



*Вероніка ЧЕКАЛЮК  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
старший викладач кафедри журналістики  
Інституту міжнародних відносин НАУ*

УДК 351. 364.46

## Спортивна тематика у медіа та її роль у системі соціальних комунікацій (реалії ЗМІ напередодні Євро-2012)

*Напередодні Євро-2012 вітчизняні медіа дедалі більше уваги приділяють спортивній тематиці. Головні теми у пресі України – політика і спорт. У статті простежено роль спортивних матеріалів ЗМІ у системі соціальних комунікацій.*

**Ключові слова:** преса, спорт, соціальні комунікації, журналіст, медіа.

Матеріали на спортивну тематику в Україні висвітлюють спеціалізовані періодичні видання: газети “Команда”, “Український футбол”, “Спорт-експрес”, журнал “Футбол”. Ця тематика широко представлена й у багатьох суспільно-політичних, розважальних засобах масової комунікації, навіть у “жовтій пресі”.

У статті ми простежимо роль спортивних матеріалів у системі соціальних комунікацій у спеціалізованих і популярних, громадсько-політичних виданнях.

Спортивна журналістика (sports journalism) – одна з форм (типів) журналістики, яка своїм завданням визначає збір, обробку та передачу інформації на спортивні теми і події [1, с. 1]. Розвиток олімпійського спорту, інтерес до здорового способу життя в усьому світі роблять спортивну журналістику перспективним напрямом ЗМІ.

Серед дослідників спортивної тематики у медіа: С. Малий, С. Михайлов, В. Костінов; мовознавці та фахівці фізичної культури: Т. Кияк, Л. Симоненко, Т. Панько, В. Перхач, Л. Сергієнко, В. Осінчук, О. Лаврик, І. Попеску, М. Зубалій, В. Сіркізюк та ін. Спортивні видання, наголошує П. Воронков, це “тематична група матеріалів періодики, яка висвітлює питання спорту, фізкультури, здорового способу життя” [2, с. 2].

Нині спектр тематики з рубрикою “Спорт” значно розширюється. Завдяки не тільки подачі новин про забиті голи, здобуті очки, перебіг змагань, а й розповідям про романи зірок спорту, їхніх подруг – актрис, моделей, бійки фанатів у різних країнах, передруку чуток і скандальних історій із зарубіжних таблоїдів спортивні видання стають дедалі популярнішими, масовими, економічно вигідними. Однак варто зауважити, що людей,

які захоплюються спортом, мало цікавлять подробиці чийогось життя чи чутки про спортсменів. Зрозуміло, що така тематика спрямована на розширення читачької аудиторії. Водночас у цій ситуації простежується конфлікт між професіоналізмом мас-медіа і необхідністю заробляти гроші й підвищувати свій рейтинг.

Спортивна журналістика у сучасному розумінні – це вид громадської діяльності з підготовки та періодичного поширення актуальної інформації про спортивні події в нашій країні і за кордоном. До спортивної журналістики відносяться статті і передачі про спортивні події, інтерв'ю з відомими спортсменами, репортажі з літніх і зимових Олімпіад, зі спортивних арен різних країн, із залів, де відбуваються спортивні змагання.

ЗМІ були і залишаються надійними речниками спорту, допомагають розкривати його соціальну значущість у житті суспільства, показувати високі фізичні можливості людей, впроваджувати досвід оздоровчої роботи в маси. Звичайно, важливу роль спортивна журналістика відіграє й у вихованні патріотизму, адже високі досягнення українських спортсменів викликають масовий ентузіазм, гордість за свою країну, віру в перемогу, прагнення бути схожим на спортивних героїв. До речі, нашу державу у багатьох країнах ідентифікують саме за значними спортивними досягненнями футболіста Андрія Шевченка і боксерів братів Кличків.

Пропаганда спорту у медіа – це дієвий засіб виховання молодого покоління, прищеплення здорового способу життя. Популярність спортивних видань криється, зокрема, й у тому, що ця тема об'єднує юних і зрілих, бізнесменів, політиків і пересічних громадян [3, с. 43]. Вона дає можливість зняти емоційну напругу, відпочити від повсякденних турбот. Отже, можна виділити такі основні функції спортивної журналістики [4, с. 47]:

- ескейпізм (втеча від зовнішнього світу);
- об'єднувач;
- виховна;
- емоційна;
- ідентифікаційна.

Напередодні проведення єврочемпіонату в Україні все більше уваги на шпальтах ЗМІ відводиться футболу, інфраструктурі спортивних об'єктів, прогнозам фахівців і коментаторів. Однак актуальними залишається чимало проблем, розв'язати які можна, лише подбавши про підготовку висококваліфікованих спортивних журналістів. Спортивна журналістика має підвищити якість та об'єктивність подачі інформації до чемпіонату Європи з футболу 2012 р., а головне – оперативно спрацювати під час Євро. Чимало фахівців та шанувальників спорту відзначають, що спортивна журналістика стала менш освіченою, а її матеріали втратили якість і навіть об'єктивність.

Значною мірою “з'їдає” класичну пресу інтернет, з яким можуть сперечатися хіба що аудіовізуальні медіа. Цей процес пояснюється, зокрема, тим, що за оперативністю інтернет значно випереджає своїх конкурентів. Не зважаючи на те, що всесвітня павутина часто продукує неякісні матеріали, користувач має змогу здійснювати зворотній зв'язок, висловлювати свої коментарі щодо події та форми подачі інформації про неї. Тож пресова спортивна журналістика, зважаючи на закони ринку, часто вдається до не зовсім коректних форм подачі матеріалів, потурає своїй аудиторії. Замість того, щоби виховувати свого читача, мас-медіа працюють на задоволення його примх.

“Українському медіапростору бракує як професійних спортивних коментаторів, так і якісної спортивної преси, – наголошує спортивний журналіст і коментатор Валентин Щербачов, – а українським коментаторам бракує спортивних знань, культури мовлення та яскравого особистісного начала... Поки що думають тільки про будівництво, а треба вже думати і про комунікації” [5, с. 11].

Отже, розвиток спортивної журналістики – нагальна потреба діяльності ЗМІ напередодні Євро-2012. Важливо забезпечити професійне зростання спортивних журналістів, які працюватимуть під час футбольного чемпіонату. За словами медіа-офіцера УЄФА Мамуки Кварацхелії, інтернет зробив спортивний світ англомовним, а тому журналісти,

які хочуть працювати під час Євро-2012, зобов'язані володіти іноземними мовами бодай на розмовному рівні. Це забезпечить успіх їхніх матеріалів, а також сприятиме оперативному та повноцінному висвітленню подій Євро-2012 [6, с. 2].

Розглядаючи жанрову палітру спортивних медіа, можемо констатувати, що домінує у них репортаж. Чимало наукових досліджень присвячено саме таким публікаціям. Спортивний репортаж науковці здебільшого розглядають як “оперативний інформаційний жанр, у якому яскраво розповідається про спортивну подію (ситуацію чи явище), очевидцем якої став журналіст-репортер” [7, с. 24]. Серед жанрових ознак виділяють динамічність, оперативність, документальність, об'єктивність, емоційність, яскравість. Можна додати, що при висвітленні спортивних подій репортер має не тільки стисло, динамічно вести оповідь, а й створити за допомогою деталей ефект присутності. Тому, крім новизни повідомлення, у репортажі, на нашу думку, мають бути відображені думки очевидців, коментарі фахівців, описи фрагментів напружених ситуацій, ліричні відступи, додаткова тематична інформація тощо.

Спортивний репортаж у пресі здебільшого відрізняється від радіо- й телерепортажу можливістю більшого заглиблення у подію (ситуацію, явище), аналітика – глибша, значно більше узагальнень, усторонньої оцінки, використання часово-просторових кордонів. Преса в плані оперативності не може конкурувати з радіо, телебаченням, які транслиують прямі репортажі, тому вагомим аргументом для читачів залишається можливість отримання додаткової достовірної інформації, елементів аналітики. Важливо пам'ятати, що журналістика – це не хроніка, не літопис, не просто фіксація подій. Спортивні репортажі не повинні бути лише відображенням голів, результатів, очок, секунд, що актуально для новин. Серйозний аналіз має залишати читачам простір для міркувань й уяви. Ю. Уракчеєва зазначає, що для цього в одному випадку репортерів досить дати хронологію події, в другому – залучити до опису події її очевидців, у третьому – представити читачам оперативний коментар і оцінку, у четвертому – передати власні почуття й емоції, у п'ятому – за допомогою прийому “зміни маски” розповісти про невидимі аспекти події тощо [8, с. 4]. Для налагодження тісного контакту з читачем журналіст має бути обізнаним із тематикою загалом, вільно оперувати спортивною термінологією, володіти словом, не вдаючись до жаргонізмів, просторічної лексики.

Спортивні видання, як і будь-який інший спеціалізований вид періодики, мають свої стилістичні особливості викладу інформації. Полягають вони, перш за все, у своєрідності лексики. Терміни англійського походження – невід'ємна складова професійного спортивного мовлення. Галузь фізичної культури та спорту є відкритою системою, яка швидко розвивається, збагачується новими поняттями, адаптуючи при цьому значну кількість іншомовних слів. Останніми роками з'явилося чимало нових видів рухової активності: фітнес, шейпінг, армреслінг, бодібілдинг, шорт-трек, боулінг тощо. Професійна лексика вкрай необхідна для лаконічного і точного вираження думки в спеціальних текстах (до яких відносяться і спортивні), призначених для підготовленого читача. Проте виникає проблема перенасичення рідної мови іншомовними словами. Для того, щоб зупинити приплив легіонерів, спортивні федерації ввели “ліміт на легіонерів”. “Ліміт” на використання запозичених слів у публікаціях, звичайно ж, не впровадиш. Однак спортивні журналісти мають пам'ятати, що готують свої матеріали не тільки для вузького кола спеціалістів, а й для вболівальників і намагатися знайти у рідній мові еквіваленти запозиченим словам.

Класичний спортивний репортаж у спеціалізованих вітчизняних виданнях усе частіше збагачується елементами аналітики. Спортивна пресова журналістика розповідає і про види спорту, і про те, що залишається за його лаштунками. Завдяки таким підходам до урізноманітнення тематики до видання залучається нецільова аудиторія.

Як приклад розглянемо матеріали тижневика “Країна” та “Газети по-українськи”. Ча-копис у кожному номері публікує матеріали під рубрикою “Спорт”. Оскільки це тижне-

вик, то репортажі з матчів для читачів уже не актуальні. Тому пропонуються здебільшого інтерв'ю, у яких відомі спортсмени, тренери аналізують ситуацію, яка склалася після події – футбольного матчу, поєдинку на рингу тощо. Видання не опускається до смакування скандальних подробиць інтимного плану, а аналізує факт разом із фахівцем. У № 3 за 2009 р. тренер Анатолій Богданов, який зумів вивести українську хокейну збірну на Олімпіаду, аналізує проблеми вітчизняного хокею, роботу тренерів і команди.

У № 16 за 2010 р. тренер команди-переможця після перемоги львівських “Карпат” над київським “Динамо” переосмислює гру, враховуючи помилки, пояснює, “чому ніколи не підходить до суддів після матчу”.

№ 13 за 2011 р. публікує роздуми Мішеля Платіні, президента УЄФА. Його турбує те, що “останнім часом для футболістів престижніше виграти клубну Лігу чемпіонів, ніж Кубок світу, який здавна вважався вершиною успіху”.

У № 22 за 2011 р. заслужений тренер України Олександр Іщенко оцінює потенціал гравців “молодіжки” напередодні старту фінальної частини молодіжного чемпіонату Європи з футболу.

У № 29 за 2011 р. головні етапи еволюції Володимира Кличка напередодні важливого поєдинку аналізують російський тренер Ігор Смольянов, його колега з Білорусі Сергій Питалев та естонський боксер Валерій Семишкур. Журналістські матеріали стримані, написані просто, доступно, автори не зловживають термінами, не акцентують увагу на емоціях, власних судженнях і оцінках.

Так, № 30 за 2011 р. пропонує читачам інтерв'ю з колишнім форвардом “Динамо” Віктором Хлусом, який обґрунтовує думку про те, що причина поразки команди криється у роботі наставників: “Сьомін – це не той тренер, який потрібен “Динамо”.

Особливо інтригуючий матеріал з рубрики “Спорт” у № 1 за 2009 р., коли журнал ще тільки визначався з цільовою аудиторією: “Віталій Кличко нокаутував брата у шостому раунді”. Ідею журналіст знайшов в одному з інтерв'ю, у якому Віталій сказав: “Немає нічого неможливого”. Журналіст пише у ліді: “Доки брати не вирішили провести офіційного поєдинку, ми пофантазуємо про його можливий сценарій”; включає в репортаж коментарі інших боксерів про можливості спортсменів.

“Газета по-українськи” у кожному номері відводить шпальту-дві для рубрики “Спорт”. Крім традиційних турнірних таблиць, нагадувань про найближчі матчі, чимало інформації не тільки для вболівальників. Наприклад, у № 115 за 2011 р. колонку присвячено роздумам, “як належить звертатися до спортивного судді” на футбольному полі – товариш, громадянин, пан... Як бачимо, порушуються морально-етичні проблеми, актуальні не тільки для спорту. Викладач спецкурсу “Спорт і ЗМІ” в Інституті журналістики Валерій Костінов вважає, що майстерність спортивного журналіста виявляється у методах постановки і роз'яснення теоретичних, політичних, господарських і культурних питань. Тобто важливо не просто розповісти про якесь явище, а зробити це зрозуміло й доступно для широкого кола читачів, не тільки тих, хто захоплюється спортом [10].

Наприкінці звернемо увагу на одну з головних особливостей праці спортивного журналіста – запрограмованість матеріалів. Спорт – це психологія, інтриги, тому спортрепортер має бути готовим оперативно передати напругу змагань, і підготуватися до цього у нього є можливість. Адже він заздалегідь знає, де, коли і яка відбудеться подія. Відставку високопосадовця можна тільки прогнозувати, як і погоду або падіння гривні на валютному ринку. Аварії й катастрофи взагалі не прогнозовані. Спортивний журналіст точно знає, про що йому потрібно буде написати через місяць чи півроку відповідно до графіків змагань. Отже, є час на ґрунтовну підготовку матеріалу, збір додаткової інформації.

Сьогодні актуальність спортивних матеріалів у ЗМІ важко переоцінити. У сучасному світі спорт, як вид відпочинку, як засіб виховання, як самостійний бізнес, викликає інтерес у більшості населення планети. Така популярність та соціально-психологічна роль спорту закономірно привертає увагу журналістів.

Спортивні мас-медіа – невід’ємна складова сучасного життя суспільства. Чемпіонати світу з футболу, фігурного катання, Олімпійські ігри, приватне життя спортсменів – це вже масова культура, події, які приваблюють не тільки спортивних фанатів. Тому спортивна журналістика створює особливу реальність, особливе соціальне і культурне середовище, здатне впливати на аудиторію і формувати суспільну думку.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Електронна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Воронков П. Спортивная пресса как тип. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zhurnal.lib.ru/w/woronkow\\_p/sport\\_press](http://zhurnal.lib.ru/w/woronkow_p/sport_press).
3. Гуськов С. Телевидение и спорт / С. Гуськов. – М. : Полиграф-сервис, 2000. – 334 с.
4. Спорт в зеркале журналистики / [составитель Г. Солганик] – М. : Мысль, 1989. – 220 с.
5. Остапа О. Валентин Щербачов: “Коли спортивні видання починають сваритися між собою, захищаючи інтереси власників, це не по-спортивному”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.telekritika.ua/lyudi/2009-10-22/48752](http://www.telekritika.ua/lyudi/2009-10-22/48752)
6. Офіційний сайт Національного олімпійського комітету України. – Режим доступу : <http://www.noc-ukr.org/>
7. Лаврик О. Жанрово-стильові особливості репортажу в українській спортивній пресі / О.Лаврик // Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна. – 2010. – Вип. 9. Ч. 1. – С. 201.
8. Уракчеева Ю. Жанр репортажа в российской и немецкой журналистике / Ю.Уракчеева. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/report-his3.shtml](http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/report-his3.shtml)
9. Офіційний сайт телеканалу “Мега”. – Режим доступу : <http://megatv.kiev.ua/>
10. Костінов В. Лекції/ В. Костінов. – К. : Інститут журналістики. 2009. – 11 с.

### ДЖЕРЕЛА

1. Танкевич В. Віталій Кличко нокаутував брата у шостому раунді // Країна. – № 1 (27).
2. Танкевич В. Передня рука б’є майже безупину // Країна. – № 29 (82).
3. Несенюк М. Як належить звертатися до спортивного судді // Газета по-українськи. – №115 (1268).
4. Шахрай Р. “З Барселоною зіграти просто ганебно” // Країна. – № 3 (25).
5. Шахрай Р. Молодіжка прагне виграти чемпіонат Європи // Країна. – № 22 (75).
6. Шахрай Р. Платіні може пожертвувати Лігою чемпіонів // Країна. – №13 (66).
7. Шахрай Р. “Сьомін не потрібен київському “Динамо” // Країна. – № 30 (83).
8. Шахрай Р. “Торік стажувався в “Барселоні”. Там першооснова – вміння захищатися”// Країна. – № 16 (19).

Вероніка Чекалюк

#### Спортивная тематика в медиа и её роль

##### в системе социальных коммуникаций (реалии СМИ перед Евро-2012)

Накануне Евро-2012 отечественные медиа все больше внимания уделяют спортивной тематике. Главные темы в прессе Украины – политика и спорт. В статье прослежена роль спортивных материалов СМИ в системе социальных коммуникаций.

**Ключевые слова:** пресса, спорт, социальные коммуникации, журналист, медиа.

V. Chekalyuk

#### Sports journalism in the media and its role in social communication

##### (mass-media realities before EURO 2012)

Before football championship 2012 Ukrainian media pay more attention to sport. Main topics in the press are politics and sport. We are following the role of sport in mass media for the system of social communication.

**Key words:** press, sport, functions, communication, content, reader setting.