

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій

Кафедра журналістики та філології

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Володимир САДІВНИЧИЙ

_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 061 Журналістика

освітньо-професійної програми Журналістика

на тему:

СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В ТЕЛЕЕФІРІ:

ДОБІРКА АВТОРСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ

Sports journalism on television: a collection of author's materials

Здобувачки групи ЖТд-91

Баран Дарина Олександрівна

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Дарина БАРАН

Керівник: доктор філологічних наук, професор Ірина ЖИЛЕНКО _____

Суми 2023

АНОТАЦІЯ

Баран Д.О. Спортивна журналістика в телеефірі: добірка авторських матеріалів: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра; спец.: 061 Журналістика / Д. О. Баран; наук. керівник І. Р. Жиленко. Суми : СумДУ, 2023. 29 с.

Художньо-публіцистичні жанри спортивної журналістики в телевізійному ефірі привертають увагу глядачів і створюють емоційний зв'язок з аудиторією. Вони дозволяють зробити спортивні події більш доступними та захоплюючими, притягнувши не тільки фанатів спорту, а й широку громадськість. Ці жанри дозволяють розширити можливості журналістів у виразному викладі спортивної інформації.

Загалом художньо-публіцистичні жанри спортивної журналістики в телеефірі є актуальними і цікавими засобами передачі спортивної інформації. Вони дозволяють створити емоційний зв'язок з аудиторією, підвищити інтерес до спорту та спортивних змагань, а також надати телевізійній журналістиці більш виразний характер. Завдяки цим жанрам спортивна журналістика стає більш доступною для широкої аудиторії.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, а також додатків. Обсяг роботи становить 29 сторінок.

Ключові слова: художньо-публіцистичні жанри, спортивна журналістика, телевізійний ефір, актуальність, глядачі, емоційний зв'язок, інтерес.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В СИСТЕМІ ЗМІ	
1.1. Основні художньо-публіцистичні жанри у практиці сучасного журналіста...6	
1.2. Особливості застосування художньо-публіцистичних жанрів у спортивній журналістиці	10
2. Специфікація виконаної роботи.....	13
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	15
РОЗДІЛ II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	
Жанрові особливості програми «Спорт Прилуччини».....	18
Порівняльний аспект жанрів у спортивній журналістиці.....	21
ВИСНОВКИ.....	27
ДОДАТКИ.....	28

ВСТУП

Спортивна журналістика сьогодні чітко вписалася в систему сучасної медіакомунікації. Вона являє собою розділ журналістики, який, з одного боку, відображає спортивні події, аналізує спортивні події і розвиток спорту в цілому. З іншого боку – теоретико-методологічний аналіз стану суспільних процесів, що стосуються будь-яким чином фізичної культури і спорту та розглядається у взаємозв'язку фізичної культури і спорту. Спортивна журналістика спільно з іншими напрямками журналістики, входячи в систему сучасних медіакомунікацій, використовує сучасні гіпертекстові, мультимедійні та інтерактивні технології. Оскільки спорт став явищем планетарного масштабу, спортивна журналістика зайняла гідне місце серед інших галузей журналістики. З розвитком спорту пов'язані багато медіапроцесів, що дозволяють визначити спорт як медіакомунікаційний феномен, а спортивну журналістику – як один з найважливіших засобів впливу на цільову аудиторію, це зумовлює *актуальність* нашої роботи.

Основним завданням спортивної журналістики є виявлення думок до тієї чи іншої спортивної події. Розробка власної добірки матеріалів корисна тим, що у нашому регіоні мінімальна кількість спортивних проєктів, а ми плануємо створити свою спортивну передачу, аби розробити конкуренцію не лише в місті Прилуки, але й в регіоні. Особливістю нашого видання є унікальний сценарій, стиль, аполітичність.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у створенні добірки власних матеріалів на темуспорту на місцевому рівні, висвітленні події на спортивну тематику в Прилуках.

Для досягнення цієї мети було поставлено наступні *завдання*:

- проаналізувати основні художньо-публіцистичні жанри в практиці сучасного журналіста;
- обґрунтувати особливості спортивної журналістики;

- ознайомитися з діяльністю місцевих спортсменів для об'єктивного висвітлення їхньої роботи;
- написати власні матеріали.

Методологічну основу дослідження представляють собою праці таких учених: Войтик Е. А., Гаврилюк О.О., Галкін В.В., Гусєв А.В., Гуськов С.І., Житарюк М. Г., Зінюк А. В., Квіт С. М., Почепцов Г. Г., Сидорская І. В., Снятков К. В., Шарков Ф. І.

Використано наступні загальнонаукові методи: спостереження, порівняння, експеримент, узагальнення, формалізація, аналіз, синтез, індукція, дедукція, а також історичний і системний підходи.

Практичне значення роботи. Створену телепрограму можна використовувати під час вивчення дисципліни «Основи журналістики».

Структура роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, списку літератури, висновків і додатків. Загальний обсяг – 29 сторінок.

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

РОЗДІЛ 1. СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В СИСТЕМІ ЗМІ

1.1 Основні художньо-публіцистичні жанри в практиці сучасного журналіста

Журналістика як специфічна творча діяльність відрізняється від традиційних мистецтв, бо в основі сукупностей її прийомів впливу на аудиторію лежить інформація та відношення до інформації. Прийнято всі нині існуючі і перш за все використовувані жанри ділити на три основні групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні.

Розглянемо групи інформаційних жанрів. Традиційно до них прийнято відносити: замітку (сюжет); виступ; звіт; інтерв'ю; репортаж. Частина цих понять можна віднести і до аналітичної групи жанрів. Визначити приналежність журналістського матеріалу можна, застосувавши просту методику, а саме: перевірити - чи відповідає матеріал на три головних питання: «Що? Де? Коли?». Якщо основний зміст замітки, сюжету або репортажу задовольняє відповідей на ці питання, то журналістський матеріал можна сміливо ідентифікувати як інформаційний.

Особливий різновид інформації в електронних ЗМІ (телебачення, радіо, мережеві інформаційні ресурси) - відеоінформація. На відміну від інформаційних жанрів «представники» аналітичного сегмента журналістики покликані відповідати на такі питання, пов'язані з інформацією: «як?», «чому?», «навіщо?», «які наслідки?». Тобто журналіст, якщо він звертається до групи аналітичних жанрів і має намір використовувати їх комунікативні переваги і виразні засоби, повинен вибудувати причинно-наслідковий зв'язок, характеризує конкретну подію, факт, явище, вчинки конкретної особистості, рішення. Його мета - прокреслити хід міркувань для майбутньої аудиторії, якій належить ознайомитися з його матеріалом: сьогоднішнє - минуле - теперішнє - майбутнє. Можна сказати, що саме група аналітичних жанрів підкреслює просторово-часовий характер журналістської творчості в соціумі. Точно так же, як саме в аналітиці

розкривається психологічна складова журналістики, яка має справу з конкретними людьми в конкретних обставинах.

До групи аналітичних жанрів можуть бути віднесені наступні види роботи з інформацією: коментар; інтерв'ю; дискусія; прес-конференція; огляд; бесіда; стаття.

Оскільки, нас цікавлять саме художньо-публіцистична група жанрів, то розглянемо їх детальніше.

Дослідники виділяють наступні види публіцистики: нарис; замальовка; есе; фейлетон; памфлет. Останні два визначення відносяться сучасними науковцями до підгрупи сатиричних жанрів. Отже, дамо визначення.

Нарис - це завершена розповідь журналіста про історію якої-небудь людини, явища, події, місця, вироблені у вигляді одиниці (або серії одиниць) медійного контенту [29, с. 58]. Як правило, в нарисі сильно акцентується увага різними виразними засобами позиція автора, його особисте ставлення до героя нарису або до того об'єкту, який стає центром тяжіння уваги журналіста.

У сучасній журналістиці існує чимало видів даного різновиду художньої публіцистики. Зауважимо найбільш популярні підвиди нарисів: біографічні (портретні), проблемні, історичні, спортивні, військові, дорожні, судові, політичні [29, с. 60].

Вкрай важливим є для нарису і такий метод журналістської творчості, як безпосереднє авторське спостереження за конкретною особою або за подією, явищем.

Замальовка - спостереження, коротка завершена розповідь про яке-небудь явище в навколишньому світі журналіста [29, с. 69]. Для замальовки характерна відсутність чіткого акцентування з боку автора будь-якої емоційної або інтелектуальної оцінки того, про що він розповідає. Однак і холодна відстороненість теж сприятиме успішному впливу подібної замальовки на передбачувану аудиторію такого матеріалу. Найчастіше в замальовках доречна легка іронія, доброзичливість автора-журналіста.

Есе - публічні роздуми журналіста на тему (проблему), вироблені шляхом створення відповідної одиниці медійного контенту при підкреслено-домінуючій присутності автора і його позиції [29, с. 85]. Як правило, у практиці сучасних ЗМІ створювати матеріал в жанрі есе довіряють найбільш маститим і авторитетним авторам, чия творчість і чиї імена на слуху і на виду у аудиторії.

Фейлетон - гумористичні роздуми журналіста в якості автора на певну тему або про явище, структуровані шляхом створення відповідного медійного продукту [34, с. 102-104]. У сучасній журналістській практиці інформаційний простір використання даного жанру обмежено. Рідко можна почути фейлетон в радіоефірі або познайомитися з текстом фейлетону на інтернет-порталі.

Памфлет - гротескно-сатиричні роздуми журналіста в якості учасника на певну тему або про явище, структуровані шляхом створення відповідної одиниці медійного контенту [34, с. 110]. Зауважимо, що для даного жанру характерна ще більша міра умовності і гротескного зміщення в прийомах опису авторських відступів і роздумів. Однак ситуація з використанням даного жанру в реальній практиці вітчизняних медіа ще більш непроста, ніж з родинним жанром - фейлетоном, так як памфлетна форма тексту завжди спирається більш на вербальну складову, ніж на інші канали комунікативного впливу на аудиторію.

У інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних жанрах інформація має ключове, структурно-сміслові значення, виокремлюють і варіанти творчих рішень, і подальшу реакцію на них слухачів, читачів, глядачів.

У сучасних реаліях інформаційної діяльності в ЗМІ слід більш точно відокремлювати формати від жанрів. Тому нам здається надзвичайно важливим нагадати хоча б про основні формати, якими сьогодні оперують журналісти на практиці.

В електронних ЗМІ варто відзначити використання таких видів мовлення, як прямий ефір або програма в записі. Вони характеризуються насамперед технічними і технологічними аспектами трансляції медійного контенту [32]. У першому випадку можливе більш варіативне використання різних журналістських прийомів з точки зору залучення аудиторії безпосередньо в хід самого

журналістського твору. Саме при даному варіанті організації комунікації можуть виникати різні інтерактивні проекти в практиці електронних ЗМІ.

До форматів електронного мовлення дослідники відносять також і трансляції різного виду спортивних змагань в телеєфірі. У сучасній практиці електронного мовлення цей формат висвітлення спортивної тематики найбільш популярний. В ефірі телеканалу «Футбол 1» він займає лівову частку відведеного часу. Що ж стосується безпосередньо формату спортивних телетрансляцій, то про нього можна говорити як про поєднання, комбінації елементів різних і усталених жанрів журналістики - репортажу, коментаря, дискусії, інтерв'ю, відеоряду.

Науковці, також зазначають надзвичайно популярний такий формат, як складання різних рейтингів і списків популярності, а також тематичних добірок (наприклад, 25 найкращих гравців чергового туру чемпіонату України з футболу; символічна збірна чергового раунду плей-офф хокейного кубка). Подібний формат якраз і свідчить, що жанр інформаційної довідки зливається популярно. формою подачі відомостей.

Є й інші підходи до поділу спортивних матеріалів, наприклад прийняті в західній спортивній журналістиці. Так, Б. Розенталь виділяє три основних типи матеріалів, присвячених різним спортивним змаганням: попередні, резюме і пост-аналіз. Дане розділення виглядає цілком логічним з огляду потреб аудиторії в різній інформації перед змаганням, під час і після них.

Перший тип - попередні, що передують змаганням, в матеріалі журналіст може проаналізувати статистичні дані майбутніх суперників, оцінити їхні шанси на перемогу (самостійно або за допомогою експертів), запропонувати глядачам коментарі спортсменів чи інших представників команди, повідомити необхідну або просто цікаву інформацію про місце проведення змагань, про погоду, про глядацький ажіотаж, про заходи безпеки на спортивній арені [23].

Другий тип включає в себе резюме самої гри, виконане в тому чи іншому вигляді. Тут увага журналіста звернено на ключові епізоди змагань, на передачу перебігу подій, супроводжуючі їх емоції, перипетії боротьби. Це надзвичайно важливо, оскільки час здачі матеріалу обмежена.

Нарешті, третій тип – пост-аналіз змагання, розрахований на аудиторію, якій важливі всі деталі, яка дивиться матеріали від початку і до кінця, якими б об'ємними вони не були [25]. Журналіст при підготовці даного типу матеріалу вказує на помилки, здійснені спортсменами або командами під час змагання, проводить порівняння і аналіз техніки і тактики спортсменів, виявляє причинно-наслідкові зв'язки, що призвели до перемоги або до поразки.

Отже, ми визначили, що до художньо-публіцистичного жанру відносять: нарис; замальовка; есе; фейлетон; памфлет. Варто зазначити, що найпопулярнішими форматами мовлення для спортивної журналістики є пряма трансляція та запис програми. Але не варто забувати й про складання рейтингів. Стосовно останнього формату можна навіть говорити про рекламний підтекст подібних облікових форматувань конкретних відомостей у цілком визначеній сфері діяльності.

1.2. Особливості застосування художньо-публіцистичних жанрів у спортивній журналістиці

Спортивній журналістиці доступні практично всі сучасні жанри. Традиційно, жанрова палітра в спортивній пресі і особливо в газетній періодиці переважно орієнтована на інформаційні жанри, де важливі оперативність, точність, компактність, хоча, безумовно, і не обмежується ними. замітка, кореспонденція, репортаж, інформаційне інтерв'ю.

Художньо-публіцистичні жанри також включають факти, містять аналіз, але вже на іншому рівні, вирішують дещо інші завдання, головна з яких - демонстрація фактів і явищ за допомогою художніх засобів і творчих методів публіцистики. Не просто повідомлення про подію, і навіть не оцінка цієї події, а розкриття загального характеру яке сталося в ламанні сприйняття автора - ось що виходить на перший план [27].

На телебаченні, художньо-публіцистичні жанри, такі як телевізійний нарис або замальовка, у практиці сучасної спортивної журналістики зустрічаються не

часто. Біографічні нариси, присвячені видатним радянським і українським спортсменам, досить часто з'являються в ефірі телеканалу «Спорт».

Портретний нарис має складну і багатогранну природу. З одного боку, такий нарис будується за законами художньої літератури, а з іншого - за законами публіцистики [32].

Суть публікації даного типу полягає в тому, щоб дати аудиторії певне уявлення про «героя спорту», так як справжній портретний нарис виникає в результаті художнього аналізу особистості героя, що спирається на дослідження різних її сторін (моральної, інтелектуальної, творчої та ін), тобто в результаті виявлення характеру героя.

Існує ще один жанр, але вже чисто телевізійний, який відображає публіцистичну сутність спортивної інформації. Це документальний телефільм.

Цей жанр дозволяє глибоко проаналізувати проблеми спортивного життя, найбільш повно розкрити характер героя документального фільму [36, с. 84]. Головна мета тут - розповісти про важливі події зі світу спорту, про легенд спортивної епохи.

Що ж стосується замальовок, то вони сьогодні не мають важливого значення в структурі сучасного спортивного радіо- і телемовлення, хоча періодично якісь відеозамальовки виникають як елементи інших, більших форматів і жанрів спортивної журналістики в електронних ЗМІ.

У сучасній практиці спортивної журналістики жанр есе, в основному, використовується в друкованих ЗМІ. Однак час від часу цей жанр використовується і в електронних ЗМІ.

Як правило, біографічне есе виникає в радіо- або телеефірі в разі смерті відомого спортсмена або тренера. Подібні ефірні некрологи зазвичай супроводжуються в телеефірі монтажем спеціально підібраних кадрів, аранжованих музикою відповідного характеру в поєднанні з закадровим текстом, що розкриває образ минулої особистості.

Мові спортивної журналістики властиві метафоричність і експресивність. Фахівці відзначають: «Сила впливу публіцистичного слова прямо залежить від його виразності, або, як кажуть стилісти, експресії» [38, с. 96].

Епітети, метафори, уособлення, перифрази – всі ці прийоми можна зустріти в матеріалах спортивних журналістів. Тому, коли робиться наголос на художність і виразність мови, часто зустрічаються багатоскладові, громіздкі синтаксичні конструкції. А десь навпаки – переважають синтаксично короткі фрази: номінативні речення і слова-пропозиції, які надають відчуття швидкоплинності і динамічності сталості, передають емоції на асоціативному рівні сприйняття.

Поліфонічність взагалі є невід'ємною рисою мови спортивної публіцистики. Журналісти прагнуть надати викладу спортивних подій експресивність, достовірність і виразність різними способами. Один з них – рясне використання спеціальної лексики, що можна вважати нормою, оскільки зазвичай всі тексти в спортивній журналістиці призначені підготовленому читачеві, який орієнтується як в спортивній термінології, так і в специфіці різних видів спорту [38, с. 101-112].

Спортивний уболівальник, як правило, знайомий і з офіційними термінами спорту, і неофіційним, і з професіоналізмом, і з номенклатурним найменуванням, і з аббревіатурами.

Мало того, на каналах спортивної тематики часто зустрічаються терміни, залучені з інших областей і також використовуються для підвищення виразності. Особливо активно залучається військова термінологія, що не дивно, враховуючи, що військово-армійська соціальна підсистема за значимістю та вагомістю успіху, досягнення, перемоги стоїть найбільш близько до спорту. Військова лексика використовується настільки часто, що її вживання фактично перейшло з розряду виражальних засобів у число звичайних стандартних прийомів спортивної журналістики.

Іншим важливим джерелом виразності в спортивних матеріалах, поряд із спеціальною лексикою і фразеологією, часто стає розмовна, розкута мова [38, с. 150-155]. Вона свідомо вводиться журналістами для точності, влучності виразів, емоційної виразності, адже спорт сповнений моментів переживань болю і радості,

які часом важко передати.. При цьому важливо знати почуття міри, чітко уявляти доречність тих чи інших виразів в певному контексті.

Отже, у використанні художньо-публіцистичного жанру в спортивній журналістиці важливо використовувати метафоричність і експресивність. Оскільки, сила впливу публіцистичного слова прямо залежить від його виразності та експресії. Найбільш популярним засобом художньо-публіцистичної журналістики в спорті є нарис та замальовка.

2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ВИКОНАНОЇ РОБОТИ

Авторська ідея

Основною ідеєю цієї роботи є розкриття важливості та впливу спортивної журналістики як інформаційного продукту на аудиторію, а також вивчення методів та стратегій вибору та підготовки авторських матеріалів для телевізійного відтворення.

Основним інформаційним приводом є необхідність задоволення потреб глядачів у якісних та цікавих спортивних матеріалах. Аудиторія споживачів спортивної журналістики має підвищену зацікавленість у глибшому розумінні світу спорту, ексклюзивних інтерв'ю з відомими спортсменами та змістовних репортажах.

Характеристика:

1. Добір матеріалів: Вивчення та аналіз різних джерел спортивних новин, історій та інтерв'ю для вибору найцікавіших авторських матеріалів для телевізійного ефіру.

2. Підготовка контенту: Розробка сценаріїв, складання сюжетів та структурування матеріалів для підвищення їх зрозумілості, цікавості та інформативності.

3. Візуальна презентація: Використання візуальних засобів (відео, фотографії, графіка) для зміцнення ефективності та привабливості авторських матеріалів.

4. Редагування та монтаж: Оптимізація матеріалів для телевізійного формату, включаючи виправлення помилок, підтримку континуїтету та створення зручного темпу перегляду.

Завдання:

1. Вивчити особливості спортивної журналістики та її роль в телевізійному ефірі.

2. Дослідити методи та стратегії добору авторських матеріалів для телевізійного формату.

3. Проаналізувати найкращі практики та прийоми, що використовуються в спортивній журналістиці для привертання уваги аудиторії.

4. Дослідити вплив спортивної журналістики на сприйняття та інтерес глядачів до спорту.

Прогнозовані результати втілення

Впровадження "Спортивної журналістики в телеефірі: добірка авторських матеріалів" забезпечить високу глядацьку активність, зростання рейтингів та підвищення репутації. Привабливий контент та поглиблений аналіз спортивних подій допоможуть залучити нових глядачів та побудувати вірну аудиторію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдулкарімов С. А. Спорт та культурна ідентичність у суспільстві: історія та сучасність. Етнографічний огляд. 2004. № 5. 7-94 с.
2. Анікеев Д. М. Формування сучасних концепцій фізичного виховання у країнах Західної Європи у другій половині ХХ – початку ХХІ століття. URL: <http://lib.sportedu.ru/Press/FVS/2012N4/p9-12.htm> (дата звернення: 30.04.2021).
3. Антонєць В. Н., Гармаш О. І., Винник М. М. Роль спортивних зрелищ у заохочення студентів до зайняття фізичною культурою та спортом. Вісник Черкаського університету. Серія Педагогічні науки. 2008. № 121. 7-10 с.
4. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні. Донецьк, Лебідь, 2009. 416 с.
5. Білогур В. Є. Соціально-філософський аналіз спорту як головної субстанції самореалізації особистості: теоретико-методологічні виміри. Гілея: науковий вісник. 2013. № 72. 449-455 с.
6. Блейн Н. Спорт як життя: ЗМІ, спорт та культура / за ред. А. Бріггза, П. Коблі; пров. з англ. Ю. В. Нікулічева. 2-ге вид.: ЮНІТІ-ДАНА, 2005. 475 с.
7. Бродська Н. П. Спорт великих досягнень як простір на формування національного іміджу країни.: АСТ, 2006. с. 53-61 с.
8. Болховер Д., Бреді К. Футбол як модель бізнесу. Уроки бізнесу "зсередини": пров. з англ. В. О. Шагояна. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес-Букс, 2005. 336 с.
9. Войтик Є. Спортивна інформація як поняття та її роль у мас-медіа. Вісник Челябінського державного університету. 2011. № 20. 59-62 с.
10. Войтик Є. А. Спортивна медіакомунікація: проблематика структуризації. Журналістський щорічник. 2012. № 1. 109-112 с.
11. Гаврилюк О. О. Інтернет-скрипт як новий різновид спортивного репортажу. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження та перспективи. Київ: Логос, 2010. 62-69 с.
12. Галкін В. В. Економіка спорту та спортивний бізнес.: КНОРУС, 2006. 320 с.

13. Гусєв А. В. Спортивний контент на українському телебаченні. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 1. 64-67 с.
14. Гусєв А. В. Вплив нових інформаційних технологій на комерціалізацію спорту. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 4. 18-21 с.
15. Гусєв А. В. Зв'язки з громадськістю у сфері спорту. Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво. 2014. 183-187 с.
16. Гуськов С. І., Гуськов С. С. Телебачення та спорт.: Поліграф сервіс, 2000. 334 с.
17. Житарюк М. Г. Великий спорт та мас-медіа. Текст лекцій: навч.-метод. посіб. Львів: Світ, 1997. 84 с.
18. Зверєва В. Телевізійний спорт. Логос. 2006. 63-75 с.
19. Зінюк О. В. Взаємодія засобів масової інформації та сучасного спорту. Інноваційний розвиток суспільства за умов крос-культурних взаємодій: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів, науковців Суми, Мрія ТОВ, 2011. Т. II. 257-259 с.
20. Зінюк О. В. Особливості становлення спортивних ЗМІ. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління. Серія: Соціологія: Донецьк, ДонДУУ, 2011. Т. XII. Вип. 221. С. 370-374.
21. Зінюк О. В. Соціальний контекст розвитку сучасного спорту. Наукові праці: наук.-метод. журнал. Миколаїв, Вид-во ЧДУ імені П. Могили, 2012. Вип. 165. Т. 177. Соціологія. 83-85 с.
22. Зінюк О. В. Спортивна комунікація у системі ЗМІ. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління. Серія: Соціологія: зб. наук. пр. Донецьк, ДонДУУ, 2010. Т. XI. Вип. 178. 367-373 с.
23. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Видавничий дім "Київо-Могилянська академія", 2008. 206 с.
24. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні відносини. Київ: Критика, 2010. 656 с.

25. Курчаба Т., Ярошик М. Особливості спортивних комунікацій на українському телебаченні (соціологічний аналіз). Молода спортивна наука України. 2003. 27–29 с.
26. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Рефл-бук; Київ, Ваклер, 2001. 656 с.
27. Садовник О. Створення іміджу українського спорту засобами масової комунікації. Молода спортивна наука України: зб. наук. пр. Львів, ЛДІФК, 2003. С. 24–26.
28. Сидорська І. В. Ефективна комунікація зі ЗМІ: принципи у технології: посіб. для студентів вищих. навч. закладів., Издво Гревцова, 2010. 144 с.
29. Снятиков К. В. Комунікативно-прагматичні характеристики телевізійного спортивного дискурсу. Вологда, 2008. 245 с

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

Жанрові особливості програми «Спорт Прилуччини»

Спортивна журналістика досконало не вивчена як наука. Художньо-публіцистичні жанри чітко розділяють види журналістської діяльності, але в більшості випадків сучасні ЗМІ поєднують різні жанри для їх різноманітності. Тому кожна спортивна програма є унікальною та індивідуальною.

Аби заглибитись у спортивну журналістику краще, ми розробили проєкт з 2 відеопрограм у формі подкасту з елементами нарису та фейлетону. Тобто розповідь журналіста про історію людини, явища, події з елементами комічного.

Створення проєкту, який би показав сучасний стан спорту в окремому регіоні мало на меті популяризувати спорт за допомогою не лише відомих спортсменів, а й простих людей, які пов'язали своє життя зі спортом. Такий формат допоможе наблизити аудиторію до рішення займатися спортом регулярно, бо продемонструє структурований підхід до збереження власного здоров'я: заняття для власного задоволення, які не вимагатимуть суттєвих витрат часу та енергії.

Адже основна перешкода до систематичних тренувань якраз і є переконання, що якісні спортивні тренування вимагають величезних витрат часу, зусиль, енергії, а люди, які займаються спортом, більше ні на що інше часу не мають.

Думка, що людина, яка виграла змагання, — цілком живе тренуваннями, підготовкою та дотриманням режиму. Такий перелік обов'язків більшість людей не влаштовує, тому вони кидають спорт взагалі. Спорт вчить ставити цілі, досягати їх, планувати свій день. Якщо людина в дитинстві не набула цих навичок, то в дорослому житті їй буде важко прищепити відчуття відповідальності, навчити завершувати справи, а не кидати їх на півдорозі.

Проте якщо в програмі є персонаж, якого кожен глядач зможе асоціювати із собою, при цьому наслідувати приклад «заняття спортом», то врешті-решт така програма буде корисною та пізнавальною, а в ідеалі – стимулюючою.

Тому для створення програми «Спорт Прилуччини» були обрані герої, які відповідали цим вимогам, серед них Максим Паніматченко – фітнес тренер, КМС з боксу, Антон Михайленко – фітнес тренер, Артем Котеленець – фітнес тренер. Отже, ці люди повинні шляхом розповіді про свої досягнення в спорті та своє ставлення до тренувань популяризувати цей вид занять.

Після розробки основної концепції проекту, потрібно визначити цільову аудиторію для розуміння потенційних глядачів. Це підлітки від 16 років. Такий вибір обґрунтований тим, що цей проект розповідає про чоловічу силу, дух, стійкість. Програма насичена відео зі спортивних, тренажерних залів, спортивних майданчиків, тому для людей цієї вікової категорії це є актуальним.

Створення програми мало на меті вивчення теорії, спостереження за героєм та аналіз досягнень, які відбувалися під час зйомки.

Зйомки тривали з березня по травень 2021 року. Проект було затверджено директором комунального підприємства телекомпанії «Прилуки» Прилуцької міської ради. Його можна буде побачити в ефірі вже з липня. Поки відзнято тільки два випуски, але планується ще 4. Робота над одним випуском триває мінімум 10 годин.

Одним з найскладніших моментів розробки програми є пошук головного героя, адже не всі люблять говорити на камеру. Неабияку роль відіграли особисті знайомства із спортивним колективом Прилук. Спочатку обговорювали структуру розповіді з героєм, а потім починали зйомку. Перед зйомкою було проведено «Відео-скаутинг» – підбір локації, під час якого підбирали найбільш вдале місце зйомки. Для урізноманітнення відеоряду зйомки проводилися в різних місцях та в різний час доби. Напрацювання матеріалу тривало 5 годин. Відбувалося вивчення героя, його історії, перемог, поразок, узгоджувались ці питання перед зйомками. Головною цінністю є те, що герой був сам зацікавлений в популяризації власної історії та свого виду занять.

Головною ідеєю та метою було акцентувати увагу на людських якостях більше, ніж на професійних. З цією ж метою у відеоряд під час монтажу ми вставляли невдалі кадри та смішні моменти зйомок. Такий прийом допомагає

наблизитись глядачеві до героя програми в емоційному сенсі, продемонструвати, що персонаж не є ідеальним і також робить помилки, але головне – ставитися до цього з гумором.

Монтаж було здійснено в програмі Adobe Premier Pro CC 2015. Зйомки проводились за допомогою двох камер, одна з яких була направлена на героя, інша на журналіста. Також для ефекту екшену використовувався стабілізатор Dji Osmo Pocket 2.

«Спорт Прилуччини» – це художньо-публіцистичне інтерв'ю з елементами аналітики, найбільш розповсюджена форма екранного діалога. У будь-якому разі, в інформаційних випусках абсолютна більшість зустрічей журналістів з їхніми співрозмовниками відбувається з метою отримання конкретних відомостей від людини, що володіє необхідною інформацією. Найчастіше такі інтерв'ю виконують два взаємопов'язані завдання: отримання суспільно значимої інформації плюс виявлення деяких особливостей особи носія цієї інформації.

На відміну від інтерв'ю-анкети, де всім ставлять однакові запитання, в хорошому інформаційному інтерв'ю кожне запитання індивідуально розраховане саме на ту людину, з якою у конкретному випадку розмовляє журналіст. Інколи наївні запитання типу: «розкажіть, будь ласка, щось про...» – свідомо неготовності журналіста.

Треба пам'ятати, що інформаційне інтерв'ю для журналіста не обов'язково має на меті отримання абсолютно нових для нього відомостей. Професіонал, як правило, знає, що отримає у відповідь, і чітко, продумано веде розмову. Це аж ніяк не означає, що співрозмовники до зйомки обговорили всі запитання, які буде поставлено. Екранні запитання ніколи, ні за яких обставин, під час підготовки інформаційних інтерв'ю, не повідомляються.

Принаймні у таких формулюваннях, у яких вони звучать у кадрі. Інакше буде втрачений елемент імпровізаційності, феномен народжуваного на очах глядачів слова, без чого телеінтерв'ю втрачає аромат нового, безпосередності, вкрай необхідних для повноцінного глядацького сприйняття.

Керуючись завданнями роботи, ми визначили, що у подієвих спортивних репортажах предметом опису найчастіше є футбольні матчі, які знайшли своє наочне відображення в тексті як результат безпосередніх авторських спостережень за подією; проблемний спортивний репортаж орієнтований не тільки на опис одномоментної події, але й на з'ясування причин її виникнення й розвитку; спортивний репортаж-коментар орієнтований не на докладне висвітлення події, а на її детальний коментар.

Порівняльний аспект жанрів в спортивній журналістиці

Для кращого розуміння унікальності нашої програми було проведено порівняльну характеристику з подібними передачами. Загалом на українському телебаченні існує близько 300 телеканалів, які транслюються для українського глядача. Серед них 25% – спортивні телеканали: Спорт 24, Футбол 1, Viasat sport тощо. Проте регіональні канали, які б висвітлювали спортивну тематику, небагато. Ці телеканали характеризуються здебільшого репортажами, які здійснюють інформаційну функцію, тобто висвітлювати подію. Аналізу та повчального характеру вони не мають.

Отже, потрібно звернути увагу на інші майданчики, оптимальним є YouTube. На цьому холдингу кожна людина обирає, що саме вона хоче переглядати, без очікування реклами тощо. Спортивної тематики на цьому майданчику багато, потрібно вибирати лише спосіб подачі матеріалу. Представниками YouTube є блогери.

Найпопулярніші спортивні блогери – це Ігор Войтенко, Олексій Мокшин, Денис Семеніхин, Станіслав Линдовер та інші. Ці блогери пропагандують фітнес-індустрію. Щодо інших представників, які популяризують футбол, волейбол, шахи, лижний спорт, то це блогери, які цікаві певній аудиторії.

Якщо порівнювати їхній контент із програмою «Спорт Прилуччини», то виділимо спільні риси:

- популяризація спорту;

- форма подачі діалог;
- мотиваційна складова;
- повчальний характер.

Проте за стилем подачі матеріалу кожен індивідуальний. Але найбільш схожий контент публікує канал Олексія Мокшина «Sportfasa перезагрузка». Олексій запрошує до студії, на подкаст, й говорить з популярними фітнес-блогерами про спорт. Якщо програма «Спорт Прилуччини» буде розміщена на YouTube, то конкуренція буде із Олексієм Мокшиним та Владом Дьоминим.

У загальній теорії журналістики проблема поділу публіцистичних повідомлень на жанри розглядається таким чином:

- своїрідністю предмета (об'єкта) пізнання, відображення;
- за пізнавально-виховними завданнями;
- за широтою висвітлення діяльності, тобто за масштабами висновків та узагальнень;
- за своїми виражально-зображальними засобами.

Зрозуміло, визначення жанру телевізійного твору відбувається не за однією якоюсь ознакою, але у всій їхній сукупності. Інакше кажучи, жанрова приналежність залежить від усіх чотирьох ознак. До того ж слід пам'ятати, що для жанрів публіцистики (інформаційних, аналітичних та художніх) безперечна і неодмінна умова існування завжди, у всіх без винятку випадках – документальність, непридуманість, фактичність матеріалу.

Завдання будь-якого репортера полягає насамперед у тому, щоб дати аудиторії можливість побачити подію очима очевидця (репортера), тобто створити «ефект присутності» не тільки наочно описати якусь подію, але й викликати співпереживання, розповісти про предметні ситуації, події. Журналіст намагається динамічно, яскраво, емоційно, з документальною точністю відтворити картини дійсності на всіх етапах її розвитку – від початку до завершення. Присутність автора на місці перебігу події зумовлює наочність відображення інформації і тому читач має нібито на власні очі побачити все те, що відбувається.

Наприклад, розглянемо репортаж Сергія Пилькевича «Из Сочи с любовью!».

Жанрова форма – подієвий спортивний репортаж, предметом опису якого є спринтерська гонка з біатлону на Олімпійських іграх у Сочі.

Жанрові особливості:

1. Мета програми – оперативно, динамічно та достовірно розповісти про жіночу спринтерську гонку на Олімпійських іграх у Сочі.

2. Об'єкт – реальна подія, динамічний, відносно закінчений відрізок життя.

3. Створення динаміки події у спортивній програмі досягається введенням у структуру тексту інтерв'ю з головним героєм, біатлоністкою Вітою Семеренко, яка розповіла про перші враження після гонки: «Це була моя мрія – покласти у скриньку олімпійську медаль. Буду святкувати скромно, оскільки у вівторок нас чекає не менш важка гонка переслідування, хочеться правильно розрахувати сили на всю Олімпіаду.

4. Головна деталь: «летела по дистанції», яка підкреслює та змальовує суть описуваної події. Також важливу роль у репортажі відіграли подробиці: «У спринті Віта стартувала останньої з українок; на стрільбу у виконанні Віти всі дивилися з завмиранням серця, але українка впоралася з нервами; фатальний постріл, що просвистив повз цілі», які змалювали зовнішню обстановку події та створили «ефект присутності»

5. Час в аналізованому проєкті програми переривчастий, використано пряму хронологію – від початку опису спортивних змагань до кінця: «Стартувала останньою, після основної групи фаворитів; на першу стрільбу Віта прийшла з п'ятим результатом; до фінішу Віта була попереду, але останні метри дистанції далися росіянці легше; цього разу в особисту скарбничку Віти відправилася бронза»

6. Якщо порівняти «Спорт Прилуччини» та «Из Сочи с любовью!», то виділимо такі особливості: ефект присутності журналіста та об'єкта зйомки, що впливає на безпосередній контакт, створення динаміки відбувається завдяки фото та відеофіксації події, яка відбулася в минулому, тобто фрагменти зі змагань,

тренувань. Відмінностями програм є те, що журналіст Сергій Палькевич працював безпосередньо на місці події, при цьому орієнтувався на перші емоції спортсменів; у моєму випадку проходив аналіз досягнень за весь період життя об'єкта дослідження.

У сучасній практиці спортивної журналістики жанр есе в основному використовується у друкованих ЗМІ. Проте час від часу цей жанр використовується і в електронних ЗМІ. Наприклад, у програмі "Гольовий момент", яка виходить в ефірі каналу 100ТВ у дні чергового матчу футбольного клубу "Зеніт" в чемпіонаті Росії, іноді зі своєрідним міні-есе на кшталт "сучасний момент" виступає петербурзький кореспондент газети "Спорт-Експрес" Сергій Циммерман.

Цікава і структура самої програми "Гольовий момент", яка поєднує елементи різних форматів і жанрів. По суті, це – трансляція футбольного матчу, аранжована за допомогою ток-шоу, яке передує показ. Потім у перерві слідує продовження дискусії. А після матчу в ході ток-шоу підводяться підсумки побаченого.

Що ж стосується замальовок, то вони сьогодні не відіграють скільки-небудь важливого значення в структурі сучасного спортивного радіо- і телемовлення, хоча періодично якісь відеозамальовки виникають як елементи інших, більших форматів і жанрів спортивної журналістики в електронних ЗМІ [12].

Наприклад, перед спортивними подіями, щоб зацікавити глядача, телекомпанія робить анонс. Анонс спортивних змагань, де без слів, лише з динамічною музикою та швидкою зміною кадрів демонструються кадри так звані «Highliter» – яскраві моменти. Наприклад, Абсолютний бійцівський чемпіонат UFC, бій між Конором Макгрегором та Дастином Пор'є, це 3-й вирішальний бій, 3 тому атмосферу потрібно створити відповідну. Задля цього керівництво UFC, на прес-конференціях, телебаченні, ютубі, показує замальовку, у якій демонструють 2 попередні змагання учасників турніру.

Для аналізу жанрових особливостей репортажу розглянемо також матеріал Олени Павлової «РЕАЛные королі» (див. Додаток А). Жанрова форма – подієвий

спортивний репортаж, предметом опису якого став фінальний матч Ліги чемпіонів між командами «Реал» та «Атлетико». Мета репортажу – оперативно, динамічно та достовірно розповісти про футбольний матч і поєднати два основні елементи репортажу: опис і додаткову інформацію.

Об'єкт репортажу – реальна подія, динамічний, відносно закінчений відрізок життя. Створення динаміки події у репортажі досягається репортажним описом головних подій у матчі: «...за всю першу половину футболісти «Атлетико» пробіли двічі; скоріше всього, перший тайм так і завершився б нульовою нічиєю, якби не помилка всього і вся Ікера Касільяс; при розіграші кутового воротар «Реала» відверто вийшов прогулятися і не встиг повернутися на своє місце; Годину не склало великої праці перекинути м'яч через кіпера; один з кращих моментів у другому таймі у «Атлетико» на 72-й хвилині створили для Вільї» (Зверева В. Телевізійний спорт). Головною деталлю, на нашу думку, є «мадридська битва», адже вона підкреслює важливість цієї події і передає напругу, яка панувала в матчі. Також важливу роль у репортажі відіграли подробиці: «перший тайм, насичений боротьбою; «Реал» пережив годину мук; все почалося потужним ударом зі штрафного; ушкодження коліна у вінгера, що не дає йому спокійно жити; помітно оживили гру, що вийшли на заміну Марсело та Позов», які допомогли створити «ефект присутності» й змалювати подію зовні.

Спортивна подія розгортається у чітко визначеному просторі протягом певного часу. Час рухається від початку опису матчу й до кінця: «і вже на восьмій хвилині попросив заміну; перший тайм так і завершився б нульовою нічиєю; на старті другого тайму три моменти було в одного тільки Роналдо; один з кращих моментів у тому таймі у «Атлетико» створили для Вільї; на останні 15 хвилин елементарно не вистачало сил».

Лід написано у вигляді запитання. Це зацікавлює читача і спонукає його прочитати текст, щоб отримати відповіді в основній частині репортажу: «Ну хтось взагалі міг припустити, що мадридське битва в Лізі чемпіонів завершиться з таким розгромним рахунком? Та ще й на користь «Реала», який за хвилину з хвостиком до кінця компенсованого часу поступався менш титулованим землякам і виглядав

фактично завваженим» (Галкін В. В. Економіка спорту та спортивний бізнес)

Сюжет основної частини складається з історичного екскурсу в минуле та власне репортажного опису певних епізодів у матчі: «...перемога з рахунком 4:0 стала другою найбільшою у фіналах Ліги чемпіонів - з більшою перевагою тріумфував тільки «Мілан» в 1994 році; лідирує за цим показником незабутнє битва сезону - 2004/2005 між «Лівверпулем» і «Міланом», що завершився в ігровий час з рахунком 3:3; скоріше всього, перший тайм так і завершився б нульовою нічиєю, якби не помилка всього і вся Ікера Касільяс; на старті другого тайму три моменти було в одного тільки Роналдо» (Зінюк О. В. Взаємодія засобів масової інформації та сучасного спорту)

У репортажі наявна знижена лексика, яка виявляється в словах: «з хвостиком; землякам; снаряд (в значенні м'яч)». Також наявні засоби, якими автор характеризує футболістів: «Рамос в бою з «Атлетіко» не тільки надійно захищав власні ворота, але і в потрібний момент вразив чужі і тим самим врятував цей фінал для «словочних»; що тільки не робили лікарі, щоб у найкоротші терміни поставити на ноги головного голеадора команди Дієго Косту». У репортажі наявні мовні кліше: «голеодор; гол; кипер; форвард; корнер; офсайд».

Тому у процесі аналізу репортажів газети «Команда» виявлено, що видання тяжіє до публікації подієвих репортажів, які мають схожі жанрові та композиційні особливості.

ВИСНОВКИ

Спорт як соціальне явище посідає значне місце в житті суспільства. Результати змагань, як і самі змагання, активно висвітлюються на телебаченні, в Інтернеті, на радіо і в пресі. Спортивні канали не тільки подають спортивні події, а й формують громадську думку, ціннісні орієнтири, популяризують спорт серед населення. Тому першочергово їх потрібно класифікувати та розрізнити.

Ми визначили, які жанри найчастіше використовує спортивний журналіст і в якій формі: інтерв'ю і репортаж.

У роботі здійснено огляд окресленої проблематики, яку розподілено на три основні типи: з'ясування жанрових форм спортивної програми, визначення жанрових особливостей, аналіз специфіки стилю та композиції у різних типах ЗМІ. Також створено творчий продукт програми «Спорт Прилуччини», у якому наявні риси фейлетону та нарису.

Інформаційний доробок окреслив структуру створення та виробництво спортивної програми, тому що він покращив знання в журналістській, операторській та монтажній сферах. Цей досвід сприяв розвитку уміння комунікації, комунікабельності.

У процесі аналізу програми «Спорт Прилуччини» та інших репортажів і програм з'ясовано, що майже всі матеріали схожі між собою за специфікою стилю та композиційними особливостями.

Отже, в телефірі спортивні програми та репортажі схожі за наявністю різних художньо-публіцистичних жанрів, тобто кожен репортаж унікальний, він має риси фейлетону та нарису, памфлету чи есе. Замальовки ж доповнюють ці жанри й надають їм емоційно-експресивного характеру.

Додаток А

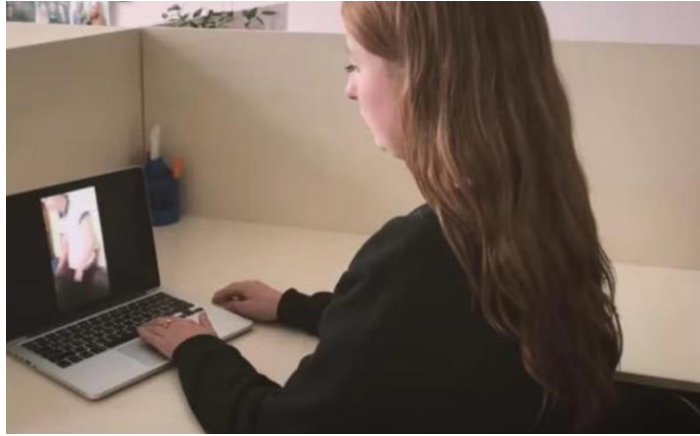


Рис.1



Рис.2

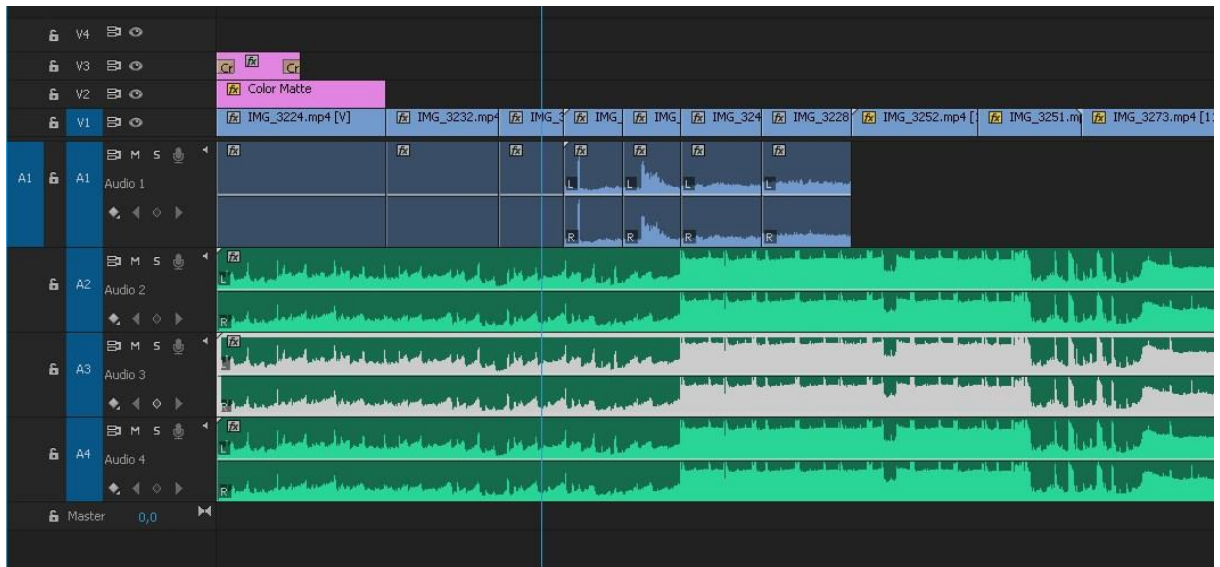


Рис.3

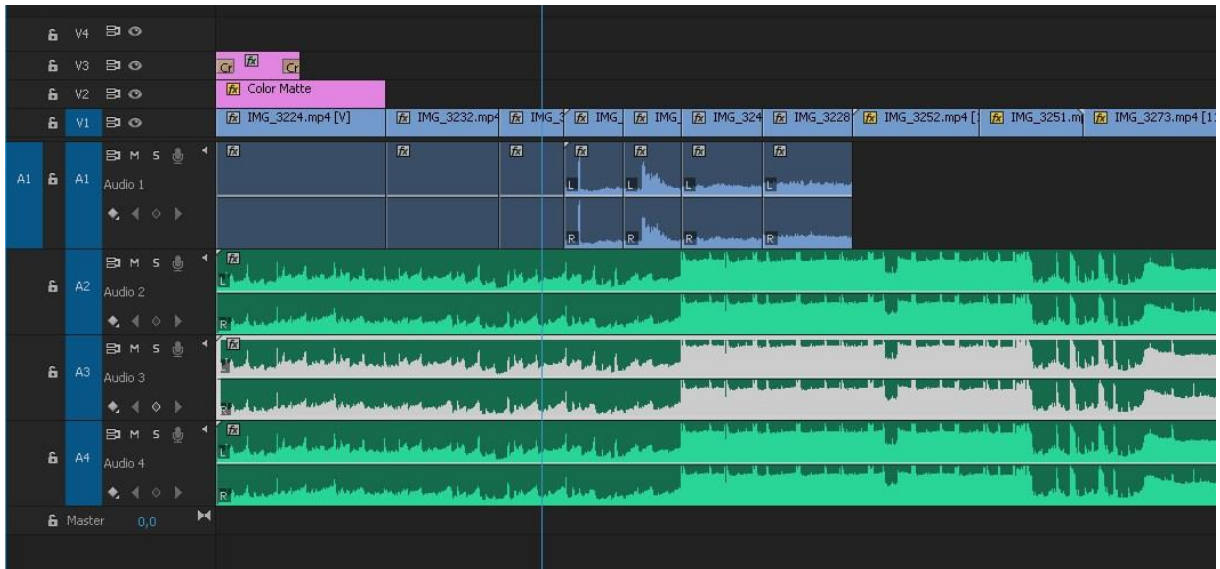


Рис. 4