальної архітектоніки журналу.

Будь-яке видання починається із першої сторінки. Саме завдяки їй реципієнт вирішує чи читати це видання чи ні. На титульній сторінці міститься першочергова інформація про видання. Наша титульна сторінка спортивного видання «Типовий Аїрсофтер» складається з таких елементів (Додаток А):

- 1) заголовку, який розміщується посередині і виконує інформаційну функцію, тобто надає читачам розуміння того на чому спеціалізується видання;

Заголовок може мати різну класифікацію, в залежності від якої визначається його роль у виданні, інформаційна функція. Так заголовок поділяється за:

- за змістом;
- за формою зображення;
- за місцем розташування.

У нашому виданні використовується літерний заголовок.

2) номеру випуску видання, місяцю, року. Вони розташовуються у верхньому правому куті, одразу після назви видання. Спершу зазначається номер видання, потім загальна цифра випущеної продукції та рік випуску. У нашому випадку це буде цифра один, адже це перший випуск видання.

Візуальна складова буде відповідати загальному тематичному спрямуванню видання. Вона знаходить своє відображення перш за все у заголовку видання, який створено за використанням чорного та білого кольорів, що створює контраст та привертає до нього увагу. Графічний елемент у формі лінії неначе підкреслює важливість видання «Типовий AIRсофтер» серед іншої спортивної періодики. Акцентним зображенням є страйкболістка, яка: по-перше, демонструє гендерну універсальність окресленого виду спорту; по-друге, є ідеальним прикладом повністю спорядженого бійця.

Ще одним важливим елементом титульної сторінки є штрих-код або як його ще називають ISSN. Існує декілька різновидів штрих-кодів: ISSN та ISSN з EA-13. Останній додається для комерційної реалізації у всьому світі і складається з 13 цифр та може бути доповнений 2-5 цифрами задля уникнення повторення. Звичайний штрих код ISSN складається з цифр від 0 до 9, які позначають, що продаж видання можливий лише в межах однієї країни. У деяких випадках може бути позначення цифра «X». ISSN присвоюється тільки періодичному виданню, яке не має кінцевої дати випуску. Протягом усього процесу виходу видання у світ штрих-код не змінюється. Надається він міжнародним центром ISSN. У нашому виданні застосовується ISSN з EA-13, тому що він призначений для реалізації у всьому світі, адже з кожним днем відсоток українців, які проживають за кордоном зростає і щоб надати їм можливість читати українську пресу необхідно мати саме такий штрих-код.

Після реклами міститься службова частина та зміст. Вона містить відомості про:

- адресу редакції: 01001, м. Київ, вул. Софіївського, буд.21;
- телефон редакції: 0765432166;

- видавця: ТОВ «Літера-Б»;
- реєстрацію: Журнал зареєстрований Міністерством юстиції України. Свідоцтво про реєстрацію УВ №654-12;
- місце друку: м. Київ, вул. Ярославів вал, буд.12;
- тираж: 3000 екземплярів;
- стандартну інформацію про авторські права: Передрук матеріалів у тому числі й використання в електронних ЗМІ здійснюється у різі дозволу редакції видання «Типовий AIRсофтер». Редакція не несе відповідальності за зміст рекламних оголошень. Думка опублікованих матеріалів не завжди тотожна думці редакції.

Після цього у виданні розташовується зміст, де чітко зазначаються рубрики та матеріали, які туди входять. Особливість нашого інформаційного видання «Типовий AIRсофтер» полягатиме у відсутності чіткої рубрикації видання. Існуватиме лише принцип послідовності матеріалів, наприклад, від узагальнюючої до більш вузької тематики. Назви рубрик супроводжуються зображальним матеріалом відповідної тематики (рубрика зброя доповнена зображеннями зброї, наприклад) (Додаток Б).

Так у першому номері спортивного журналу «Типовий AIRсофтер» загальною тематикою буде огляд на типи ігор у страйкболі під назвою «Типи ігор», де детально описується кожен різновид гри, яку можуть обрати для себе любителі стрілялок (Додаток В).

Після цього, у вигляді короткого інформаційного матеріалу ми даємо опис необхідних речей, які повинен мати досвідчений аірософтер. Матеріал має назву «Спорядження бійця». У перспективі планується здійснити детальний огляд на кожен з елементів спорядження (Додаток Г).

Наступний матеріал під назвою «Зброя» буде присвячений типу зброї, аби, можливо, зорієнтувати недосвідченого страйкболіста у світові основного інструменту одержання перемоги. У цій статті ми здійснюємо загальний огляд класів зброї, окреслюємо їхні переваги та недоліки, демонструючи наочно приклади (Додаток Г). Після цього матеріалу у статі «Види (класи) зброї для

страйкболу» ми більш детально розглядаємо вже існуючі класи зброї, зупиняючись на кулеметах, револьверах та пістолях (Додаток Д).

На початкових та прикінцевих сторінках видання «Типовий AIRсофтер» міститиметься реклама інтернет-магазинів, асортиментом яких є спорядження для страйкболу. Така реклама відповідає тематичному задуму, адже основою першого випуску видання є огляд на зброю (як важливого елементу спорядження страйкболіста) та стаття про типи ігор (Додаток Е). Реклама у виданні є одним із засобів отримання прибутку. Вона є невід'ємною частиною будь-якої періодики. Якщо, наприклад, у газеті для цього відводиться окрема рубрика з кількістю сторінок від 2 до 5 або ж створюється окремий буклет, який є додатком до періодичного видання, то в журналі вона розміщується на початку, в середині та в кінці видання. Деколи реклама може розташовуватися під статтями, які підлаштовані під висвітлювану тематику. Таке розташування рекламного продукту є популярним у журналах про моду.

Наше ж видання буде рекламувати спортивні події, організації, корисні для страйкболіста, за які редакція отримає від замовника прибуток на подальший розвиток журналу.

Відповідно до нашого задуму видання складатиметься з 16 сторінок, кількість яких, на нашу думку, є оптимальною. Визначаючи кількість сторінок ми орієнтувалися на фінансовий аспект, адже, розцінюючи реалії конкурентності на видавничому ринку, витрати на поліграфічне оформлення можуть бути більшими за прибуток. Тому на початковому етапі обсяг буде саме таким. Якщо у подальшому видання матиме попит серед читачів, то можливе збільшення його обсягу та розширення тематичного спектру.

2.3. Жанрова палітра

Тестове та ілюстративне наповнення є однією із найважливіших складових видання. Усі матеріали видання розподіляються за жанрами. Поява жанрів зумовлена історичними умовами розвитку журналістики, суспільною та політичною практикою. Вони існують та розвиваються паралельно із розвитком

журналістики. «Жанр завжди і той, і не той, завжди старий і новий одночасно. Жанр відроджується і оновлюється на кожному етапі розвитку літератури і в кожному індивідуальному творі цього жанру» [1].

Серед жанрів у нашому виданні переважають огляди та стаття. Поняття «огляд» має декілька значень. Мельник Г. у своїй праці «Основы творческой деятельности журналиста» визначає огляд як: «аналітичний жанр, який ознайомлює читачів з найважливішими подіями життя країни, області, міста, підприємства за певний період часу» [10]. Кривошея Г. у навчальному посібнику «Теорія і практика журналістики» подає таке визначення огляду: «жанр журналістики, який містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії об'єктивну і цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер» [8].

Характерною ознакою для огляду є періодичність. Через те, що матеріал написаний у цьому жанрі передбачає зіставлення різних за хронологією явищ або подій, то повинен виходити (немає значення чи це друквана преса чи інтернет-видання) із певною періодичністю, наприклад раз на тиждень або раз на місяць. Деякі інформаційні ресурси формують окрему рубрику для огляд, де у ролі оглядача може виступати як експерт, так і журналіст. Але не варто робити надто великі проміжки часу між публікацією огляду, адже аудиторія втрачає інтерес через неактуальність тематики, новини з якої вони можуть прочитати в оперативних дайджестах. Окрім того, нині набуває популярності розсилка збірок новин, в якій вміщені рекомендовані, актуальні новини для користувача. Такий дайджест складає серйозну конкуренцію традиційним формам огляду, адже він є коротшим, актуальним, оперативним, тому подекуди замість довгих періодичних аналітичних статей користувач обирає короткі збірки новинних матеріалів.

Дослідники жанрів журналістики відзначають наступні особливості огляду: оглядач оперує не окремим фактом, не окремою подією, а більш-менш широкою сукупністю фактів, подій, ситуацій, явищ, процесів, сторін суспільного життя. Це набір не випадкових, а ретельно відібраних фактів, з яких складається

правдива картина дійсності в її певному аспекті (політика, промисловість, сільське господарство, культура). Кожен окремий факт, подія, явище, розгляд автором не самотійно, а як елемент цілого.

Предметом для огляду може бути як реальна, так й інтерпретована дійсність, що відрізняє його від інформаційного жанру, ядром якого є факт у реальному часі і просторі. Інтерпретація або реальність використовується в залежності від визначеного об'єкту журналістського тексту. Якщо, наприклад, журналіст пише огляд на газету, то він буде застосовувати метод інтерпретації, адже у будь-якому випадку її архітектоніка або змістове наповнення будуть містити асоціації, які можуть бути ключовими для журналіста. Коли оглядач пише публіцистичний огляд, то у фокусі його уваги будуть реальні події, явища, факти.

Структура оглядового матеріалу також специфічна. Він містить заголовок, основну частину та авторський коментар. Принцип складання заголовку в огляді не відрізняється від інших жанрів журналістики. Як і в інших жанрах він повинен зацікавити читача, висловити основну думку тексту. Основна частина матеріалу може бути написана як особисто журналістом, якщо він глибоко дослідив тематику і розуміє про що буде йти мова або за консультацією експерта, якого потрібно вказати у кінці журналістського матеріалу. Авторський коментар пишеться у тому випадку, якщо представник медіа дійсно є спеціалістом в обраній тематіці і може, за допомогою зазначеного структурного елемента, донести важливу думку читачеві. В іншому ж випадку журналіст може підсумувати усе вище написане, не роблячи висновків та основі особистих суджень.

У сучасній журналістиці виокремився наступний типологічний поділ огляду:

1) Залежно від інтерпретації дійсності:

– огляд дійсності – це публіцистичний огляд, який моделює картину світу;

– огляд творів – це огляд, який моделює не тільки загальну картину, але й його важливі складові. У цьому випадку огляд твору аналізується в контексті світових процесів;

2) За рівнем узагальнення інформації та впливом на аудиторію:

– інформаційні – у такому огляді домінує фактологічна та панорамна функція. Його основним призначенням є інформування, об'єктивність автора;

– аналітичні – спонукають до мислення про реалії та вчинки. У таких оглядах інформація деталізується, тема розглядається у різноманітних аспектах для повноти відтворення картини світу.

1) За формою відтворення:

– цілісні – єдиний текстовий або відеоматеріал, неподілений, написаний одним автором. Як правило, такий матеріал публікується одноразово, його тематика не повторюється двічі.

– ділені – інформаційне повідомлення складається з декількох частин, може мати різні заголовки та навіть різних авторів. Ділені огляди характерні для циклу оглядів, коли редакція реалізує проєкт або задум, обираючи цікаву, складну, інформативну тему. Такий різновид оглядового жанру може мати певну періодичність виходу у світ. Головна особливість – тематичний зв'язок між матеріалами або їхня важливість у контексті соціального становища.

2) За змістом:

– загальні огляди відтворюють картину життя за певний період часу із аналізом тих чи інших важливих для суспільства подій [7, с.377];

– тематичні – присвячені певній тематиці. Її висвітлення не залежить від хронологічних меж. Такий огляд може бути написаний у зв'язку із актуальними, суспільно-важливими проблемами [12, с.473].

Журналістські матеріали виданні «Типовий AIRсофтер» представлені тематичним оглядом, адже охоплюють конкретну тематику – зброю. Такий матеріал надає можливість читачеві заглибитися у тематику прочитаного, піти в роздуми на предмет, якій зброї можна віддати пріоритет під час підготовки

до страйкбольного змагання. Огляд є доволі змістовним і висвітлює внутрішню будову того чи іншого класу зброї, його переваги та недоліки, а також використання під час стрілянини.

Іншим жанровим різновидом, який використовується для висвітлення інформації у спортивному журналі «Типовий Аігсофтер» є стаття. Вона характеризується глибоким аналізом предмета висвітлення, узагальненням фактів, розкриттям закономірностей. Багатограним дослідженням причинно-наслідкових зв'язків.

Стаття у нашому виданні під назвою «Типи ігор» є інформаційною, адже надає реципієнтові інформацію про різновиди ігор у страйкболі. Для покращення ігрового різноманіття такий матеріал буде корисним для любителів позмагатися у стрільбі.

Отже, жанрова палітра видання «Типовий Аігсофтер» не є досить різноманітною, але представлені жанри (стаття, огляд) повною мірою виправдали свою інформативну цінність. Через це подання інформація буде максимально корисною для цільової аудиторії.

2.4. Зображальний матеріал та особливості його оформлення

Важливою складовою будь-якого видання є декоративні та зображальні елементи. Особливу роль вони відіграють у художніх та мистецтвознавчих виданнях. До декоративних елементів В. Шевченко відносить:

- лінійки, повні або неповні рамки;
- різноманітні фігурні позначки, кінцівки;
- плашки, підкладки;
- ініціал [19].

Вони виконують декілька функцій:

- 1) естетичну – доповнюють композицію видання та створюють загальний ефект гармонії у розташування зображальних елементів та текстових блоків;
- 2) видільно-роздільну – декоративні елементи поділяють текст за смисловими частинами;

3) акцентуючу – декоративні елементи дозволяють привернути увагу реципієнта до тексту або ілюстрації.

«Для читача важливі, крім відповідності заданій тематиці, такі показники видання, як формат, читабельність, ілюстративність, обсяг, міцність, зручність пошуку. Саме ці вимоги читача і повинні бути враховані під час перетворення авторського тексту в матеріальний продукт – друковане видання» [18].

Тому, щоб читацька аудиторія могла ясно і доступно ознайомитися з журналістськими матеріалами, особливу увагу було приділено графічному оформленню видання. Зображальні елементи є не лише складовою зовнішнього образу газети, але й її змістовим наповненням.

Аби зробити видання яскравим і водночас читабельним ми намагалися поєднати вільний білий простір з цілковитою наповненістю сторінки, тому чергували повноформатні зображення та ті, які розташовувалися б на частину сторінки.

Головним зображенням, з якого розпочинається загальне враження від видання є фотографія на титульній сторінки. Аби найкращим чином відобразити назву спортивного журналу, його тематичний вектор та змістову складову акцентним є зображення страйкболіста зі зброєю, яку він націлює на певний уявний об'єкт. Зміст також оформлений із зображальними матеріалами та графічними елементами. Текст змісту доповнено зображальними матеріалами, які відображають сутність журналістського матеріалу, а номери сторінок виділені зеленим кольором.

Для матеріалу «Типи ігор» зображення страйкболістів взято з мережі Інтернет. Варто зазначити, що вони є відмінними за емоційним посилом, що додає контрасту текстовій частині.

Журналістський текст про спорядження аірософтера супроводжується розворотними зображенням стрільця, який повністю одягнений, відповідно до поданого переліку. Сам перелік також розташовується на плашці зеленого кольору, яка за кольоровою гамою поєднується із зображальним матеріалом.

Зображальні матеріали до інших журналістських текстів мають переважно аналогічне розташування – з виключкою по ширині, угорі. Це необхідно для того,

аби не шукаючи в тексті необхідну фотографію або не гортаючи сторінку, реципієнт міг звернути увагу на зброю, саме про яку йде мова. Окрім того, фотографії підписані і містять назви зброї, яка використовується у страйкболі. Це полегшує наочність для пересічного читача. А підпункти тематичних матеріалів «переваги» та «недоліки» супроводжуються графічним елементом – кольоровою лінією (переваги – синя лінія, недоліки – червона), аби читач звернув увагу на такий важливий, дещо підсумовуючий елемент статі (Додаток Є).

Застосування у сукупності вище зазначених методів і прийомів графічного оформлення журналу сприяло створенню гармонійного й візуально цікавого видання. Його дизайн достатньо простий, легкий для сприймання, що дозволяє читачу не витратити багато часу та зусиль для того, щоб знайти потрібну статтю, а використані фотографії відіграють роль частини змістового наповнення.

Важливим змістовим та графічним елементом є колонцифра. Колонцифра – цифра, що позначає порядковий номер сторінки і вказується у верхньому або нижньому, рідше боковому полі сторінки книги або періодичного видання у її зовнішніх кутах чи посередині. Колонцифра у виданні «Типовий AIRсофтер» розташовується у верхньому правому куті, має досить мінімалістичне оформлення, не супроводжується графічними елементами. Простота оформлення колонцифри пов'язана із використанням великої кількості зображень у всьому виданні і тому, аби не переобтяжувати видання візуально ми вирішили не обрамляти колонцифру графічними об'єктами.

2.5. Особливості аудиторії

«Визначити свою аудиторію – дуже важливе рішення для медіа: від нього залежить, як видання поширюватиме контент, які теми будуть для нього пріоритетними, яких журналістів йому треба наймати на роботу... Дуже часто регіональні медіа визначають аудиторію інтуїтивно та потрапляють в пастку «писання для самих себе». Це ускладнює для них аналіз та встановлення цілей. Крім того, навіть якщо медіа створюють якісні матеріали, вони можуть марнувати свої, й так обмежені ресурси, оскільки просувають та поширюють

контент через усі доступні канали, але не можуть при цьому завоювати своє місце на ринку» [15].

Цільова аудиторія – це люди, які можуть стати покупцями того чи іншого товару. Залежить читацька аудиторія газети від багатьох чинників: «професійної належності, роду діяльності, спеціалізації читача, віку, статі, загальної культури, ерудиції, інтересів, місця проживання (міська/сільська місцевість) тощо» [17].

Цільову аудиторію видань поділяють на реальну та потенційну. «Визначення потенційної аудиторії видання потрібне для отримання відомостей про можливу кількість читачів, структуру населення того регіону, де буде розповсюджуватися або вже розповсюджується видання. Саме на основі цих відомостей будується оптимальна модель видання, що бере до уваги всі групи аудиторії, всі можливі напрями публікацій. Реальна аудиторія видання дає для редакції таку життєво важливу інформацію: кількість людей, що читають газету; кількісні показники аудиторії, що передплачує та купує газету; конкретні соціальні характеристики цих читачів (професія, вік, національність, освіта тощо)» [4].

Реальна цільова аудиторія спортивного видання «Типовий AIRсофтер» – це будь-хто хто проживає на теренах України (адже видання складається лише з україномовних матеріалів), цікавиться таким видом спорту як аїрсофт на професійному рівні або той, хто хоче розпочати стрілецьку кар'єру. Вікова категорія варіюється від 20 до 45 років. Люди старшого віку вже не в змозі витримати великі фізичні навантаження (біг зі спорядженням, утримання зброї, швидка перебіжка), тому вони як правило не цікавляться подібною періодикою.

Потенційна аудиторія дуже схожа з реальною, але вона рухлива, бо з певних причин не є регулярним читачем. Серед потенційних читачів можна розглядати людей, які колись займалися подібним різновидом спорту і придбали видання, аби поцікавитися новинками зі світу аїрсофту. Окрім того до потенційних читачів можуть відноситися люди, які цікавляться різноманітними видами зброї.

Для визначення цільової аудиторії можна використати й наступний алгоритм – це метод 5W:

1. What? (Що?): Що саме покупець збирається придбати?
2. Who? (Хто?): Хто ваш покупець? (Його основні характеристики – стать, вік, сімейний стан, рівень освіти, соціальний статус, професія, захоплення і таке інше);
3. When? (Коли?): Коли і як часто ваш клієнт здійснює або готовий здійснювати покупку?;
4. Where? (Де): де, як правило, ваш клієнт здійснює покупку? (Біля будинку, в великих торгових центрах, в інтернет-магазинах і таке інше);
5. Why? (Чому): в чому полягає мотив вибору того чи іншого товару вашим клієнтом? (Зовнішні характеристики, рівень ціни, престижність, унікальність товару та інше) [20].

За допомогою аналогічного методу ми визначили цільову аудиторію спортивного видання «Типовий AIRсофтер»:

1. What? (Що?): Покупець збирається придбати спортивний журнал «Типовий AIRсофтер», якому немає аналогів на українському видавничому ринку.
2. Who? (Хто?): Людина, віком від 20 до 45 років, спортивної статури, яка любить займатися спортом або мріє спробувати себе у чомусь новому.
3. When? (Коли?): Наш клієнт зможе здійснювати покупку журналу раз на місяць;
4. Where? (Де): Він може здійснювати покупку у спеціальних місцях розповсюдження, які розташовуються по всьому місту та на офіційному сайті видання у рубриці «Архів» або «Підписка»
5. Why? (Чому): Мотив вибору видання полягає у його унікальності (відповідно до тематичної складової) на видавничому ринку, адже аналогічною періодикою є або російська або американська, що створює мовну перепону для реального читача.

Отже, аби точно розробити концепцію видання, продумати стратегію його розповсюдження необхідно визначити цільову аудиторію. Можна використати два

алгоритми: перший – алгоритм реального та потенційного читача; другий – 5W. Вони обидва є достовірними та дієвими.

2.6. Технічні та програмні засоби, використані для втілення проєкту

Спортивне видання «Типовий AIRсофтер» до того, як потрапити до рук своїх читачів, пройшло декілька етапів створення видавничої продукції.

«Процес оформлення друкованого видання складається з трьох послідовних етапів:

1. Підготовчий етап, на якому виникає та розвивається задум оформлення: зародження і формування задуму; перетворення задуму в проєкт оформлення; перетворення проєкту в модель оформлення – макет. Цей етап повністю входить у процес режисури видання.

2. Етап виконання та редагування оригіналів оформлення: формується зміст та графічні характеристики обкладинок, суперобкладинок, палітурок, форзаців, внутрішнього оформлення, зображень: робота над ескізами або пошук та добір ілюстрацій і фотографій; робота з оригіналами, їх компоновання і приведення у єдиний зображальний ряд. Це – етап художнього редагування.

3. Композиційно-технічний етап: набір та верстка, підготовка зверстаного матеріалу для поліграфічного етапу. Відповідність усіх елементів видання існуючим нормам і стандартам, перевірка комплектації» [18].

Усі етапи є відповідальними та складними, адже вони створюють друкований продукт, який будуть читати та сприймати тисячі людей. Тому усе починається із задуму та детального обґрунтування вибору жанру, композиції. Основою для розробки проєкту видання є визначення наступних його характеристик: типу видання (жанр, читацька аудиторія, умови читання, умови користування), обсяг в авторських аркушах, склад видання: кількість і види текстів, зображень, наклад. Проєктом встановлюються:

1) Формат видання – розмір друкованого видання, який характеризується певною його довжиною і шириною та вимірюється у міліметрах. Відповідно до цього виділяють: стандартний формат,

енциклопедичний, дуже великий, збільшений, кишеньковий, мініатюрний формат.

2) Формат набору відповідно до стандарту – це задрукована або заповнена зображальним матеріалом сторінка.

3) Вид і спосіб друку. Друкувати видання можна різними способами, залежно від замовлення автора продукції або можливостей типографії у певній географічній точці. Окрім того, від способу друку залежить і візуальна складова видання. Так, способи друку поділяються на: високий, який полягає в перенесенні фарби за допомогою друкарських елементів, які розташовуються вище пробільних; глибокий друк – спосіб друку під час якого друковані елементи знаходяться глибше за пробільні; офсетний спосіб друку – перенесення фарби на поверхню за допомогою проміжного еластичного циліндру. Варто зазначити, що останній спосіб друку є найпопулярнішим на теренах України.

4) Спускні сторінки, розмір спуску, заставки, ініціал – перша сторінка видання, після титульної, яка завершується із невеликим відступом угорі і, як правило, розпочинається заставкою або ініціальною літерою. Останні необхідні для досягнення візуальної естетичності та зручності поліграфічного друку.

5) Оформлення кінцевих сторінок, характер і вигляд кінцівки;

6) Гарнітура, кегль, накреслення шрифтів для основного та кожного із додаткових текстів, заголовків. Зазначені елементи виконують не тільки функцію змістового наповнення, а ще й естетичну та інформаційну, адже є засобами сприйняття тексту та видання у цілому.

7) Шрифтове та композиційне оформлення рубрикації. Важливим у випадку композиційного оформлення рубрикації є шрифтове оформлення, адже завдяки йому можна урізноманітнити назви рубрик, додати естетичності та яскравості. Головною умовою є те, аби текст залишався читабельним.

8) Оформлення колонтитулів, колонцифр. До оформлення цих елементів також можна підійти з оригінальністю (в залежності від тематики

видання), адже вони доповнюють загальний образ видання, роблять його повноцінним.

9) Склад титульних елементів. До титульних елементів періодичного видання можуть входити: назва видання, надзаголовкові дані, ціна видання, його періодичність, гасло, початок його заснування або дата першого випуску. Вони виконують інформаційну функцію, адже надають реципієнту інформацію про газету або журнал.

10) Оформлення зображень. Для використання зображень та їхнього оформлення необхідно пам'ятати декілька простих правил: перше – зображення завжди повинно бути направлене усередину тексту, так не руйнується композиційна складова; друге – ілюстраційний матеріал повинен бути якісним, чітким, в іншому випадку – губиться естетичність видання; третє – він не повинен містити не пристойного та жорстокого контексту (якщо це не передбачено тематикою видання).

11) Оформлення текстівок.

12) Характер та спосіб друку зовнішнього оформлення.

13) Оформлення форзацу.

14) Брошурувально-пілітурні операції.

15) Матеріали [18].

Спортивний журнал «Типовий AIRсофтер» є друкованим та електронним виданням. Воно складається з 16 сторінок, що дорівнює 0,8 авторського аркуша. Кількість сторінок може варіюватися до 20, в залежності від змістового наповнення. Наклад 3000 екземплярів, які будуть розповсюджуватися по всій території України. Перша спроба розповсюдження видання у громадськість буде пробною, адже тема айрсофтеру є не дуже розповсюдженою серед пересічного читача. Тому подальший тираж буде варіюватися від попиту на видання.

Основний шрифт у спортивному виданні «Типовий AIRсофтер» має наступні параметри:

1) кегль – 13 Пт;

2) накреслення - Regular;

- 3) гарнітура – Times New Roman;
- 4) насиченість – 0 Пт;
- 5) трекінг - 0 em/1000 (тисячна частина круглої шпациї – друкарського проміжкового матеріалу) ;
- 6) кернінг – метричний (тобто той, який включає в себе шрифт);
- 7) інтерліньяж – 15,6 Пт;
- 8) вирівнювання – виключка по формату, кінцевий рядок вліво;
- 9) відступ зліва від першого рядка – 2 мм.

Заголовок, як одна з важливих складових видання має інші технічні характеристики, що робить його акцентним у номері:

- 1) кегль – 51 Пт;
- 2) накреслення – Bold;
- 3) гарнітура – Courier New;
- 4) насиченість – 0 Пт;
- 5) трекінг – 0 em/1000 (тисячна частина круглої шпациї – друкарського проміжкового матеріалу) ;
- 6) кернінг – метричний (тобто той, який включає в себе шрифт);
- 7) інтерліньяж – 61,2 Пт;
- 8) вирівнювання – виключка по формату, кінцевий рядок вліво;
- 9) відступ зліва від першого рядка – 0 мм.

У виданні наявні колонцифри. Вони позначають номер поточної сторінки та розташовуються на парних сторінках з лівого краю, а на непарних – з правого краю. Колонцифри набрані кеглем більшим за кегель основного тексту, щоб полегшити пошук потрібної сторінки.

Верстка видання здійснювалася за допомогою програми AdobeInDesign 2019 версія 15.02. Вона володіє всіма прогресивними можливостями та інструментами машинної верстки, за допомогою яких можна швидко і ефективно розробляти дизайн сторінок будь-якої складності. Програма підтримує імпорт малюнків і тексту з найрізноманітніших форматів, включаючи PDF і XML файли, пропонує великий набір інструментів для редагування імпортованих матеріалів,

куди входить робота з шарами, каскадними стилями оформлення, таблицями і шаблонами.

Ця програма в оновленому варіанті забезпечить якісне відтворення макетів видання, при цьому буде зберігатися висока якість зображень та фотографій.

Для журнальної продукції використовують дуже різноманітний асортимент паперів: від звичайних до високоякісних, залежно від призначення, масою 1 м² від 130 до 180 г – залежно від терміну зберігання й типу видання. Вибір паперу для того чи іншого видання залежить, у першу чергу, від типу, характеру й виду продукції.

Журнал «Типовий AIRсофтер» буде віддрукований на офсетному папері, призначеному для друкування книжково-журнальних видань, який забезпечує непросвічуваність тексту та ілюстрацій зі зворотного боку аркуша видання. Його непрозорість буде не менше ніж 90%, білість – в межах від 70% до 88%, поверхня паперу буде гладкою, без значного глянцю.

Папір для друкування тиражу буде з однієї партії з однаковими характеристиками (марка, гатунок і відтінок).

Обкладинка журналу буде глянсовою. Для її оздоблення буде використано лакування.

Лакування – процес нанесення прозорих полімерних покриттів на друкарський відбиток з паперу, картону, плівкових матеріалів.

Переваги лакування полягають в тому, що шар лаку:

- підвищує глянець цілого відбитка або окремих фрагментів і тим поліпшує його естетичний вигляд і рекламний вплив, оскільки елементи з полиском більш кидаються в очі;
- підвищує стійкість до стирання задрукованого відбитка;
- підвищує стійкість лакованого відбитка до дії води (вологи);
- часто пришвидшує висихання фарби та покриває фарбу захисним шаром.

Це дає змогу ліквідувати процес пудрування відбитків. Крім цього, можна друкувати з підвищеною швидкістю і складати більші стоси задрукованих відбитків, швидше виконати подальші технологічні операції із задрукованими відбитками (при друці в машинах з сушильною секцією);

- створює цілу низку спеціальних ефектів;
- дає можливість нанесення спеціальних лаків, наприклад, із запахом, ґрунтувальних.

Для основних інформаційних матеріалів в середині видання буде використовуватися крейдовий папір. Цей папір найчастіше використовується для друку глянцевого видання, барвистих каталогів, рекламних буклетів або книжкової продукції. Головна відмінна особливість такого паперу – дуже гладка поверхня.

Головними перевагами крейдованого паперу вважаються світлонепроникність, підвищена міцність, білизна і підвищена стійкість до вологи.

Журнал буде виконаний офсетним друком. Це така технологія друку в поліграфії, яка передбачає перенос фарби з друкарської форми на друкований матеріал не прямо, а через проміжний офсетний циліндр. Перевагами такого друку є:

- найвища якість відтворення оригіналу. На відміну від інших видів друку офсетний друк відрізняється якістю та яскравістю. При друкуванні крім основної палітри кольорів може застосовуватися додаткова палітра, а також лакування;
- більші тиражі в стислий термін. Великі тиражі друкуються швидше, ніж інші види друку;
- більші тиражі за мінімальними цінами. Додрукарська обробка замовлень виконується один раз, деякі види друкарських процесів виконуються лічену кількість разів на багато тисяч листопрогонів. При перевищенні накладу друку певного рівня ціна на одну копію зменшується. Тому чим більший тираж, тим вигіднішим становиться друк.

Друк журналів здійснюється на рулонних або листових друкарських машинах. Вибір на користь листового або ротаційного типу друку, передусім, залежить від накладу. Так, для друку невеликих накладів використовується листовий друк. Для друку крупних накладів – рулонний друк.

Форматом видання є А4 (210×297) мм. Через те, що журнал призначений для вузького кола читачів, але має подальшу перспективу до його розширення, то текст у виданні повинен бути чітким, ясним, читабельним та не повинен бути замалим,

щоб читачі могли прочитати журнал не прикладаючи зусиль. Тому саме такий формат буде зручним для цільової аудиторії.

Для такого формату типовим є кріплення кодексу, коли сторінки формуються в зошити, кріпляться до корінця. Останньою, після усіх зошитів, кріпиться обкладинка.

Висновки до розділу 2

Отже, відповідно до нашого опису та авторської ідеї «Типовий AIRсофтер» – це унікальне спортивне видання, якому немає аналогів на українському видавничому ринку, адже воно, по-перше, буде мати як друковану, так і електронну версію, видаватися суто українською мовою та висвітлювати тематичний спектр аїрсофту, який тільки набирає обертів в Україні. Змістова частина складається з двох жанрових різновидів: статті, огляду, які аргументуються специфікою видання. А смислове навантаження зображальних матеріалів полягає у висвітленні зброї, на яку робиться огляд, типів ігор та прикладу спорядження бійця. Цільовою аудиторією є люди, які цікавляться окресленим видом спорту, віком від 20 до 45 років, незалежно від соціального статусу та місця роботи.

Важливими для видання є й технічні параметри, від яких залежить його читабельність та яскравість. Так, наше видання «Типовий AIRсофтер» буде мати формат А4, який є стандартним та зручним для сприйняття інформації. Титульна сторінка буде покрита лаком, який приваблює увагу, робить текст та зображення яскравими, а також захищає обкладинку від пошкоджень. Основна частина буде надрукована на крейдовому папері, який також створює ефект контрасту між текстом та сторінкою. Ми надали перевагу кріпленню кодексом та офсетному друку, як одному із найпопулярніших та найпрактичніших.

ВИСНОВКИ

Сучасні друковані видання переживають доволі складні часи у своїй історії. Завдяки стрімкому розвитку Інтернету та інтернет-видань – друковані видання починають відходити на другий план. Це відбувається через те, що інформація з мережі переважає друковану, мабуть, за двома найголовнішими ознаками: оперативністю та безоплатністю. Але, ці ознаки можна назвати, як і перевагами Інтернет-ЗМІ, так і недоліками. Через велику швидкість реагування на подію автори та редактори не можуть повністю перевірити надруковані тексти та джерела, з яких взято інформацію, що призводить до доволі великої частини помилок, які є неприпустимими у виданнях, особливо офіційного та ділового характеру. Кожна така помилка може призвести до непорозуміння в суспільстві та втрати «обличчя» людини або навіть країни.

Спортивна сфера є однією із найважливіших у процесі розвитку країни та становленні суспільства як єдиного цілого, адже саме змагання, вболівання за команду на національних, міжнародних змагань є приводом для знайомства та дружби з певними людьми. Для того, аби єднальна та інформативна функції виконувалися повною мірою з'явилися спеціалізовані засоби масової інформації – спортивні видання. Їхній розвиток на теренах України пов'язаний із становленням спорту у Радянському Союзі, його популяризацією. Разом зі спортивною сферою трансформувалися й ЗМІ. Але, варто зазначити, вони ще не завершили процес модифікації, адже останнім часом з'явилася велика кількість нових видів спорту, які є цікавими, але не визнаними на державному рівні. Незважаючи на це, людей необхідно про них інформувати.

Проведене дослідження дозволило визначити доміанти серед формування української спортивної преси. 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 і т.д.

Спортивна журналістика вибудовує свій, інший, відмінний від повсякденного 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

За період нашого дослідження, ми зрозуміли, що аудиторії вже не подобається стандартний контент, люди хочуть бачити на сторінках періодичних видань креатив. Прагнуть не марнувати свій час, а вміло використовувати, тому, наразі не актуально писати великі за розміром статті з нудними заголовками та стандартними фотографіями.

Проаналізувавши, всеукраїнські та регіональні спортивні видання ми з'ясували, що спортивна періодика в нашій країні є не розвинутою. В країні існують лише декілька професійних видань даного характеру та навіть при цьому можна побачити дефіцит україномовних, вузькоспеціалізованих (окрім, тих, що акцентують свою увагу на футболі) та широко профільних спортивних видань. В регіоні взагалі не має жодного спортивного видання на українській мові, що ми вважаємо недопустимим.

Тож, метою нашого проекту було створення спортивного україномовного видання широкого профілю, яке б могло гідно представити наш регіон в загальнонаціональному переліку видань спортивного напрямку його тематики. Це було досягнуто, завдяки, професійному підходу автора до обраної теми та засобами її реалізації з акцентом на чоловічу аудиторію з можливими змінами до розширення її.

Таким засобом інформування, яке орієнтоване на новий вектор в українському спорті – страйкболі, аїрсофті стало наше видання «Типовий Аїрсофтер», який має ряд переваг серед іншої періодики на видавничому ринку:

- 1) Унікальність за тематичним спрямуванням, адже в Україні не існує жодного періодичного видання, в якому б друкувалися матеріали про страйкбол або аїрсофт.

- 2) Виключна україномовність журналістських матеріалів, що відповідає чинному законодавству та є вектором розвитку національної політики, інструментом формування національної свідомості, на яку періодична преса має великий вплив.
- 3) Вдало підібраний тематичний спектр, який буде корисним як для професіоналів зі сфери страйкболу, так і новачкам, які хочуть ознайомитися з особливостями гри.

Окрім того, вдалим є й підбір композиційної складової видання. Матеріали розміщені відповідно до ієрархічного принципу, тобто не є рубрикованими, що не прив'язує редакцію, авторів до певних тем, які мають властивість закінчуватися. Зображальний матеріал також відіграє важливе значення у виданні, адже він демонструє зброю, спорядження страйкболістів, що є важливим аспектом для початку гри.

Цільова аудиторія видання може бути як реальною, так і потенційною. Реальну цільову аудиторію складають громадяни України, які цікавляться страйкболом, віком від 20 до 45, як правило, чоловіки з гарною фізичною підготовкою. Потенційною є люди, які цікавляться зброєю або шукають різноманіття у видах спорту.

Під час розробки та створення оригінал-макета було враховано сучасні тенденції у оформленні та змістовому наповненні спортивних періодичних видань, проте крім цього було створено власну видавничу концепцію, яка відповідатиме вимогам аудиторії та загальних вимог до якості редакторської підготовки матеріалів.

Отже, спортивний журнал «Типовий AIRсофтер» є конкурентноспроможним на видавничому ринку і зможе гідно представити у сфері інформування такий новий напрям спорту як страйкбол, яким останнім часом захоплюється все більша кількість людей. Через те, що не існує аналогів нашому виданню на українському ринку він буде мати попит серед поціновувачів специфічної спортивної тематики, а отже стане новим кроком у

процесі розвитку спеціалізованих ЗМІ, як окремих каналів комунікації та виконавців просвітницької, естетичної та інформаційної функції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского. Москва, 1972. 464 с.
2. Вісти з Запорожа: Часопис руханкових, змагових, мандрівних і пожарних товариств. 1913. Ч. 77-78.
3. Воронков П. Спортивная журналистика как тип. 1-ше вид. Москва: Знания, 2000.
4. Газетна журналістика: навч. посіб. / за ред.: Н. С. Ігнатова; уклад. Т.В . Хітрова, О.В. Богуславський. Запоріжжя, 2003. 105 с.
5. Газети СРСР. 1917-1960. Москва: Изд-во Книга, 1970. Т.1
6. Гиленсон П. Справочник художественного и технического редакторов. Москва: Книга, 1988. 526 с.
7. Загальний огляд. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ: ВЦ «Академія», 2007. Т. 1: А-Л. С. 377.
8. Кривошея Г. Теорія і практика журналістики: навч.посіб. Київ: Видавництво національного авіаційного університету, 2007. 220 с.
9. Ляхов В. Очерки теории искусства книги. Москва: Советский художник, 1971. 367 с.
10. Мельник Г., Тепляшина А. Основы творческой деятельности журналиста: учеб.пособие. Москва-Санкт-Петербург-Екатеринбург, Минск, Самара, Киев, Харьков, 2004. 272 с.
11. Мураковский А. Спортивные журналисты: кто они: Абазур. 9-12, 2006.
12. Сухорукова Л. Види і класифікація технологічних засобів створення мультимедійного продукту. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. Харків: Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв, 2012. Вип. 3. С. 142–146.
13. Тертычный А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати. Вестник. *Московского университета. Сер 10. «Журналистика»*. 2002. №2. С. 54-63.

14. Чистяков А. Возникновение и пути становления спортивных обществ и клубов в Российской империи (Социально-педагогический аспект): автореф. дис. ... канд. педагог. наук: 13.00.04. Москва: Моск. гос. акад. физ. Культуры, 1999. 22 с.

Електронні ресурси

15. Аудиторії – хто ви?: веб-сайт. URL: <https://detector.media/rinok/article/143441/2018-12-18-auditorii-khto-vi/>.

16. Про функціонування української мови як державної: закон України від 25 квітня 2019 року №2704-VIII: веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

17. Шевченко В. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства: веб-сайт. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1990>

18. Шевченко В. Роль художника, художнього та технічного редакторів у друкованому виданні: веб-сайт. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1323>.

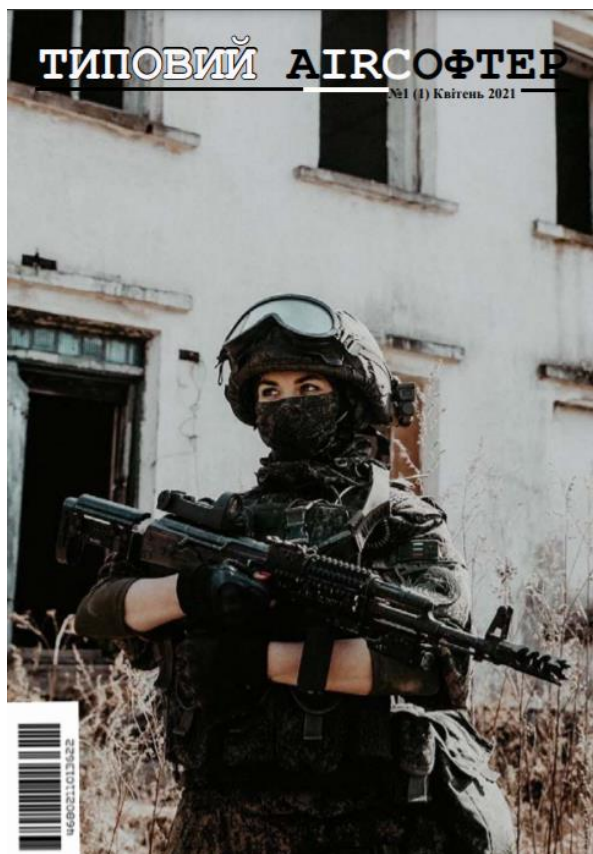
19. Шевченко В. Системність у застосуванні декоративних елементів у сучасних періодичних виданнях: веб-сайт. URL <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1025>

20. Як визначити цільову аудиторію: веб-сайт. URL <https://ideadigital.agency/yak-viznachiti-tsilovu-audiriyu/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Титульна сторінка видання «Типовий AIRсофтер»



Розроблено автором

Додаток Б

Зміст

ЗМІСТ



4 стр.
ТИПИ ІГОР
6 стр.
СПОРЯДЖЕННЯ
БІЙЦЯ



8 стр.
ЗБРОЯ

ТИПОВИЙ АІРСОФТЕР

Спортивний журнал «Типовий АІРСофтер» №1, квітень 2021 року



Адреса редакцій: 01001,
м. Київ, вул. Софійського,
буд.21

Телефон редакцій:
0765432166

Видавець: ТОВ «Літера-Б»

Журнал зареєстрований
Міністерством юстиції Украї-
ни. Свідчення про реєстрацію
УВ №654-12.

Усі права захищені

Видання надруковане у
типографії: м. Київ,
вул. Ярославів вал, буд.12
Тираж 3000 екземплярів

Передрук матеріалів у тому
числі й використання в елек-
тронних ЗМІ здійснюється у
різкі дозволу редакції видання
«Типовий АІРСофтер». Редак-
ція не несе відповідальності
за зміст рекламних оголо-
шень.

Думка опублікованих ма-
теріалів не завжди тотожна
думці редакції.

Розроблено автором

Додаток В

Матеріал «Типи ігор»

4

ТИПИ ІГОР



МАСТИВАНІ СКЛАД-НИСТЬ

Страйбові заходи мають різний розмір, починаючи зі стрільби 5х5 по вихідним днях і закінчуючи масштабними багаторівневими битвами, наприклад шведського Бергста, в якому беруть участь тисячі гравців з усього світу. Складність також варіюється від простих походів від стіни до стіни, захопленням прапора та інших радощів класичного «омочилова» до чітко розроблених, складних сценаріїв. Існують і абсолютно зарплатні за складністю, заурядністю в атмосферу або привабливістю до реалій західів. Але про це пізніше.

Варто зазначити, що велика кількість учасників або хитрість сценарію не завжди робить гру цікавою. Досвідчений гравець надасть перевагу простому сценарію гри, ніж хитрому задуму з 1500 гравцями. Він отримає задоволення суто від гри, а не від масштабності задуму сценарієвості.

КАТЕГОРІЇ ДОСТУПНОСТІ

Усі страйбові ігри можна поділити на дві категорії доступності: закриті та відкриті. До першої категорії відносяться «інструментальні» (та пробівають нам читачі так само просторічн) будь-якого масштабу, які доступні для кожного пересічного любителя змагань. На відміну від них, закриті ігри можуть відбуватися за участю певного, запрошеного контингенту гравців.

Звісно, закритість та відкритість вимірюється не самими гравцями, а організаторами. Чим сильніше розвинутий страйбол у певному регіоні, тим більше привабливі ігри організовуються у місцевості. На це є причина – не можна догодити усім. І в цьому немає нічого поганого. Закриті ігри можуть вважатися і тренуваннями,

якщо організовані для певної команди.

ФОРМАТИ ІГОР

1) Класичні ігри. До них можна віднести фактично будь-який захід, який має сценарій «інструментальний». Класичний сценарій ликує традиційний розподіл: грандіозні дії на декілька сторін, отримують завдання / грабельний результат і розподіляються по своїм базам. Звісно, будь-яка команда буде намагатися додати у це дійство свою родзинку, при цьому не забуваючи про загальний хід гри та поставлені завдання.

Команди ігри та тренування також можна віднести до класичного формату ігор.

2) Рольові ігри. У будь-якій із подібних ігор домінують значення має заурядність гравців в атмосферу якогось вигаданого асесу за рахунок створення відповідних послуг. Сюди можна віднести добре відомі ігри, розроблені на мотиви комп'ютерної гри S.T.A.L.K.E.R., де попу-

5



ларвою є тема апокаліпсису і зомбі апокаліпсису.

Рольові ігри мало схожі на класичні страйболів. Вони відрізняються завершеністю вимогами до гравців. У першу чергу вони повинні знати мовтви комп'ютерної гри, в яку вони заурядуються, а також мати авторський талант, аби натурально відіграти сценарій запропонованої гри, аби кожен учасник відчував її атмосферу. Велика кількість людей грають у страйбол навіть без зброї, відігруючи певну роль і сценарію, що додає процесу стрільби співчуття, адресну, чим класичні вони і відрізняються від інших типів ігор.

3) Military Simulation

Еталонне дійство «не для всіх», яке було винайдені справжніми поціновувачами маршрового страйболу. Під терміном «маршровий страйбол» мається на увазі умовні ігри, які найповнішим чином відображають реальні умови ведення бойових дій. Гра натурально відіграти сценарій виключає награність, аркадність, умовність – тобто ті особливості, які притаманні класичній страйболівній грі. На заміну пропонуються суто спартакські правила, які особливо чітко виконувати, аде під час такого типу гри немає права на помилку. Military

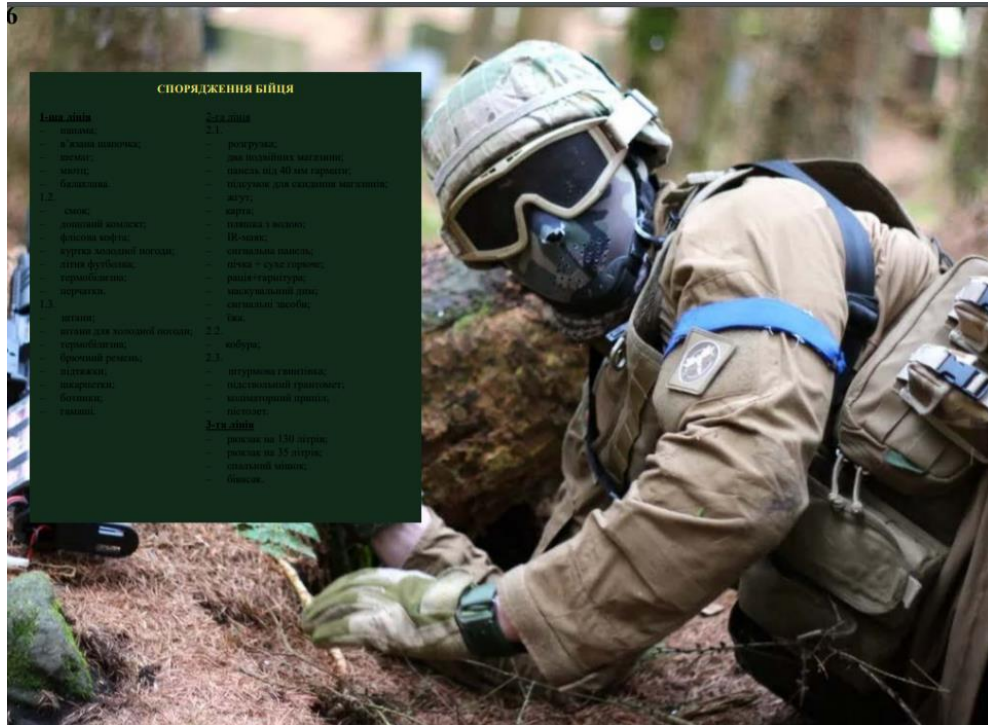
Simulation – це відсутність ліміту за часом. Гра завершиться, коли завдання буде виконано. Також це суворе обмеження щодо спартаксизму, аде гравець може взяти тільки ту кількість кульок скільки поміститься у боскомілект. Також існують суворі вимоги до зовнішнього вигляду гравців, аде від час деяких ігор вони чітко емітують зброю та зовнішній вигляд тієї битви, яку сповідують. Слід додати сюди серйозні ігрові завдання, такі, наприклад, як перенесення поранених з одного пункту в інший.

У якості висновку зробимо акцент на тому аспекті, що будь-яка страйболівна гра велика або маленька завжди залишається Погою з великої літери. Аде для справжнього страйболівста будь-яка гра – це активний відпочинок, привід пострілати в люду, випустити внутрішню агресію, перевірити моральну та фізичну витривалість та стати частинкою цікавої події. А наступні учасники бажано заурядитися в реалії битви або проїти квест вирішувати йому.



Розроблено автором

Додаток Г Матеріал «Спорядження бійця»



Розроблено автором

Додаток Д

Матеріал «Зброя»

8

ЗБРОЯ

Нічого з людей, які хоча б декілька разів грали у страйбол будь-якого типу, не має сумнівів в тому, що одним із найважливіших елементів спорядження є зброя. Власне багатьом страйбол зацікавленим тому що там можна постріляти. Тому ця стаття присвячена саме різноманіттю зброї, яку можна застосовувати під час гри у старйбол.

Звісно ми не маємо на меті здійснити огляд на весь асортимент зброї, адже її на ринку дуже велика кількість, але розглянемо найпопулярніші різновиди.



9

УВАГА! УВАГА! УВАГА! УВАГА!

Одразу звернемо вашу увагу на те, що з точки зору закону України виробни, які мають назву «зброя» такими не є, а виконують лише імітуючу та ігрову функції.

Типи(системи) зброї у страйболі

Уся страйбольна зброя, якщо звертати увагу на конструкційні особливості та принципи дії, є пневматичною, тобто такою, з якої вистріл здійснюється за рахунок енергії стиснутого повітря та газу. У якості заряду використовуються пластикові куляки діаметром 6-8 мм. Чим менша куляка, тим чіткішою є його траєкторія, що у результаті впливає на відстань стрільби. Для збільшення відстані стрільби використовується система підрутки кулі, яка має назву хоп-ап. Назва цієї системи була винайдена інженерами японської компанії Tokyo Marui.



Також спільною ознакою для всієї аерсофної зброї є те, що там використовується спеціальний стволик, який розганюється всередині внутрішнього ствола, який є частиною зброї. Чим більше розганюваний ствол, тим меншою є втрата повітря/газу між стінками стволика та куляка і, як наслідок, більша швидкість куляка.

Окрім того, спільним є ще й подія куляка. Вони подаються з відокремлених магазинів, що є зручним для страйболу. Загалом існує три типи страйбольної зброї: пружинна, га-



Розроблено автором

Додаток Є

Матеріал «Види (класи) зброї для страйкболу»

12

Види (класи) зброї для страйкболу



Пістолети і револьвери
Найбільш розповсюджені є газові системи, такі як GBB, GBBB, System, які використовують газ HFC134A/ Green Gas, який заповнює початкову швидкість куляного 0,2 г на 90-100 м/с. При використанні CO2 початкова швидкість може досягти 110-120 м/с на GBB системах і 140 м/с на системах від відкритої шатуни.

Є менш розповсюджені системи ЕПО. Відсутність можливості розмістити у більш компактних об'єктах корпусу достатній по об'єму циліндр для стиснення повітря, що призводить до того, що в електронічних системах дуже низька початкова швидкість куля, три-

бізно 60-70 м/с. Стрільня з такої зброї на відстані більше 10 метрів на відкритому повітрі є менш результативною.

Пружинні ж системи розташовані в ковчезі не варто, через те, що після кожного вистрелу пружину необхідно повернути у вихідне положення вручну. Через це у зброї відбирається головна перевага – стрільня однією рукою.

Окрім того, швидкість куля є невисокою.
Як основну зброю, а тим більше сльну арсеналі револьвери і пістолети ми рекомендувати не будемо. Сфера застосування GBB пістолетів і револьверів у страйкболі – запасний ствол на випадок відмови основної зброї. «Корисність» відійде і як вто-

рична зброя для снайперів тобто для бійців, для яких застосовується обмеження на мінімальну дистанцію вистрелу з основної зброї.

Ефективність системи ЕПО підвищується після заміни деяких несенних деталей, що коштує недорого. Що стосується «артистичних» пістолетів, то 99% на це вони здатні – це виконувати розважальну функцію.

ПЕРЕВАГИ
– компактні розміри та невелика вага, що робить легкими для ведення бою;
– зручність у використанні однією рукою.

НЕДОЛІКИ
– невелика сміливість барабанів, які потребують постійної перезарядки;
– невелика дальність прицільної стрільби, яка унеможливує використання на великих дистанціях;
– низька швидкість кульки.

13



Пістолети-пулемети
Як можна зрозуміти з назви зброя керованого виду поєдинок у собі має характерні риси короткострільної зброї та автоматичної стрілянової зброї. Під першою рукоюку ППШ який компактні розміри та тип боєприпасу, а від друга вужється у багатьох країнах того – можливість ведення вогню у повністю автоматичному режимі. Компактність і швидкість стрільби, що зброю ідеально для бою в обмеженому просторі, наприклад, під час ведення бойових дій у вузьких місцях забудови.

За часів Другої світової війни пістолети-пулемети мали широке розповсюдження, але нині вони не є досить популярними.
Вибір пістолетів-пулеметів широкий та різноманітний. Окрім того вони використовуються у багатьох країнах світу, таких як США, Ізраїль, Росія, Ізраїль та інші.

Якщо говорити про типи стрілянової зброї пістолетів-пулеметів – середня дальність об'єкту не більше 20-30 метрів.

ПЕРЕВАГИ
– компактні розміри;
– невелика вага;
– компактні автоматичний режим стрільби;
– можливість використання повномірного системи ЕПО.

Такі властивості роблять їх зручними під час ведення активного бою.
НЕДОЛІКИ
– середня дальність стрільби не більше 20-30 метрів.

Розроблено автором

Додаток Ж

Реклама



СпецОснащення
СТРАЙКБОЛЬНО-ЕКІПРУВАЛЬНИЙ ЦЕНТР

САЙТ: airosoft.com.ua
E-MAIL: softairek@gmail.com



Код на знижку -10% на сайті airosoft321.com.ua

За допомогою наших курсів ви отримаєте наступні навички у страйкболі:

- навчитесь користуватися різними типами зброї;
- матиме можливість взяти участь у трьох типах ігор і спробувати себе у ролі «універсального солдата»;
- отримаєте навички орієнтування на місцевості, які знадобляться не тільки під час гри у страйбол, а й у повсякденному житті;
- матимете змогу самостійно підібрати екіпування та отримаєте один із комплектів у подарунок (весняний або зимовий);
- станете учасником великої гри між трьома містами: Києвом, Харковом та Черніговом та матимете змогу познайомитися із справжніми гуру страйболу.

І ЦЕ ВСЬОГО ЗА 21 ДЕНЬ!



Розроблено автором

Додаток 3

Графічні елементи матеріалу «Зброя»

10

Пружинні системи



Окреслений тип є класичною пневматичною зброєю, яка добре відома усім із дитинства. Пам'ятаєте, пневматичну гвинтівку із найбільшого тирю, куди більшість з вас ходили в юності? Ту, у якій потрібно було переломити ствол, аби вийняти пружину і вставити кульку. У просторіччя її називають «водушками». Так, ось сучасна пружинна зброя – це предок тих самих «водушок» з юності. Це викликає певну ностальгію та розуміння того, та уваження про користування зброєю загалом.

Електронієматичні системи



ПЕРЕВАГИ

- висока ступінь уніфікації і доступність як внутрішніх, так і зовнішніх деталей, що робить їх простими у ремонті та за необхідності ремонту;
- чудова ремонтпридатність і можливість інтегрувати. Така властивість допомагає економити на куліх нових зброй;
- стабільність вистрілу;
- можливість вести стрілянину в автоматичному режимі, що має переваги під час захопленого бою.

НЕДОЛІКИ

- сім натисканням на курок та вистрілом існує помітна пауза, що знижує конкурентність біляч і надає перевагу супротивнику (якщо той користується іншим видом зброй);
- висока вартість акумуляторів. Це не позитивний аспект фінансового аспекту;
- необхідність у довгому заряді акумуляторів, що знижує хронотрактор використання, аде після бою або декількох боїв повинна пройти велика кількість часу для повторного використання.

ПЕРЕВАГИ

- відсутність джерела енергії для здійснення вистрілу;
- найнижча вартість вистрілу;
- майже повна відсутність залежності від зовнішніх факторів.

НЕДОЛІКИ

- відсутність можливості здійснювати вистріли в автоматичному або напівавтоматичному режимі, що забиратиме певну кількість часу;
- необхідно докласти значних фізичних зусиль для здійснення вистрілу, що пошкодує у силу фізичної сили повноти і виштовку кульку зі ствола.

Нині електронієматична зброя – найбільш розповсюджена зброя серед любителів аерософту. ЕПЗ – механізований варіант пружинних систем. Заряд електронієматичної зброй здійснюється за допомогою акумуляторних батарей, які розташовуються або всередині зброй або у спеціальному зовнішньому носії.

Останнім часом існують технології, які дозволяють у собі поєднувати властивості пневматики і газових систем. Наприклад, це снайперські гвинтівки з пневматично-накривним затвором. Звісно мова йде не про одностороннє використання двох систем в одному різновиді зброй, а про можливість використовувати ці системи у певному виді зброй. Але, варто зазначити, що нині така зброя – це наперед ескотика, а не засіб для масового користування.

11

Газові системи



У системах окресленого типу кулька виштовкується зі зброй енергією газу, який у нижньому ступні знаходиться або у магазині зброй або у спеціальних резервуарах всередині зброй. При натисканні на спусковий курок бойок ударно-спускового механізму б'є по клапану, за допомогою чого випускається певна кількість газу, який миттєво випаровується, розширюється і виштовкує кульку. Газ, який використовується для стрілянини є сумішшю на основі пропану-бутану із додаванням спеціального сумішного.

Страйбальні гази розриваються за потужністю і розраховані для використання у різних системах при температурі +20С. Його протиджестію є Red Gas, який має високий тиск і призначений тільки для металевих, посиленних газових систем. Газ для аерософту зброй: з імітацією віддачу затвору і без нього. Перша система – GBB, у якій частина

Декілька компаній аерософту зброй також виготовляють газові системи, де використовуються вуглекислий газ, фасований в 12 балонах. Вуглекислота коштує дешевше, запасні балончики займають мало місця у спорядженні. Окрім того, придати їх легко, через те що такі балончики використовуються для пневматичної зброй калібром 4,5 мм. Незважаючи на зазначені переваги така система має декілька недоліків. По-перше, біляч високий тиск провокує часту заміну прокладок і клапанів зброй, які необхідно постійно замінювати самостійно. По-друге, не можна надовго залишати прокладаний балон з газом усередині зброй. По-третє, вуглекислий газ сильно охолоджується під час розширення, що у свою чергу призводить до зниження тиску і як результат – зниження швидкості кульки, яка вилітає зі зброй.

Окрім тих різновидів газових систем, які ми описали використовуються ще декілька різновидів страйбальної зброй: з імітацією віддачу затвору і без нього. Перша система – GBB, у якій частина

газу використовується під час відсування затвору, імітації роботи автоматичної, що додає стрільбі доміреалізму у формі віддачі, але призводить до додаткової витрати газу. Друга система – GNBB, у якій віддачу затвору під час віддачі не відбувається – віддачі немає, газ розповсюджується біляч економніше і тому швидкість вильоту кулі більша.

ПЕРЕВАГИ

- процес стрілянини подібний до реального, що додає епічного страйбального задоволення;
- перезарядка, а також повна зброя відповідають реальним прототипам.

НЕДОЛІКИ

- залежність від покликів навколишнього середовища, які можуть бути непередбачуваними, в результаті чого зникається ефективність стрілянини;
- складний внутрішній пристрій, який не підійде для новачків у сфері страйбалу;
- висока вартість додаткових магазинів, що значно підвищує вартість участі у таких іграх, що є негативним для мільйонів місцевості, де наприклад, на усє місто одне страйбальне поле.

Розроблено автором