

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
КАФЕДРА ТЕЛЕБАЧЕННЯ**

Каландарішвілі Герман Кахаберович

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

**СПОРТИВНИЙ КОНТЕНТ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ:
ЖАНРОВИЙ АСПЕКТ**

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Спеціальність 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»

другий (магістерський рівень) вищої освіти

Ступінь: магістр

Науковий керівник:

Косачова О. О. _____

канд. наук із соц. комунікацій, доц. ХДАК

Рецензент:

Стародубцева Л. В. _____

доктор філос. наук, проф.,

зав. кафедрою медіакомунікацій

ХНУ ім. В. Н. Каразіна

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. СПОРТ І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ВЗАЄМОДІЯ ТА ВЗАЄМОВПЛИВ	8
1.1. Наукові уявлення про особливості розвитку спортивного контенту на телебаченні.....	8
1.2. Історія впливу телебачення на розвиток професійного спорту.....	11
1.3. Особливості взаємодії спорту та телебачення в сучасному суспільстві	15
1.4. Вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту.....	19
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. ВІДМІННОСТІ СПОРТИВНОГО КОНТЕНТУ ЗАЛЕЖНО ВІД СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕЛЕКАНАЛУ.....	27
2.1. Спортивні новини на українському телепросторі у 2009-2019 рр. (на матеріалі каналів «Україна», «ICTV», «Інтер» та «UA: Суспільне»)	27
2.2. Ток-шоу у спортивній журналістиці (на матеріалі каналів «2+2», ТРК «Україна», «Інтер»)	35
2.3. Особливості спеціалізованих спортивних телеканалів.....	42
2.3.1. «Футбол-1» і «Футбол-2» – найпопулярніші спортивні канали	42
2.3.2. Передачі на каналах «Футбол-1» / «Футбол-2».....	48
2.3.3. «XSPORT» – всеукраїнський канал, присвячений спорту та здоровому способу життя.....	54
2.3.4. «Спорт-1» (Україна), «Спорт-2» (Україна) – супутникові спортивні телеканали.....	58
Висновки до розділу 2.....	62

РОЗДІЛ 3. СПОРТИВНИЙ ТЕЛЕРЕПОРТАЖ ЯК НАЙВАЖЛИВИШИЙ ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО СПОРТУ.....	64
3.1. Спортивний телерепортаж як окремий жанр масової комунікації	64
3.2. Структура спортивного телерепортажу.....	68
3.3. Українські коментатори – творці спортивних телерепортажів.....	72
Висновки до розділу 3.....	79
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Значення спорту в житті здорового, розвинутого фізично та інтелектуально суспільства неможливо переоцінити. Поняття «спорт» походить від старофранцузького слова «гра» та «розвага». Отже, представляє потужну розважальну нішу для сучасного телебачення, сприяючи при цьому активному розвитку фізичних та розумових здібностей населення, піднесенню патріотичних відчуттів під час встановлення національних рекордів, утвердженню інтегративної функції телебачення.

Спортивні програми користувалися великою популярністю у телевізійного глядача практично з самого виникнення телебачення. Еволюційний розвиток телевізійного контенту в Україні та світі демонструє тенденцію розширення та урізноманітнення спортивних телевізійних каналів, жанрового складу програм. Спортивні змагання транслюють наживо, коментують у студіях в професійному колі оглядачів, обговорюють в форматах ток-шоу, підсумовують у телевізійних випусках новин. Стрімкий розвиток українського спортивного контенту на телебаченні зумовлює необхідність систематизації та узагальнення відомостей в мистецтвознавчому та комунікаційному дискурсах.

У сучасному світі, який стрімко розвивається, дедалі вагомішу роль відіграє спорт. Якщо врахувати активну роль спорту в рекламній сфері, то закономірним явищем є його популяризація на телебаченні. Не дивно, що розвиток спортивного телебачення стає центром уваги для фахівців різних рівнів. Але переважно фрагментарне висвітлення окремих аспектів у ряді статей, зумовлює необхідність створення комплексної праці, що б мала на меті цілісний та всебічний аналіз спортивного контенту на українському телебаченні. Наше дослідження враховує здобутки української телевізійної журналістики в останні тридцять років, коли в українській журналістиці спостерігалися суттєві зрушення, пов'язані зі зміною суспільно-політичних реалій – здобуття незалежності України, а отже поглибленим зацікавленням українською

журналістикою у зв'язку з приходом нового покоління молодих професіоналів та зміною форматів.

Мета дослідження – дослідити жанровий склад спортивного контенту на українському телебаченні, проаналізувати методику висвітлення спортивних подій, виявити відмінності спортивного контенту різних телеканалів.

Відповідно до мети дослідження були визначені такі *завдання*:

- опрацювати, систематизувати, узагальнити теоретико-методологічну базу дослідження;
- дослідити взаємодію та взаємовплив спорту і українського телебачення;
- визначити відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації телеканалу;
- дослідити спортивний телерепортаж як найважливіший елемент сучасного спорту.

Об'єкт дослідження – спортивний контент українського телебачення.

Предмет дослідження – жанровий склад спортивного контенту українського телебачення.

Методи дослідження. У роботі використана низка 1) загальнонаукових підходів: джерелознавчий, порівняльно-історичний, інформаційний, соціокультурний та термінологічний; 2) конкретних методів: спостереження (отримання знань та досвіду під час власних спостережень, працюючи за фахом), контент-аналіз уже існуючих телевізійних новин та програм.

Зокрема термінологічний принцип дозволив проаналізувати такі поняття як: «спортивний контент», «спортивне телебачення», «спортивний телерепортаж», «спортивне ток-шоу», «спортивний телеканал». Під «*спортивним контентом*» мається на увазі увесь жанрово-тематичний комплекс аудіовізуальної телевізійної продукції, об'єктом висвітлення якої є спорт.

Провідним методом дослідження став компаративний, що забезпечив ефективне здійснення процесу порівняння: а) спортивного контенту різних

каналів на українському телебаченні; б) спортивного контенту телебачення України з відповідними аналогами у Великобританії та США.

Теоретичну базу дослідження умовно можна розділити на три частини. До першої відносяться роботи, присвячені взаємодії та взаємовпливу спорту і телебачення. А саме, публікації А. Гусєва «Спорт і медіа у масовому суспільстві: проблеми взаємодії» [15], «Вплив медіа на розвиток професійного спорту» [14], А. Зінюк «Роль сучасних мас-медіа в популяризації масового спорту та здорового способу життя» [25], М. Калини «Вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту у сучасній західній культурі» [31].

Друга частина робіт висвітлює відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації телеканалу на матеріалі каналів «Україна», ICTV, «Інтер», UA: Суспільне, 2+2, «Футбол-1» / «Футбол-2», Спорт-1 (Україна), Спорт-2 (Україна). До таких робіт можна віднести публікацію А. Гусєва «Спортивний контент на українському телебаченні» [16], роботу В. Тарасюка «Специфіка подачі спортивних новин на українському телебаченні (за матеріалами інформаційних випусків телеканалів «Україна» та ICTV) [76] та статтю Д. Плахти «Ток-шоу у спортивній журналістиці: неklasичний підхід» [52].

Третя частина висвітлює спортивний телерепортаж як найважливіший елемент сучасного спорту, його особливості, структуру, а також знайомить з українськими спортивними телекоментаторами. До таких робіт відносимо статті О. Тіщенко «Особливості композиційної структури озвученого тексту англійського спортивного телерепортажу» [81], «Систематизація ознак англійського спортивного телерепортажу» [82] та В. Барчука «Спортивний репортаж як дзеркало суспільного мовлення (на матеріалі футбольних телетрансляцій)» [3].

Висвітливши стан дослідженості спортивного контенту на українському телебаченні, мусимо зауважити, що попри наявність праць із фрагментарним висвітленням окремих аспектів обраної проблематики, до цього часу немає

цільної праці, яка б висвітлювала спортивний контент на українському телебаченні.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у створенні комплексної праці, яка висвітлює спортивний контент на українському телебаченні, наданні фахових рекомендацій, спрямованих на покращення роботи галузі спортивної тележурналістики.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатів дослідження в навчальному процесі на курсах вивчення української тележурналістики. Окрім цього, висунуті автором рекомендації сприятимуть уведенню корисних корективів у роботу спортивного мовлення України, сприятимуть утвердженню спортивного сегменту на українському телебаченні.

Структура дипломної роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 94 сторінок, з них основного тексту роботи – 84 сторінок. Список використаних джерел налічує 91 найменування.

РОЗДІЛ 1. СПОРТ І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ВЗАЄМОДІЯ І ВЗАЄМОВПЛИВ

1.1. Наукові уявлення про особливості розвитку спортивного контенту на телебаченні

Як було зазначено вище, літературу, що висвітлює стан дослідженості спортивного контенту на українському телебаченні умовно можна розділити на три частини. До першої відносяться роботи, присвячені взаємодії та взаємовпливу спорту та телебачення.

У статті А. Гусєва «Спорт і медіа у масовому суспільстві: проблеми взаємодії» [15] розглянуто особливості взаємодії спорту та медіа у сучасному суспільстві. Охарактеризовано мас-мейдінгу комунікацію як соціокультурну взаємодію з притаманними їй рисами. Проаналізовано місце спорту у сучасному масовому суспільстві.

Робота «Вплив медіа на розвиток професійного спорту» [14] А. Гусєва – це аналіз особливостей взаємодії медіа та спорту. Автор розглянув вплив медіа на процеси комерціалізації спорту. Констатував, що нині спорт являє собою величезну і різноманітну індустрію, до якої долучилася значна кількість людей, спортивних клубів, федерацій, ЗМІ і бізнес-структур. Доводить, що нині спортивні змагання, завдяки впливові медіа, вже є не тільки грою, а й серйозною комерційною діяльністю, спрямованою на отримання прибутку.

А. Зінюк у статті «Роль сучасних мас-медіа в популяризації масового спорту та здорового способу життя» [25] здійснює аналіз особливостей популяризації масового спорту та здорового способу життя. Підкреслює важливу роль мас-медіа у даному процесі. Досліджує систему пропаганди фізичного виховання та спорту, спортивну політику сучасних медіа.

Публікація М. Калини «Вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту у сучасній західній культурі» [31] розглядає проблему формування культурного змісту спорту у сучасному світі. Показує, що у новій та новітній історії

спорт сформувався як соціокультурний феномен у ХХ столітті що суттєво вплинуло на його культурний зміст та його місце в світоглядних системах наших сучасників. Спорт, як соціокультурний феномен увійшов до суспільних комунікацій за допомогою електронних засобів масової комунікації, особливу роль при цьому зіграло телебачення. Відповідно до цього автор звертається до наукової спадщини західних дослідників масових комунікацій та медіа простору кінця ХХ століття та екстраполює їх висновки на сферу спорту. Таким чином, у статті розкриваються суттєві характеристики впливу електронних медіа, зокрема телебачення, на сучасний спорт, як соціокультурний феномен.

Друга частина робіт висвітлює відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації телеканалу на матеріалі каналів «Україна», ICTV, «Інтер», UA: Суспільне, 2+2, «Футбол-1» / «Футбол-2», Спорт-1 (Україна), Спорт-2 (Україна).

А. Гусев у статті «Спортивний контент на українському телебаченні» [16] проаналізував особливості спортивного контенту на українському телебаченні. Автор розглянув відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації телеканалу.

Робота В. Тарасюка «Специфіка подачі спортивних новин на українському телебаченні (за матеріалами інформаційних випусків телеканалів «Україна» та ICTV) [76] розглядає специфіку подачі спортивних новин на українському телебаченні, зокрема на телеканалах «Україна» та ICTV. На формально-змістовому-рівні досліджуються тенденції, характерні для вечірніх інформаційних випусків. Зроблено висновок, що для суттєвого поліпшення якості ефірного матеріалу необхідно дотримуватися збалансованості в подачі тем, видів спорту, жанрів сюжетів, ретельніше враховувати запити вітчизняної аудиторії, національні традиції та спрямування в спорті.

У своїй публікації «Ток-шоу у спортивній журналістиці: неklasичний підхід» [52] Д. Плахта розглянув неklasичний підхід до створення футбольного аналітичного ток-шоу в сучасній українській спортивній тележурналіс-

тиці на прикладі програми «Профутбол» («2+2»). За допомогою введеного автором умовного поняття «відсоток ток-шоу» проаналізовано відмінності між методикою підготовки класичного (політичного) та спортивного ток-шоу.

Третя частина висвітлює спортивний телерепортаж як найважливіший елемент сучасного спорту, його особливості, структуру, а також знайомить з українськими спортивними телекоментаторами.

О. Тіщенко у своїй роботі «Особливості композиційної структури озвученого тексту англійського спортивного телерепортажу» [81] розглядає композиційну структуру тексту англійського спортивного телерепортажу, визначає номенклатуру компонентів структури тексту спортивного телерепортажу.

У статті «Систематизація ознак англійського спортивного телерепортажу» [82] О. Тіщенко розглядає характерні структурні та функціональні ознаки англійського спортивного телерепортажу як окремого жанру масової комунікації. Зазначено складові елементи композиційної структури спортивного телерепортажу.

В. Барчук у публікації «Спортивний репортаж як дзеркало суспільного мовлення (на матеріалі футбольних телетрансляцій)» [3] визначає роль та стан українського суспільного мовлення, характеризують рівень мовної культури у сфері спортивної журналістики. Автор здійснює аналіз найтиповіших помилок у мовленні коментарів, футбольних матчів на рівні фрази, лексики та граматики. У статті доводиться, що завдання кожного, і особливо публічного, українця – виховувати серед інших чеснот мовний патріотизм, творити функціональні стилі усіх сфер діяльності, зокрема й українську журналістику, бути гідним пам'яті тих, хто відстояв нашу мову ціною життя в часи заборони і репресій.

Дослідивши фахові джерела, що стосуються спортивного контенту на українському телебаченні, не можна не зауважити її недостатність.

1.2. Історія впливу телебачення на розвиток професійного спорту

Сучасне телебачення популяризує спорт, і значно розширює аудиторію спортивних вболівальників. З плином часу відбулася трансформація системи ЗМІ та усіх сфер людської діяльності. Дякуючи технічному прогресу відбулися істотні зрушення в тій самій структурі зайнятості. Удосконалення виробничих процесів призвело до наявності вільного часу. В інформаційному середовищі «набула значного розвитку індустрія вільного часу: спорт, кіно, театр. За вільний час читача, слухача, глядача відбувається запекла конкурента боротьба і між традиційними ЗМІ, і між різним галузями масової культури» [23, с. 25]. Новий стиль життя, де обсяг вільного часу збільшується, пов'язаний із збільшенням можливостей для реалізації своїх інтересів та схильностей. Організатором ритму і динаміки життя, а також галузі вільного часу виступає телебачення.

Якщо звернутися до історії, слід зазначити, що спорт є ціннісним надбанням саме давньогрецької культури, бо Олімпійські ігри розпочалися саме в стародавній Греції. Цікаво те, що спочатку спортивні змагання були аматорськими, а учасники Олімпійських ігор, заробляючи на життя, працювали в інших сферах діяльності. Але з часом ситуація змінилася, і вже в добу античності, починаючи з V ст. до н. е., сформувався прошарок професійних атлетів. Це сталося через систему місцевих змагань-агонів, що мала значні призи, і дякуючи цьому, дозволяла представникам нижчих класів, задіяних у професійному спорті, забезпечувати собі заможне існування. Згодом зміна концепції фізичного виховання з підготовки бійців загального ополчення зумовила поширення професійного спорту в елліністичній Греції, а потім у Стародавньому Римі. «...спорт перетворився на видовище, і цілеспрямовано до нього, як і будь-якого виду мистецтва, долучалися лише обрані» [14, с. 116].

Якщо Середньовіччя характеризувалося занепадом спорту, то у Новий час відродження почалося з новими силами. І це зумовило формування також і професійного спорту. У Англії у XVIII ст. поступово із загальної маси люби-

телів кулачних боїв почали виокремлюватися кращі майстри, котрі вже мали можливість заробляти на цьому. Дякуючи цьому, «у середині цього ж століття вже розпочалася практика маніпуляцій із результатами боїв, що дозволяла антрепренерові отримувати значні суми грошей. Спорт стає прибутковою справою, і чим більше людей у ньому задіяні, тим цей прибуток є вищим» [14, с. 116].

Масовість спорту зумовила індустріальна революція і масове виробництво. Саме вони сприяли тому, що в дедалі більшій кількості людей почав з'являтися вільний час. Дякуючи цьому почала інтенсивно поширюватися культура дозвілля, а спортивні змагання і спостереження за ними стали популярною розвагою для глядачів і професійною діяльністю для спортсменів.

Уведення спортивних телетрансляцій викликало незадоволення спортивних організацій, бо продаж квитків був головним джерелом їх доходу. Вони побоювалися, що трансляції змагань призведуть до зменшення глядачів на стадіонах, тому що кожен мав можливість спостерігати за спортивними заходами безпосередньо у власній оселі.

Але побоювання спортивних організацій були марними. Навпаки, спортивні трансляції популяризували спорт та розширили його аудиторію. Технічний прогрес відкрив нові можливості. Вже в 1963 році було впроваджено одне з найважливіших нововведень – миттєвий повтор гри. З'явилася можливість знову і знову, з різною швидкістю, з різних точок переглядати ту саму гру. Розширення аудиторії сприяло виникненню залежності спорту від коштів, що надходили від телебачення та спонсорів. У спорті з'явилася комерційна складова, відповідно якої спонсори почали висувати свої вимоги. «...зважаючи на них, навіть змінювалися спортивні правила. Так, у 60-ті роки ХХ ст. спочатку Американська баскетбольна ліга, а потім і Американська баскетбольна асоціація з метою поживавлення гри й підвищення інтересу в глядачів увели в ігровий процес три очкові кидки, що пізніше закріпилося в баскетбольних правилах у всьому світі. З 1970 р. на професійних тенісних турнірах для скорочення часу матчів система, яка передбачала обов'язкову різни-

цю у два гейми для перемоги в сеті, була витіснена ...вирішальним геймом, що розігрувався за умови рівного рахунку ...у сеті. Наприкінці ХХ ст. у волейболі, де до цього можна було отримати очко тільки на своїй подачі, для збільшення видовищності ввели систему «райлі-пойнт», згідно з якою кожен розіграш м'яча забезпечував очко – спочатку у вирішальній, п'ятій партії, а з 1998 р. – і в інших партіях матчу. У футболі в 60-ті рр. замість традиційного коричневого ввели білий м'яч і кольорові футболки, щоб спростити перегляд для глядачів. Для того, щоб транслювати якомога більше футбольних матчів, вони відбувалися в різний час. Наприклад, матчі Ліги чемпіонів УЄФА проводять у вівторок і середу ввечері, а Ліги Європи УЄФА – у четвер ввечері, в той час як раніше всі вони відбувалися у середу» [14, с. 116-117].

Розквіт спорту в СРСР відбувся у середині 60-70-х рр. минулого століття. Відношення радянської влади до спорту не завжди було однаковим. У 20-х роках більшовики відносились до спортивних дисциплін як до спадку буржуазії. Але пізніше кремлівська влада зрозуміла користь спорту та фізкультури у справі відволіканні народу від зловживання алкоголем. А також – у плані підготовки молоді до армійської служби. « ...паради фізкультурників 1930-х років на Красній площі стали декоративним додатком до тієї серйозної роботи з масового оздоровлення, що розгорнулася у Країні Рад дякуючи зусиллям ... Н. А. Семашко. Окрім мережі санаторіїв та профілакторіїв, відкритих на Кавказі та у Криму, було грамотно поставлене пропагування здорового способу життя через усі засоби масового впливу: від вуличних плакатів та сірникових етикеток до радіомовлення, а пізніше і телебачення» [61].

У кінотеатрах перед сеансами постійно крутили кіножурнали про здоровий спосіб життя, йшли передачі по радіо та телебаченню, виникли спеціальні видання з фізкультури та спортивному туризму.

Центральне телебачення СРСР мало редакцію спортивних програм, що відповідала за трансляції зі спортивних змагань; підсумкові передачі з різноманітних видів спорту; спортивну інформацію для програм «Время» та «Новости»; виступи коментаторів з оглядами у програмі «Время»; тиражі «Спор-

тлото»; уроки «Утренней гимнастики»; ритмічну гімнастику (80-ті роки); програму «Арена» (1989-1991 рр.).

Ранкові передачі, що виходили у радянський телевізійний ефір («Утренняя гимнастика», «На зарядку становись!»), були сповнені позитиву і заряджали енергією глядачів на цілий день. Зарядку у радянському Союзі робили майже всі. Вправи, які пропонувались у програмах були призначені для людей різного віку. А у свій вільний час «молоді люди ... йшли грати у футбол. Або у волейбол, якщо була сітка. Повноцінних спортивних майданчиків у звичайних дворах практично не було. Зате хокейних коробочок з дерев'яними бортами та таких же за розмірами «футбольних майданчиків» було удосталь... На такі змагання приходили подивитися тренери..., вибираючи потенційні таланти для подальшого просунення у спортклуби. Постійно, підпитуючись знизу, ріс та обновлявся великий спорт» [61].

Подальший розвиток телетехнологій дозволив у середині 80-х рр. здійснювати експерименти: повторно переглядати момент гри, який міг вплинути на рішення суддів. Це додатково розширювало аудиторію, бо робило змагання цікавішими: технічні умови дозволяли монтувати трансляцію таким чином, щоб вирізати нецікаві етапи гри, транслювати гру дещо пізніше, додавши коментар. Ці прийоми найуспішніше використовуються для висвітлення Олімпійських ігор. «Розвиток кабельних і супутникових технологій збільшив години спортивних програм – передусім завдяки заснуванню телемережі USA у 1975-му і ESPN – у 1979 р., хоча обидві телекомпанії пізніше розширилися і стали долучати інші види програм, а телекомпанія USA зрештою почала передавати переважно неспортивні передачі» [14, с. 117]. У 90-ті рр. виникли ESPN-2, «Fox Sport» та інші компанії, які стали брати плату за перегляд деяких телевізійних трансляцій, наприклад, матчів з боксу. Їх розквіт спричинив нові зміни в спорті та телебаченні. Спортивні організації почали отримувати значні кошти.

Таким чином, професійний спорт пройшов складний шлях від зародження в Давній Греції до сучасності, що має у собі взаємодію між спортив-

ним організаціями, спонсорами, телебаченням, уболівальниками і державою. Спортивне телебачення спрямоване на отримання прибутку за допомогою долучення до спортивного заходу якомога більшої кількості глядачів. Це допомагає державі поліпшити свій імідж як серед своїх громадян, так і інших країн, що в майбутньому може забезпечити стабільний дохід. Спонсори завдяки асоціації свого бренда зі спортивною подією або організацією (спортсменом) отримують більше клієнтів, отже, прибуток. Спонсорська участь також поліпшує імідж компанії. Телебачення охоплює широку аудиторію та відповідно, значні спонсорські кошти від реклами. Спортивні організації отримують гроші від спонсорів, телебачення та продажу квитків. Крім того, важливо, що популяризується спорт як такий.

Проаналізувавши історію впливу телебачення на розвиток професійного спорту, зазначимо, що телебачення посідає важливе місце в системі спортивної комунікації, яка є одним з головних каналів зв'язків з громадськістю. Крім того, завдяки високій довірі до неї аудиторії і позитивнішому сприйняттю реклами, вона являє собою один з найефективніших рекламних носіїв.

1.3. Особливості взаємодії спорту та телебачення в сучасному суспільстві

Одна з характерних рис сучасного світу – розвиток масових суспільств. Успішний розвиток техніки перетворив організацію групового життя. Сьогодні взаємодія відбувається у великому масштабі, зводячи разом тисячі людей, чий контакт один з одним вторинні. Телебачення значно розширило уявлення людей про навколишній світ.

У масовому суспільстві виникає й масова культура. І якщо казати про те, що масове суспільство може виступати як своєрідна емблема сучасної епохи, то в зв'язку з цим слід говорити, насамперед, про культуру цього суспільства. Масова культура стала наслідком створення засобів масової кому-

нікації в цілому, і телебачення почасти, появи нових засобів виробництва, поширення та споживання культури.

Ставлення до масової культури в плані її соціальної цінності неоднозначне. З одного боку, прагнення познайомити широкі маси з досягненням світового мистецтва, новими напрямками та тенденціями є безперечною заслугою телебачення. З іншого «низький художній рівень розважальних програм, необмежені можливості їх тиражування виховують поганий смак у споживачів масової культури» [36, с. 207].

Сучасний професійний спорт – це не тільки комунікативний канал, а й спосіб задоволення потреб суспільства, елемент масової культури, «індустрія розваг», видовище. Це зумовлене поліфункціональністю професійного спорту, завдяки чому він культивується в різних сферах життя суспільства. Спорт істотно впливає на імідж сучасної людини, на стиль її життя. До того ж склалася масштабна індустрія виробництва спортивних товарів та послуг. Наше дослідження цікавить взаємодія феномену спорту і телебачення. Професійний спорт як соціокультурне явище відображає цінності, властиві суспільству на певному етапі його історичного та громадсько-політичного розвитку. Появу професійного спорту зумовила його врегульованість і організованість. Були створені спортивні організації та федерації, які влаштовували спортивні події та встановлювали єдині правила для того чи іншого виду спорту. У ХХ-ХХІ ст. завдяки телебаченню професійний спорт придбав масштабну аудиторію і став у деякому роді індикатором соціальних перетворень. Бурдье ще в 80-х рр. писав: «Спортивна практика, яка у своєму технічному, «внутрішньому» визначенні показує завжди велику розтяжність, а отже, більшу доступність до зовсім різного й навіть протилежного використання, теж може змінювати сенс. Точніше, може змінюватися панівний соціальний зміст, що приписується (в кількісному або соціальному відношенні) соціальними користувачами» [9, с. 266-267].

Стрімкий розвиток телетехнологій призвів до суттєвих перетворень функціональних моделей, характеру взаємодії з різними сферами суспільства, зо-

крема за спортом. Зараз при вивченні відносин спорту і телебачення важливе розуміння терміну «інформація». Виділяють такі характеристики інформації:

- об'єктивність (здатність подати неспотворену картину світу),
- форма подачі матеріалу,
- актуальність (домінує визначений час і цілком конкретна ситуація в певному просторі),
- релевантність (тобто відповідність між інформаційним запитами аудиторії та отриманим нею повідомленням).

Для дослідників телебачення інформація – це повідомлення про щонебудь або відомості, що є об'єктом зберігання, переробки і передачі [6, с. 5]. При розгляді інформації на телебаченні виділяють чотири головні моменти, що характеризують її сутність, засоби поширення й манеру подачі, взаємодію із зовнішнім середовищем. Перший з них ґрунтується на тому, що інформація має глибокий комунікативний сенс. Другий момент допомагає зрозуміти, що сам процес, у якому створюється й узгоджується інформація, повинен створити загальноприйнятне значення інформації. Третій момент розкриває значення самої інформації. Вона може бути подана в декількох видах (загальна, спеціальна, спеціалізована інформація), що виражають об'єктивні й суб'єктивні погляди на ту чи іншу тему, проблему. Останнім ключовим моментом в успіху комунікативного впливу інформації є характер розвитку самого соціального середовища. Як правило, «соціальне середовище має сформовані системи переваг і установок» [19, с. 28]. Тому аудиторія зазвичай відкидає все, що їй суперечить. Вона схильна інтерпретувати інформацію у звичних «координатах», ціннісних ієрархіях і шукати її там, де вона подається відповідно до її уявлень, переконань і вірувань. Інформація, що цьому критерію не відповідає, ігнорується середовищем. Ця обставина диктує необхідність вибіркового підходу в розповсюдженні тієї чи іншої інформації.

Спортивна інформація дуже різноманітна. Є. Войтик зазначає: «Спортивна інформація охоплює найрізноманітніші аспекти спортивного життя і висвітлює як загальні уявлення про спорт як про основу способу життя, про

спортивний захід як про видовище, як про цілу бізнес-індустрію, так і дає загальну характеристику видів спорту, дійових осіб, спортсменів, тренерів тощо» [11, с. 59-62]. Також автор подає визначення спортивної інформації в межах розуміння, що це певний феномен, основним завданням якого є відображення сфери спортивної діяльності і всього, що з нею пов'язано, а також залучення до теми спорту якомога більшої аудиторії. Дійсно, інформація про спорт дуже різноманітна і охоплює всі боки спортивного життя, починаючи від загальних уявлень про спорт як спосіб життя, видовище, бізнес-індустрію та закінчуючи характеристикою видів спорту, особистості представника спортивної сфери (включаючи спортсмена, тренера, функціонера). Саме розкриття значення терміну «спортивна інформація» прямо пов'язане з «законами» інформаціології, яка допомагає визначити закони появи, поширення, перетворення і використання інформації [53, с. 3]. Відповідно до поглядів інформаціології всі процеси, що відбуваються, можна розглядати як складну систему переробки інформації, на кожному етапі якої фактично будь-яка інформація зазнає певних змін, відбувається її кодування, виділення ознак, фільтрація, розпізнавання, осмислення, вироблення рішення, формування відповідної дії. У результаті застосування такого підходу, як вважає Е. П. Семенюк, «відбувається побудова моделі досліджуваного процесу, яка складена з гіпотетичних блоків, з'єднаних послідовно або паралельно і таких, що реалізують певні функції» [64, с. 171]. Таким чином, інформація про спорт не тільки формує загальний інформаційний потенціал, а й залучає до комунікативних процесів усе більше представників з різних верств суспільства.

Водночас багато аспектів уявлення спортивної інформації на телебаченні досі не розкриті. Це пояснюється кількома причинами. По-перше, тим, що в більшості випадків дослідження проводили і проводять у контексті періодичної преси. По-друге, за останні два десятиліття відбулися значні зміни і багатьох сферах суспільства. Це торкнулося не тільки індустрії спорту, а й телебачення. І саме розуміння поняття «спортивна інформація» розширюється і набуває нового значення, яке можна розглядати не тільки з позицій спор-

ту і журналістики. Однак нас цікавить передусім уявлення спортивної інформації на телебаченні, оскільки саме редакції телебачення відіграють важливу організаційну роль у реалізації інформації про спорт. На сьогодні виявляється прямий зв'язок між явною зацікавленістю суспільства в розвитку спорту та активною участю в цьому телебачення. Ряд держав, а у тому числі й Україна, саме через телебачення вирішують багато соціальних стратегічних і соціально-прагматичних завдань, пов'язаних з розвитком та функціонуванням спорту як сфери діяльності.

Розглянувши особливості взаємодії спорту та телебачення в сучасному суспільстві маємо сказати, що сучасний спорт завдяки телебаченню має в своєму укладі комерційні, скандальні, екстремальні, демонстраційні компоненти без яких його на сьогоднішній день вже не можливо уявити.

1.4. Вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту

У ХХ ст. спорт став широко популярним, став соціокультурним феноменом, важливою частиною культурного, міжнародного, економічного життя багатьох країн планети. На це вплинули зміни у системі комунікацій, у способах формування цінностей та трансформації культури. Тому спорт як соціокультурний феномен закономірно відчув вплив тієї епохи, коли він формувався. А епоха ХХ століття характеризувалася інтенсивними історичними змінами та соціокультурною динамікою. «Отже спорт, попри його тривалу історію, попри те, що Олімпійські ігри розпочалися у Давній Греції та є ціннісним надбанням саме давньогрецької культури, у наш час став соціокультурним феноменом під час стрімкого історичного розвитку ХХ століття, коли новітність стрімко витісняла традиційність з усіх сфер суспільного життя...» [31, с. 170]. Надалі, важливість спорту, як соціокультурного феномену, вочевидь, зростатиме, що відзначають зокрема українські науковці: ХХІ століття актуалізувало необхідність розвитку такого соціального інституту як

спорт. Він являється за змістом і за соціальною формою одним із значущих системних об'єктів сучасного суспільства [5, с. 270]. Таким чином, формування системних об'єктів сучасності та найближчого майбутнього тісно пов'язане з недавнім минулим та тими тенденціями розвитку культури, що з'явилися у ХХ столітті.

В багатьом, культурні зміни ХХ століття буди продиктовані появою нових видів та засобів комунікації. Як пише Кастельс, поширення телебачення за три десятиліття після другої світової війни створило нову галактику комунікацій, а успіх телебачення став наслідком базового інстинкту лінивої аудиторії [32]. За умов життя більшості населення було достатньо зрозумілим бажання відволіктися та відпочити від напруженого, ритмічного та сповненого стресів життя. Водночас, саме тоді продовжує формуватися спорт як соціокультурний феномен, коли «лінива» аудиторія (або втомлена життям), у пошуках розради включає телевізор і бачить там різноманітні шоу, одним з яких є спортивні змагання. На думку української дослідниці С. В. Могільової, «у сучасному гіперреальному співтоваристві, що характеризується подальшою віртуалізацією і візуалізацією комунікативних відносин, феномен спорту є одним з найважливіших чинників вироблення та циркуляції соціальних орієнтирів і змістів» [45, с. 1]. Небезпеку являє все збільшувана медійність, що, «виводячи спорт у дискурсивно візуальний простір, підкоряє його завданням спонукання/керування тим самим редукуючи його багатозмістованість і затемнюючи справжні гуманістичні аспекти людського суперництва» [45, с. 12].

Яким є смисл телевізійних шоу, який світоглядний сенс в них вбачається? Зважаючи на те, що трансляції спортивних змагань – це один з найпопулярніших видів телевізійних шоу, можна зробити висновок, що змістовні характеристики спорту, як соціокультурного формену та його вплив на світогляд багатьох сучасних людей формувалися в тому числі, за допомогою телебачення, як одного з найважливіших засобів масовою комунікації, що тільки в перспективі має поступитися інтернету. Хоча, інтернет-комунікації в бага-

тьом успадковуюють певні зразки відтворення реальності, що сформувалися під час панування телебачення у просторі масової культури.

Світогляд, який формувало і досі формує телебачення змінює знання на образи (картинки), роздуми й розваги, а людство – творчий та гуманістичний зміст спорту на пасивне дозвілля перед телевізором. За висловом С. В. Могільової, спорт є агонем, і саме агоністика постає потужним чинником, що постійно штовхає спортсмена до трансцендування та дозволяє відчутти дійсність свого буття в спрямованості за межі зовнішньої та внутрішньої даності; ця спрямованість є збиранням усіх зусиль у єдність для самореалізації спортивної діяльності протягом життя і здійснення щораз унікального завдання в процесі змагань» [45, с. 5].

А що бачить на екрані глядач, які саме враження виникають частіше за все від трансляції спортивних змагань? Які смисли проникають до свідомості чи півсвідомості глядачів, наповнюючи їх світогляд, як його емоційно-ціннісну, так і когнітивну частину? Частіше за все виникають асоціації з популярністю, модою, красою, грошима та іншими матеріальними цінностями, рекламою й пов'язаною з нею прибутковою індустрією, азартом, знаменитостями з інших сфер масової культури та політиками, які нагадують про себе з екрану телебачення. Приблизно такий саме сенс несе й вербальне оформлення трансляції: коментатори обговорюють контракти та грошові винагороди, іноді ставки на перемогу спортсмена чи команди, іноді переказують плітки про спортсменів, тренерів та інший причетний до дійства персонал, вказують на співаків, акторів, політиків та інших відомих осіб, якщо камера повертається в їх бік. А вона обов'язково повертається, оскільки ці особи є частиною шоу, елементами розваги, чинниками для зацікавлення телевізійної публіки. Такі аспекти як перемога над собою, сила волі, подолання перешкод заради мети досконалості тіла і духа, звичайно не можуть зникнути з життя спорту, але під час телевізійних трансляцій вони відсуваються на другий план усім, що було зазначено вище, губляться серед блиску знаменитостей, грошей, моди та розваг. «На обличчях щасливих власників золотих медалей не написа-

но, скільки років вони йшли до цих п'єдесталів, скільки фізичних і психологічних сил було витрачено на цьому шляху, скільки було невдач, падінь і розчарувань. Підлітки, які мріють стати такими, як Андрій Шевченко, брати Кличко, приходять у спортивні секції за перемогами і нагородами, а їх зустрічають тренувальні будні, важкі й одноманітні, що багатьох відразу ж підштовхує до однозначного й беззастережного висновку: тут погано. Це не для мене, я не зможу. Не дивно, адже на екрані все просто і красиво, а передісторія цих подій – багаторічна праця часто залишається за кадром. Так спорт перетворюється з реального в ірреальний, тим самим віддаляючись від підростаючого покоління» [25, с. 262].

Спорт вищих досягнень має нести ідеї постійного самовдосконалення людини, її фізичного й духовного розвитку, оскільки без певної моральної самоорганізації, без високих волевих якостей, без відповідних світоглядних настанов людина не може подолати лінощі, рутину, прагнення до спокою і комфорту. Адже сутність людини не співпадає з її наявним буттям, вона завжди є розвитком, подоланням теперішнього і побудовою майбутнього у відповідності з метою, планами, проектами, активною діяльністю її свідомості [88, с. 11-12].

Проте телебачення, що мало б донести до самої широкої аудиторії подібні ідеї, спотворює саму сутність спорту та перетворює його на соціокультурний феномен з іншим змістовим наповненням. Мабуть, телебачення, не останню чергу несе відповідальність за те, що спорт став великим бізнесом та шоу; не дивно, що перегляд телевізійних трансляцій спортивних змагань не рідко супроводжується вживанням слабоалкогольних напоїв глядачами, що абсолютно суперечить ідеям самовдосконалення тіла та духу людини, які має нести спорт.

Основними завданнями діяльності спортивного телебачення, «є не тільки інформація про останні події зі спортивних арен світу, алей залучення якомога більшої кількості людей до занять спортом; формування в широких верств населення потреби в регулярних заняттях фізичним вправами; пропаганда здоро-

вого способу життя, що сприяє гармонійному і всебічному розвитку особистості, зміцненню здоров'я, підвищенню творчої активності» [25, с. 262].

Вкрай важливо сформувавши політику телевізійних спортивних програм, що мають не тільки комерційну, а також і соціальну спрямованість, яка пропагує значущі для всіх верств населення види спорту, спортивні заходи тощо, що сприяють формуванню здорового способу життя. Необхідно більш активно пропагувати користь занять масовим спортом улюбому віці, бо це найбільш дієвий засіб, що допомагає людям активно використовувати спорт у своєму способі життя. У пропаганді корисності занять масовим спортом державним структурам слід об'єднати зусилля із представниками бізнесу, сформувавши спільні програми реклами й пропаганди розвитку спорту на асах різних рівнях – починаючи від дитячо-юнацького й інвалідного спорту й закінчуючи глобальними спортивними програмами (такими як Євро-2012, Євробаскет-2015).

Пропаганда масового спорту – цілеспрямоване розповсюдження та популяризація спортивних змагань з метою переконання населення у необхідності систематичних спортивних занять. Показ тих чи інших спортивних заходів, різноманітних форм занять у супроводі відповідних професійних коментарів, бесід з лікарями, тренерами-інструкторами допомагає залученню населення до регулярних спортивно-оздоровчих занять. Успіх пропаганди масового спорту залежить від комплексного активного використання всіх її форм. «Однак, вирішення проблеми активізації пропагандистської і рекламної діяльності відповідно до умов функціонування масового спортивного руху сучасної України можливе в рамках цільової комплексної програми, яка має відображати принципи проведення пропаганди і реклами, залучення всіх зацікавлених організацій, наявність основних функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю» [25, с. 263].

Однією з активних форм пропаганди масового спорту виступає реклама. Сучасна фахова література визначає рекламу як скероване, неособисте звернення, що здійснюється через мас-медіа та інші види комунікацій. Вони містять інформацію про споживчі властивості та якість товарів або послуг з ме-

тою їх реалізації та формування споживчого попиту. Реклама у масово-спортивній сфері – це сукупність відомостей про послуги оздоровчого характеру, що здатні зацікавити споживачів та задовольнити попит різних соціально-демографічних груп населення. Достатньо розповсюдженою є імідж-реклама, яка переслідує мету формування сприятливого образу (іміджу) клубу в максимальній кількості громадян, потенційних споживачів.

У ситуації сучасної соціально-психологічної нестабільності було б доцільніше, щоб телебачення взяло на себе місію вироблення національної ідеології, орієнтованої на оптимістичні перспективи. На думку деяких фахівців, одним з вагомих компонентів такої ідеології може стати пропагування в медіа ідеї згуртування народу України навколо цінностей здорового способу життя в усіх його аспектах – фізичному, психічному, соціальному, духовному.

Спортивне телебачення повинно бути не лише інформаційним, але й давати підстави для роздумів, мати аналітичний характер, піднімати важливі проблеми і сприяти безпосередньому впливу на глядачів, залучати їх до занять оздоровчою фізичною діяльністю та спортом. Журналісти повинні формувати громадську думку відносно фізичної та спортивної культури як соціального явища, що позитивно впливає на вирішення політичних, медико-біологічних, педагогічних і соціально-психологічних проблем у суспільстві, розкривати гуманістичні цінності спортивно-оздоровчої діяльності, надавати глядачеві можливість регулярно поповнювати свої знання з основ фізичної культури і спорту, активного відпочинку та здорового способу життя. Телебачення повинно «...брати участь у розробці, організації та висвітлення різноманітних масових заходів, змагань, спрямованих на залучення населення до активних занять оздоровчої фізичної культурою та спортом» [25, с. 264].

Проблема здорового способу життя повинна розглядатися як проблема загальнодержавна, що потребує розробки «здоров'язберігаючих» технологій, які дозволяють впливати на звички, стереотипи поведінки, життєві цінності людей, що приводять до усвідомлення необхідності піклуватися про своє здоров'я. Поняття «здоровий спосіб життя» включає низку компонентів, ос-

новною серед яких є рухова активність. Якщо у людини не сформована потреба у підвищенні рівня рухової активності, заняттями фізично-оздоровчими та спортивним вправами, то всі зусилля держави, спрямовані на розвиток масового спорту і пропаганди спортивно-оздоровчої роботи будуть залишатися марними. У цій ситуації на перший план виходить робота с суспільною думкою, тому що саме вона є визначальною у формуванні поглядів звичок, ціннісних установок окремо взятого індивіда. В останні роки поширюються технології Public Relations, які дозволяють працювати із суспільною думкою, використовуючи непрямі способи впливу на аудиторію, здійснюючи контроль «доходження» інформації й забезпечуючи функціонування зв'язків. Використання цих технологій в соціальній сфері, зокрема – в ефірі телебачення, може істотно вплинути на формування в населення потреби в зміцненні свого здоров'я, підвищенні рівня рухової активності як провідного компонента здорового способу життя людей.

Проаналізувавши вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту маємо зауважити, що спорт вищих досягнень став одним з найпопулярніших телевізійних шоу ще у другій половині ХХ століття. Спорт як видовище вражаючих здібностей людини має нести інформацію, має спонукати до роздумів, має мотивувати глядачів до самовдосконалення, причому не тільки у сфері спорту чи будь-якого виду рухової активності, але й у інших сферах життєдіяльності людини. Спортивні успіхи. Які ми бачимо у інших людей, наче мають засвідчувати нам: людина здатна на багато незвичайних та складних вчинків, людина здатна до звершень, які раніше здавалися неможливими. Натомість, поверхневість та ілюзії, які продукує телебачення, не позбавляють людину прагнення до заглиблення у філософські роздуми про власні можливості, здібності та щастя самореалізації. Телеглядачу здається, що він все знає, оскільки він знає правила змагань чи гри, імена тренерів, обличчя співаків, що теж дивляться змагання, але не по телебаченню, цифри гонорарів, розголос від допінгових скандалів; телеглядач відповідно до цієї ілюзії знання не намагається дивитися глибше, розмірковувати, аналізувати, екстраполювати побачене на себе.

Висновки до розділу 1.

Для ефективного проведення дослідження були опрацьовані джерела з трьох базових напрямів. До першої належать роботи, присвячені взаємодії та взаємовпливу спорту і телебачення; друга частина робіт висвітлює відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації українських телеканалів; третя частина аналізує спортивний телерепортаж як найважливіший елемент сучасного спорту, знайомить з методикою роботи українських спортивних телекоментаторів.

Досить цікавою та насиченою є еволюція професійного спорту, що пройшов складний шлях від зародження в Давній Греції, ери популяризації здорового образу життя у СРСР до залежної від шоу та спонсорів сучасності. Наразі спортивне телебачення як ніколи спрямоване на отримання прибутку за допомогою долучення до спортивного заходу якомога більшої кількості глядачів. Спортивне телебачення допомагає: а) державі поліпшити свій імідж на світовій арені, а отже забезпечити в подальшому стабільні прибутки, б) спонсорам завдяки популяризації свого бренда отримати більше клієнтів; в) громадянам заповнити своє дозвілля та долучитися до культури спорту.

Основним аксіологічним протиріччям на шляху встановлення значення спорту як соціокультурного феномену є формування таз званої «лінивої аудиторії» спортивних шанувальників, основною метою яких є прагнення не залишитися осторонь модних спортивних тенденцій, весело провести час перед екраном телевізорів, підтримати комунікаційні зв'язки з іншими шанувальниками. Однак, аж ніяк не долучитися до спорту як такого. Для нівелювання подібних тенденцій виробникам телевізійного контенту варто працювати над покращенням власного професіоналізму, формуванням критичного мислення у глядача. Зокрема, важливо, щоб подана інформація відповідала критеріям об'єктивності, актуальності та релевантності.

РОЗДІЛ 2. ВІДМІННОСТІ СПОРТИВНОГО КОНТЕНТУ ЗАЛЕЖНО ВІД СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕЛЕКАНАЛУ

2.1. Спортивні новини на українському телепросторі у 2009-2019 рр. (на матеріалі каналів «Україна», «ICTV», «Інтер» та «UA: Суспільне»)

Останні тридцять років, час, коли в українській журналістиці спостерігаються суттєві зрушення, пов'язані зі зміною суспільно-політичних реалій – здобуттям незалежності України, а отже поглибленим зацікавленням українською журналістикою у зв'язку з приходом нового покоління молодих професіоналів та зміною форматів.

Ще за часів СРСР вагому роль відігравав спорт. Сьогодні ця сфера суспільної діяльності є також однією з найвпливовіших у плані популяризації здорового способу життя, високих досягнень, зміцнення престижу держави. Тому в планетарному масштабі інтерес до спорту більш ніж вагомий.

І не зважаючи на те, що зі здобуттям Україною незалежності спортивна інформація для програм «Время», «Новости» та підсумкових передач з різноманітних видів спорту на Центральному телебаченні СРСР залишилася у минулому, зросла активна роль спорту в рекламній сфері, і закономірним явищем залишилась його популяризація на телебаченні. «Практично всі без винятку українські телеканали продукують або власні спортивні новини, або відповідні інформаційно-аналітичні програми, або здійснюють прямі трансляції рейтингових змагань, або і те, і інше разом» [76, с. 117].

Висвітлюючи подачу спортивних новин на українському телебаченні, до розгляду взято вечірні випуски спортивних новин чотирьох вітчизняних телеканалів – «Україна», ICTV, «Інтер» та «UA: Суспільне мовлення» за період протягом 2009-2019 рр. Узято до уваги, що закрите акціонерне товариство «Україна» – потужний медіазасіб країни, який входить до трійки провідних у рейтингу загальнонаціональних телеканалів. Останнім часом він продемонстрував зростання кількості аудиторії майже на третину й, крім інформаційно-

го, пізнавального, дитячого, розважального й художнього, веде спортивне мовлення (зокрема на кабельну мережу та супутниковий зв'язок), охоплюючи всі групи глядачів) [49]. У свою чергу ICTV – перший недержавний загальнонаціональний канал, який володіє однією з найбільших мереж ефірного мовлення в Україні й подає спортивні огляди майже від початку створення телеканалу [46]. Дивитись програми цього ЗМІ має змогу 95% населення країни, а це майже 41 мільйон людей [55].

Що стосується телеканалу «Інтер», то це загальнонаціональний канал, що працює з жовтня 1996 року, і входить до однієї з провідних медіа груп України Inter Media Group, що поєднує канали «Інтер+», НТН, К1, К2, «Мега», «Ентер-фільм», «Піксель», MTV Україна та інші медіаактиви. «За результатами 2012 року, «Інтер» був лідером за показниками телеперегляду усіх основних цільових аудиторій. На каналі виходять інформаційні програми, розважальні шоу, концерти, ток-шоу, соціальні проекти, ігрові шоу та пізнавальні програми» [59]. «Інтер» – один із небагатьох українських каналів, що приділяє серйозну увагу спорту...» [60].

«UA: Суспільне мовлення» (використовується також назва «UA: Суспільне») входить до Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ), що є українським суспільним телерадіомовником, який об'єднує найстаріші українські телеканали та радіостанції (попередник Національна телекомпанія України) і «...мовить на двох загальнонаціональних телеканалах «UA: Перший» та «UA: Культура», трьох загальнонаціональних радіоканалах «UA: Українське радіо», «UA: Радіо Промінь» та «UA: Радіо Культура», міжнародному «Radio Ukraine International», а також регіональних телеканалах» [47]. Засновано 19 січня 2017 року.

Суттєвим є й те, що «випуски спортивних новин на каналах «Україна» та ICTV виходять майже одночасно – приблизно від 19.10 до 19.20 (в інформаційній програмі «Факти» на ICTV) та від 19.15 до 19.25 (в інформаційній програмі «События» на телеканалі «Україна») і фактично однакові за хронометражем» [76, с. 118]. Що стосується на «Новин» UA: Суспільному, то вони

виходять в 21.00. Додатково це дає можливість, з одного боку, зробити певні узагальнення, а із іншого, виявити специфічні риси кожного з ефірних продуктів.

Оцінюючи вечірні випуски новин на каналах «Україна», «ICTV» та «UA: Суспільне», слід зазначити, що в цілому спостерігається схожі тенденції у висвітленні спорту. Програмам притаманні в основному трихвилинні блоки з переважно трьома-чотирма повідомленнями в кожному. Ці блоки незмінно подаються наприкінці інформаційних випусків, тож прихильна аудиторія чітко знає, коли їй чекати потрібної інформації.

Ураховуючи темп і характер мовлення, середній час сюжету не більше в одній – півтори хвилини, молодим спортивним ведучим загалом удається створювати цілком динамічні події випуски. Останніх переважно характеризують стислість, оперативність, значною мірою злободенність, достатня насиченість фактами, уміння сконцентрувати увагу на головному.

У більшості випадків введення ведучих є теж короткими й логічно вмотивованими. Новини розглядаються переважно у формі відеозаміток та оглядів. Перші з них дозволяють максимально стисло розповісти про минулі, теперішні чи майбутні події. «Особливо відеозамітки вдало використовуються тоді, коли спортивні випуски максимально насичені інформацією або є зібраний матеріал позбавлений вагомої кількості фактажу. Якщо ж у випуску вдалося охопити найголовніші події спортивного дня планети або країни, то вхід успішно ідуть огляди» [76, с. 118].

На думку В. Тарасюка, на телеканалах «Україна» й ICTV інформаційні блоки віддзеркалюють ряд недоліків у висвітленні спорту. Насамперед упадає в око незбалансованість новин, відсутність системності в їх подачі. Лише окремі з випусків у рамках відведеного часу задовольняють потреби широкої аудиторії. Переважно це стосується каналу ICTV. Отримані підсумки мимоволі тяжіють до висновку, який зробив журналіст-коментатор Д. Босянок: «У нас спортивна тележурналістика перебуває на початковій стадії розвитку. Ми значно відстаємо від європейських телевізійних каналів. Дуже часто спорти-

вне наповнення роблять майже випадкові люди, бо керівництво каналів, як правило, у першу чергу звертає увагу не на зміст новин, а на наявність спонсора» [62].

Слід додати, що на «UA: Суспільному» існує ще й окрема програма, присвячена новинам спорту «UA: Спорт», що виходить одразу після «Новин» (21.30). «UA: Спорт» – «це програма, яка не лише ознайомить Вас з останніми спортивними новинами України і світу, представить коментарі безпосередніх учасників подій та фахові оцінки експертів, а й змусить Вас подивитися на спорт під іншим кутом, покаже те що зазвичай залишається за кадром. З нами ви знатимете про спорт усе... і навіть трохи більше!» [69] – обіцяють телеведучі Дар'я Кузнецова та Сергій Цукіло.

Що стосується каналу «Інтер», то з грудня 2000 року виходить в ефір програма «Інтерспорт» (ведучий Роман Кадьомин), а з вересня 2011 року, телеканал запустив нову програму «Спорт в деталях». Кожного дня, в 20.30, одразу після інформаційно-аналітичної програми «Деталі» в ефірі програма, що пропонує все про головні події спортивного життя України та зарубіжжя. Тобто, на відміну від каналів «Україна» та ICTV, на «Інтері» та UA: Суспільному ми маємо окремі програми, що знайомлять телеглядача з останніми результатами знакових чемпіонатів країни та світу з ексклюзивними коментарями героїв про те, що залишилося за кадром; курйози та події у спорті; скандали та події із зірками спорту; освітлення проблем українського спорту; прогнози підсумків чемпіонатів в оцінках провідних спеціалістів.

«Ми робимо новини не тільки для спортсменів та любителів спорту, а новини про цікавий спорт для усіх українців, і в першу чергу, для наших глядачів телеканалу «Інтер» [67], – розповідає головний редактор програми «Спорт в деталях» Олександр Даниленко. Ведучі програми Роман Кадьомин та Дмитро Глібов.

Роман Кадьомин був ведучим спортивних новин і програм «Інтерспорт» та «Большой бокс» на телеканалі «Інтер», коментував футбольні матчі.

Паралельно працював над створенням документальних фільмів, серед яких «Україна. Путь к триумфу» про історичні досягнення футбольної збірної та її виході у фінальну частину ЧМ-2006.

Телеканали, на думку В. Тарасюка віддають тотальну перевагу футболу. «Особливо недостатньо висвітлюються не олімпійські, спортивно-технічні, прикладні види спорту та інваспорт (спорт для людей з обмеженими фізичними можливостями)» [76, С. 119].

Іще однією особливістю спортивної політики телеканалів є продукування в ефір удосталь матеріалів про участь європейських клубних грандів у внутрішніх чемпіонатах, про виступи українських команд в елітних вітчизняних дивізіонах та єврокубках, про зірок-гравців та тренерів, збірні країн. Водночас майже відсутні сюжети на теми дитячо-юнацького спорту, діяльності ветеранів, славного минулого тощо. Крім того, спортивні огляди доволі часто підміняються власне футбольними підбірками. Особливо ним виділяється телеканал «Україна». Суто футбольні випуски неодноразово мали місце на каналі.

Інша невідповідність пов'язана з тим, що випуски новин часто перенасичують повідомленнями, які фактично не мають стосунку до вітчизняної аудиторії або тільки частково відповідають її інтересам, запитам. Сама назва телеканалу «Україна» говорить про пріоритет новин, пов'язаний з цариною вітчизняної фізкультурно-спортивної галузі. Але на чотири повідомлення – три про міжнародні події, не пов'язані з нашою країною.

У цілому практика подачі спортивної тематики на українських телеканалах свідчить, що в інформаційних випусках надміру повідомлень про події та явища за кордоном у таких видах як автомобільний, мотоспорт, баскетбол, хокей, теніс тощо, а це далеко не завжди відповідає інтересам української аудиторії. «Розповідаючи, скажімо, про японське сумо, чи про тайський бокс, телеканали не пропагують національних видів єдиноборств, такі як бойовий гопак, спас, хортинг. Відповідно утверджується дух бойових традицій далекого зарубіжжя. Патріотично налаштована молодь втрачає необхідні спортивні

вні орієнтири в цьому відношенні. Або ж, наприклад, активно висвітлюючи численні міжнародні змагання з вело-, гірськолижного спорту, стрибків на лижах із трампліна, вітчизняні телеканали майже не розповідають про плачевне становище цих видів в Україні» [76, с. 119].

На прикладі зимових видів спорту спостерігається інша крайність. В ефірі переважають міжнародні змагання із біатлону тоді, коли в них українські спортсмени посідають місця в четвертому, п'ятому, і навіть шостому десятках. Натомість висвітленню не підлягає видовищний і також із олімпійської програми акробатичний фрістайл, хоч наша співвітчизники займають призові місця на етапах Кубка світу, Європи. Подібного ігнорування зазнають і деякі інші види спорту, хоч досягнення в них теж очевидні.

«Редакторам, ведучим, кореспондентам спортивно-новинних випусків потрібно чимало працювати над загальною драматургією випусків, удакої їх режисурою» [76, с. 119], – вважає В. Тарасюк. А В. Мула зазначає, що «висвітлення тієї чи іншої новини – це як смачно приготована справа. Але самого її приготування мало, потрібно ще вміти її красиво подати! Щось на кшталт цього відбувається з відповідною новиною» [46]. Збагатилися б випуски новин стендами та синхрони, які нечасто прикрашають випуски. Утім якщо стосовно появи в ефірі знятого на місці події крупного плану репортера в тележурналістиці немає одностайної думки, то навіть з огляду на короткий хронометраж спортивних блоків у ряді випадків синхрони були б виграшними. На думку М. Стівенса «важливі висловлювання важливіші, ніж дотримання формального розкладу» [72, С. 329]. Як показує практика, особливо доречно поява в кадрі гравців, тренерів, за думкою В. Тарасюка, напередодні або одразу після важливих матчів вітчизняних команд. Оперативні коментарі з перших вуст, без сумніву, будуть дієвими. Вони додатково ще й, так би мовити, збуджують уболівальницький апетит, підігривають зацікавленість до важливої спортивної події.

У контексті сказаного є виграшною ставка на різні форми подачі матеріалів. Вище зазначалося, що провідне місце у випусках спортивних новин по-

сідають відеозамітки і огляди. Однак, за думкою В. Дмитровського, варто ефективніше застосовувати систему різних видів усних повідомлень – хронікальних, розширених, коментованих [18, с. 70]. Спортивні журналісти практично ігнорують репортаж з місця події. «Та й у цілому можливості репортажу враховано недостатньою мірою, – вважає В. Тарасюк. – А саме рамки такого відеосюжету дозволяють ґрунтовніше й об’ємніше розкрити подію, посилюють його наочність, емоційність, першочергово тоді, коли глядачі дізнаються про принципові матчі офіційних змагань (із футболу, волейболу, баскетболу)» [76, с. 120].

Існує думка, що жанрову палітру могли б збагатити також інші форми подачі матеріалів, серед них бліц-інтерв’ю, невеликі коментарі, відеозвіти тощо. Кожен з них виконує певну провідну функцію: створює ефект наочності, дає можливість проаналізувати причини певного явища або коротко передати суть виступів. У такому разі дещо збільшився загальний хронометраж виступів, але на динаміці це суттєво не позначилося б. Крім того, новини не повинні зводитися тільки до чиїхось поразок чи програшів. Як наголошує В. Кулик: «...детального вивчення й узагальнення потребують не лише результати, що досягнуті спортсменами, а й ті процеси, які цьому сприяли чи передували» [37, С. 6]. Такий підхід також урізноманітнив би створення випусків інформаційних продуктів, збагатив їх елементами аналітики, глибшим осмисленням. Відповідно урізноманітнення зазнає загальний формально-змістовий портрет спортивних блоків.

Отже, на основі здійснення аналізу подачі спортивних новин на українському телебаченні є підстави стверджувати, що телеканали «Україна», ICTV, «Інтер» та UA: Суспільне на відміну від ряду деяких інших центральних каналів, регулярно висвітлювали спорт у прайм-таймовий час. Про це свідчили відповідні блоки новин у вечірніх інформаційних програмах «События», «Факти», «Новини» а також окремі передачі «Інтерспорт», «Спорт в деталях» та «UA: Спорт». Що стосується програм «Новини», «События» та «Факти», то підібраний матеріал з хронометражем у цілому був не-

ликим, із кількома сюжетами, однак вони відзначалися інформаційною насиченістю, оперативністю та відносною актуальністю. При цьому журналісти широко використовували такі жанри як відеозамітка, огляд.

Загалом досліджені засоби масової інформації здійснювали певний вагомий внесок у пропаганду спорту, здорового способу життя. Та їм було слід вимогливіше підходити до створення випусків спеціалізованих новин. Оскільки телеканали надавали перевагу так званим комерційним видам, а надто футболу, то треба було особливо повніше висвітлювати інші олімпійські види, а також види з неолімпійської програми, спортивно-технічні, прикладні види спорту та види спорту для осіб з особливими потребами. Дотримуючись збалансованості в подачі тем, жанрів, видів спорту, їх географічного охоплення (країна-світ), спираючись на запити аудиторії, національні традиції та спрямування в спорті, можна було суттєво поліпшити якість випусків новин.

Що стосується стану 2019 року, телеканали «Україна», ICTV та «Інтер» відмовились від рубрики зі спортивними новинами, оскільки не змогли конкурувати з оперативністю з інтернет-ЗМІ. Лише канал «UA: Суспільне мовлення» продовжує знайомити глядачів зі спортивними новинами України та світу. Важливо зауважити, що на цьому телеканалі приділяється увага спорту не тільки в «Новинах» та передачі «UA: Спорт». Крім того, ще здійснюються прямі трансляції. Наприклад, телеканал UA: Суспільне 30 листопада 2019 року обіцяє своїм глядачам пряму трансляцію з біатлону. А що стосується телеканалу «Інтер», то він у висвітленні спорту більш тяжіє до формату ток-шоу.

Висвітливши спортивні новини на українському телепросторі у 2009-2019 рр. (на матеріалі каналів «Україна», ICTV, «Інтер» та UA: Суспільне) маємо зауважити, що з плином часу у спортивній журналістиці відбуваються зміни. Кожний телеканал по-своєму реагує на ці зміни, веде свою боротьбу за свій рейтинг, за свого глядача. Якщо частина телеканалів («Україна», ICTV) відмовились від рубрики зі спортивними новинами, то інша частина («Інтер» та UA: Суспільне) вважає за потрібно продовжувати свою діяльність у цій галузі.

2.2. Ток-шоу у спортивній журналістиці (на матеріалі каналів 2+2, ТРК «Україна», «Інтер»)

Спортивна телевізійна журналістика в Україні з плином часу змінюється. Одні формати відходять у минуле – від рубрики зі спортивними новинами вже відмовилася більшість центральних телеканалів, оскільки не мають змоги конкурувати в оперативності з інтернет-ЗМІ. Натомість на перший план вийшли інші формати. Вітчизняні телевізійники після більш ніж десятирічної практики з оглядово-аналітичними передачами, дійшли до висновку, що найоптимальнішим у аналітичному плані є жанр ток-шоу, адаптований для особливостей спортивної тематики.

Отже, що ж розуміємо під класичним значенням терміна «ток-шоу»? Сучасний словник літератури та журналістики за редакцією М. Ф. Гетьманця та І. Л. Михайлова пропонує наступне тлумачення жанру ток-шоу (від англ. «talk» – розмова і «show» – видовище, вистава): «це напрямок у телевізійній журналістиці, змістом якого є інформування глядачів за допомогою «розмови» (діалогу, полілогу) перед телекамерою, а також залучення до обговорення піднятих проблем аудиторії як у студії, так і поза нею» [12, с. 337]. Інший дослідник, Іван Мащенко у «Термінологічному словнику основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо» характеризує ток-шоу як «розмовну або розважальну передачу на ТВ, котра побудована як бесіда ведучого з одним або кількома виступаючими (часто в присутності аудиторії в студії, яка, зазвичай, жваво реагує на перипетії розмови)» [44, с. 430]. Автор підручника «Телевізійна журналістика: теорія і практика» Анатолій Яковець формулює своє бачення ток-шоу. У його тлумаченні «це розмовне видовище, під час якого відбувається спілкування ведучого-рефері й учасника (учасників) зі студією, та яке передбачає запитання й відповіді, можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь» [89, с. 108]. Варто зауважити, що кожен з дослідників ток-шоу виокремлює

поняття діалогічності (полілогічності) як характерного прийому драматургії розмовних видовищ. У праці «Новаторські та традиційні риси у форматі ток-шоу як комунікаційного жанру» Марія Доманська наголошує: «У контексті сюжету самого ток-шоу важливішою є не кульмінація, а сам розвиток подій (гострота думок). Плюралізм суджень породжує довіру у глядача. Діалогізм ток-шоу – це вторгнення у свідомість аудиторії. Зазвичай, теми програми є загально важливими і не можуть не привернути уваги, а запальна дискусія, що породжує різновекторне зображення проблеми, стимулює аудиторію думати і шукати свої відповіді» [20, с. 4].

Спеціалізовані телеканали роблять своєрідні шоу – передматчеві та післяматчеві програми, показують кращі моменти гри, здійснюють додаткові зйомки того, що відбувається до та після поєдинку. Схожі передачі існують і на місцевих телеканалах, присвячені вони, передусім, локальним спортивним подіям і досягання місцевих спортсменів.

На думку А. Гусєва, «найкращими спортивним шоу країни є «Про футбол» (2+2) та «Великий футбол» (ТРК «Україна»)» [16, с. 64].

«Про футбол» – одне з перших футбольних шоу в нашій країні. Програма виходить з 30 серпня 2010 р. на каналі «2+2» і висвітлює футбольні новини в Україні та за її межами.

На початку свого існування ця передача мала дещо інший формат. «Про футбол» планувався як унікальний проект, родзинкою якого повинна була стати відвертість і чесність футбольних експертів. Глядачам обіцяли розповісти про афери у футбольному світі. І не тільки про афери, а й про український футбол у цілому. Було представлено аналіз і оцінки матчів. Ведучими проекту були Константин Андріюк і Лідія Таран. У шоу обговорювались актуальні події у світі українського футболу. Ведучі разом зі спортивними експертами та гостями розповідали про найсвіжіші новини і цікаві моменти «з полів». «Ми не будемо дотримуватись якогось жорсткого формату, – коментував Костянтин Андріюк. – Окрім ведучих у студії будуть гості: футбольні експерти, тренери команд, арбітри, відомі футболісти, журналісти і

обов'язково фанати різних футбольних клубів. Це буде спілкування, діалоги, жарти, аналіз останніх ігор і обов'язково – авторські репортажі наших спортивних журналістів «по гарячих слідах». Обіцяємо, що глядачеві нудно не буде. І не тільки футбольним фанатам, а й людям, далеким від футбольних подій. Спеціально для них у кінці кожної програми буде спеціальний розважальний сюжет. Наприклад, про дружин футболістів, які переїжджають за своїми чоловіками як за декабристами – з країни в країну» [77].

Тоді це була передача, яка тривала дві з половиною години. «Втримати глядача біля екрану телевізора вздовж настільки тривалого відрізка часу було практично неможливо» [52, с. 201], – зазначає Д. Плахта. Згодом на телеканалі відбулося перезавантаження «Про футболу» з новими ведучими та новим підходом. Із тих пір це спортивне аналітичне ток-шоу, головна мета якого підсумувати футбольний тиждень, що минув, проаналізувати не лише самі матчі, а й звернути увагу на проблемні питання українського футболу. Хронометраж програми складає півтори-дві години, залежно від контенту та жвавості обговорення. Формат студії передбачає двох ведучих та двох гостей. Гостями є футбольні експерти, дуети яких чергуються та змінюються кожної програми. Моделюють дискусію ведучі програми Ігор Циганик та Олександра Лобода.

Яким же має бути цікаве підсумкове футбольне аналітичне ток-шоу? Чим воно відрізняється від усталеного формату цього телевізійного жанру? Власне тут і проявляється неklasичний підхід, який використовують у спортивній тематиці «Теми для обговорення – обмежені. Як наслідок, необхідні вкраплення в це ток-шоу певних подієвих фактів. У цьому й полягають неklasичні для ток-шоу варіанти розвитку подій», – підсумовує Ігор Циганик у своєму майстер-класі «Спортивна журналістика» [71]. По суті, ці «вкраплення», про які говорить І. Циганик, і є візуалізація тем для обговорень у студії. І в цьому випадку ситуація вже інша – часу аби обговорити все в студії, залишається не так багато. Футбольний тиждень у розпалі сезону – це, як мінімум, шість матчів чемпіонату України. Також не варто забувати про виступи

вітчизняних клубів у єврокубках і на матчі національної збірної України. Отже, з кожного вищезгаданих матчів журналісти програми роблять репортаж. Сценарний план програми також розбавляється іншими «вкрапленнями» – сюжетами проблемного, нарисового та іншого плану. Як наслідок, для самого ток-шоу в студії часу залишається дуже мало.

«Про футбол» з'являється в ефірі щонеділі о 21.30 і не тільки підбиває підсумки футбольного тижня: тоді ж відбувається обговорення найгостріших моментів, даються прогнози на майбутнє і проводяться дискусії висококваліфікованих експертів. Ведучий у студії разом з гостями-експертами обговорює актуальні питання футбольного життя. Журналісти програми готують авторські матеріали, які орієнтовані на ексклюзивність. До розмови в студії приєднуються футболісти і тренери. Дискусію експертів доповнюють коментарі глядачів, отримані через Інтернет. Після матчів єврокубків, які транслюються на телеканалі «2+2», програма виходить в ефір близько опівночі під назвою «Про Лігу Чемпіонів УЄФА» та «Про Лігу Європи УЄФА», і в ній розбирають матчі ігрового дня.

«В ефірі завжди присутні три експерти, щоправда, не завжди вони об'єктивні, і не завжди вони експерти. Згадати лише як в ефірі Олег Орехов (екс-арбітр УЄФА), коментуючи ситуацію з непризначеним пенальті у ворота «Шахтаря» в матчі з «Карпатами», коли Олександр Кучер зупинив простріл у штрафну своєю лівою рукою, а потім ще й обійняв м'яч правою, сказав, що це нібито був момент на розсуд судді, тобто 50 на 50. Проте це була помилка арбітра, – зазначає А. Гусєв. – Загалом майбутнє програми бачиться досить перспективним, хоча теми для обговорень можна підбирати й гостріші, ніж просто аналіз спірних моментів останнього туру чемпіонату» [16, с. 65].

З 8 червня по 1 липня 2012 року, в дні, коли були матчі чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі, на телеканалі «Україна» та «Футбол» транслювався спеціальний проект «Великий футбол», який вів Олександр Денисов разом з дочкою головного тренера збірної України Олега Блохіна Іриною. Після завершення Євро 2012 ця програма, яка користувалась успіхом

під час чемпіонату замінила «Футбольний вік-енд» на каналі «Україна». У першому ефірі, що відбувся 2 вересня відразу по завершенні матчу «Шахтар» – «Динамо». Допомогати ведучим почали постійні експерти шоу: спортивний коментатор Юрій Розанов і тренер Ігор Гамула. В першій передачі також взяв участь Максим Неліпа, який займався інтерактивним спілкуванням з глядачами в соціальних мережах та на офіційному сайті каналу «Україна», але вже після першого ефіру він покинув передачу. Крім нього були запрошені гості Марко Матерацці, Віктор Грачов та Олег Саленко, а також на програму завітав Президент ФФУ Анатолій Коньков. Незабаром Блохіна покинула проект і Денисов став її постійним єдиним ведучим.

Другий сезон розпочався 4 серпня 2013 року і став транслюватись на каналах «Футбол» і «Україна». Співведучими Денисова стали російський експерт Юрій Розанов і экс-футболіст Віктор Леоненко, який незадовго до того покинув передачу «Про футбол». У 2014 році, після зимового футбольного міжсезоння, Юрій Розанов не повернувся в ефір. Пізніше стало відомо, що Розанов розірвав співпрацю через політичну ситуацію в Україні. Його місце в програмі зайняв український коментатор і ведучий Віктор Вацко. Одне з його головних умінь – «адекватна аналітика та розбір матчів» [51].

Повертаючись в ефір телеканалів «Футбол» та «Україна», глядачам обіцяли «ще більше спортивної аналітики, підведення підсумків зіграних матчів, експертний розбір поєдинків, детальний аналіз ключових ігрових моментів, авторські сюжети, ексклюзивні прямі включення та багато іншого» [51].

«Великий футбол» – це авторська програма Олександра Денисова (премія «Телетріумф» в номінації «найкращий спортивний ведучий 2012 року»), дякуючи якій можна дізнатися про всі футбольні події тижня в Україні менш ніж за дві години. Зараз програма «Великий футбол» виходить у прямому ефірі щонеділі о 23.00.

«Крім аналізу ігор, у «Великому футболі» є ще цікаві сюжети, а також інтерв'ю гравців та тренерів. Коли за справу береться команда Олександра Денисова, то тут є на що поглянути. До речі, присутні і «підколи» з боку экс-

пертів. Обрану практику використовують два Віктори, а іноді виходить досить потішно. Головне при цьому знати міру» [51].

Ток-шоу «Про футбол» вважається аналогом і конкурентом «Великого футболу».

Більш ніж 10 років в ефірі телеканалу «Інтер» найважливіші боксерські поєдинки світового рівня транслюються у проєкті «Великий бокс». Глядачі «Інтера» слідкували за успіхами братів Кличко, Олександра Усика, Василя Ломаченка, Вячеслава Узелкова, Віктора Постола, Макса Бурсака. «За цей час бокс в Україні став спортом №1, в тому числі дякуючи інформаційній підтримці телеканалу «Інтер». Глядачі з цікавістю дивляться не тільки бої українських боксерів, але й знайомі поєдинки зарубіжних спортсменів» [63].

Перед початком прямих трансляцій у студії збираються експерти, щоб обговорити протистояння, що має відбутися, а також поділитися своїми прогнозами. Також перед самим початком бою «Інтер» показує документальні проєкти. Наприклад, перед початком бою за звання абсолютного чемпіона світу Олександра Усика та Мурата Гасиева, «Інтер» показав прем'єру документального проєкту власного виробництва телеканалу «Фаворит». Він присвячений участі Олександра Усика в турнірі Всесвітньої боксерської суперсерії. Ця історія охоплює рік з життя українського боксера: з моменту початку його участі у WBSS і аж до фінального поєдинку у Муратом Гасиевим. Глядачі дізналися, що то був за час для Олександра: про тренування Усика, отриманих травмах, а також боях, які він провів у статусі явного фаворита.

Окрім того, телеканал «Інтер» організовує відкриті прес-конференції з відомими боксерами. Наприклад, 10 лютого 2018 року разом з ТРЦ «Gulliver» «Інтер» організував зустріч з Василем Ломаченком, на яку завітали 50 представників ЗМІ і більш як 5 тисяч його прихильників. «Прес-конференція стала першим публічним заходом за участю спортсмена після того, як одразу декілька авторитетних світових видань – The Ring, Fightnews, телеканали HBO, ESPN – визнали його кращим боксером 2017 року незалежно від вагової категорії...А за кілька днів до заходу на Facebook-сторінках

телеканалу «Інтер», ТРЦ «Gulliver» та фан-клубу спортсмена його фанати залишили більше тисячі запитань. Василь Ломаченко відповів на деякі з них під час прес-конференції, а авторам найцікавіших питань передав сувенірні рукавиці зі своїм автографом» [39].

Напередодні ювілею програми «Великий бокс» (10 років) в ефірі «Інтера» вийшов спецвипуск програми, де підбивалися підсумки найцікавіших боксерських поєдинків та найважливіших подіях українського боксу за останні десять років. Також глядачів знайомили з перспективами цього виду спорту у нашій країні, та інформували як створювався головний телевізійний проект про бокс в Україні. Про це розповідали керівник редакції справних програм телеканалу «Інтер» Сергій Долбилов та ведучий «Великого боксу» Роман Кадьомин (з 2012 року веде програму «Великий бокс», за роботу в якій у 2013 році був удостоєний премії «Телетріумф» в номінації «Ведучий спортивних програм»). Ось що каже сам Кадьомин: «Дякуючи нашому телеканалу мільйони українських глядачів змогли стати свідками ... важливих подій у світі спорту... Більше десяти років «Інтер» транслює поєдинки українських боксерів. Думаю, саме дякуючи постійній підтримці «Інтера» бокс став настільки популярним спортом в Україні, а наші боксери – справжнім світовими зірками. За боксерськими поєдинками... у нашому ефірі завжди спостерігають мільйони людей. Це не тільки любителі спорту, але й ті, хто вболіває за свою країну і за наших спортсменів. Це доводить, що українському глядачеві цікавий спорт. Тому ми й надалі будемо розвивати спортивне мовлення на «Інтері» [60].

1 грудня 2012 року під час нагородження премією «Телетріумф» проект «Великий бокс» переміг у номінації «Спортивна програма».

Визначивши формат ток-шоу у спортивній журналістиці (на матеріалі каналів 2+2, ТРК «Україна», «Інтер») маємо зауважити, що на українському телепросторі на стан 2019 року затвердився новий спортивний формат – спортивне ток-шоу («Про футбол», «Великий футбол», «Великий бокс»), що витримує конкуренцію з інтернет-ЗМІ та спеціалізованими спортивними телеканалами.

2.3. Особливості спеціалізованих спортивних телеканалів

2.3.1. «Футбол-1» і «Футбол-2» – найпопулярніші спортивні канали

Найпопулярнішими саме спортивними каналами в нашій країні є канали медіахолдингу «Медіа Група Україна» «Футбол-1» і «Футбол-2». До кінця листопада 2013 ці телеканали мали назви «Футбол» і «Футбол+» відповідно. Із січня 2014 року змінилися умови дистрибуції каналів для кабельних і супутникових операторів, що стало причиною нового стратегічного позиціонування, брендингу й назв каналів. Кожен з них став доступний в SD та HD версіях. Графічне оформлення ефіру стало єдиним, рівнозначним; є і програмування телеканалів: матчі всіх чемпіонатів та присвячені їм програми тепер розділені в паритетному співвідношенні.

Телеканал «Футбол-1» в ефірі з листопада 2008 р. і це перший спеціалізований телеканал в Україні, присвячений виключно футболу. Особливу увагу тут приділено футбольним грандам. Матеріали, що отримуються безпосередньо від клубних каналів, адаптовані для українського глядача. Першою прямою трансляцією став матч чемпіонату Франції між командами «Гавр» та ПСЖ, а найпершою трансляцією стала зустріч між збірними України й Білорусі (відбірковий матч ЧС-2010, який раніше транслювали на Каналі «Україна»). Телеканал «Футбол-1» транслює матчі європейських збірних (відбір на ЧС-2014, а також Євро-2013) (U-21)). Крім того, канал є офіційним транслятором української прем'єр-ліги і кубка України. На телеканалі «Футбол-1» можна побачити більшість матчів прем'єр-ліги України у прямій трансляції, топ-матчі європейських чемпіонатів – Іспанії, Італії, Англії, Німеччини, Франції. Важливе місце в сітці займають програми власного виробництва. «Європейський вікенд» і «Футбол News» – регулярні випуски новин, які висвітлюють актуальні футбольні події, останні футбольні результати, трансфери гравців. Улітку 2014 року «Футбол-1» став офіційним транслятором

Чемпіонату світу ФІФА у Бразилії. Журналістами телеканалу було впроваджено ряд проектів, присвячених цій події. Висвітлення чемпіонату світу не обмежувалося прямими трансляціями ігор, було показане й те, що відбувалося навколо матчів, в аналітичних програмах і передачах, присвячених футболу. На цьому турнірі матчів було набагато більше, ніж на чемпіонаті Європи 2012 р.

З осені 2014 року матчі національної збірної України з футболу були показані на каналі «Футбол» у повному обсязі. Для футбольних каналів первинними завданнями є показ гри збірної не лише як матчу, але і як події, яка цікавить усіх без винятку уболівальників. Спеціально для футбольної збірної України було створено окремий цикл програм, що розповідають про життя команди, як на полі, так і поза його межами.

В ефірі каналу велику увагу приділяють не лише подіям на полі, а й тому, що відбувається за межами футбольних арен. «Окрім футбольних трансляцій, увазі телеглядачів, які цікавляться усім, що пов'язано з футболем, пропонують власні інформаційно-аналітичні телепрограми каналу «Футбол». Це скажімо, «Ніч Ліги чемпіонів», авторська програма «Моя гра», огляди різних чемпіонатів та інші документальні футбольні телепередачі» [76, С. 65].

Як уже зазначалось вище, канал «Футбол» входить до медіа холдингу «Медіа група Україна», усім статутним капіталом якого володіє «Систем Кепітал Менежмент». Тобто подальший розвиток цього телеканалу є зоною підвищеного інтересу акціонерів компанії. «Медіа груп Україна» вкладає кошти в програмне забезпечення, дає можливість робітникам каналу працювати за допомогою сучасної техніки, просуває й розвиває бренд телеканалу «Футбол». Також є зацікавленість і в професійному зростанні співробітників телеканалу. Слоганом каналу є фраза «Футбол більше ніж гра».

Причиною створення другого телеканалу, що входить до об'єднання каналів «Футбол» під назвою «Футбол-2», стала необхідність у показі більшої кількості матчів у прямому ефірі й виникненні нових аналітичних і розважальних програм. Телеканал «Футбол-2» почав мовлення 1 березня 2011 року і

став першим спортивним HD-каналом в Україні. У липні 2012 року українські глядачі отримали можливість дивитися світовий футбол у над чіткому зображенні. Сама ж гра представлена тут у повному спектрі: Ліга чемпіонів УЄФА і Ліга Європи, матчі європейських чемпіонатів, а також південноамериканські чемпіонати Бразилії та Аргентини.

Напередодні фіналу Ліги Чемпіонів (травень 2018 року) канали «Футбол-1» / «Футбол-2» мали досить масштабні плани. У дні матчів ефір телеканалів повністю присвячувався найпрестижнішому клубному турніру планети. Уперше в історії українська столиця прийняла фінал найпрестижнішого європейського клубного футбольного турніру. Поєдинок двох найсильніших команд Європи пройшов на НСК «Олімпійський» у Києві і транслювався у прямому ефірі на каналі «Футбол-1».

Телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» також отримали статус хост бродкастера, що припускає повне виробництво фінали жіночої Ліги чемпіонів і дає можливість бути представленим на «Фестивалі чемпіонів УЄФА», що проходив на Крещатику з 24 до 27 травня, в якості партнерів. Спеціальна фотозона телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» дозволяла глядачам зануритися у світ футбольного телебачення, відчувати себе у ролі ведучих, коментарів та експертів.

«Дуже нелегко було отримати цей статус. Ми транслювали поєдинки Ліги чемпіонів, але фінал – це окрема історія. Треба було пропрацювати і узгодити багато організаційних питань з УЄФА. Саме нашими зусиллями буде створена трансляція на увесь світ фіналу Ліги чемпіонів жіночих команд. Це велика честь для усіх нас, – розповідав директор «Футбол-1» / «Футбол-2» Олександр Денисов, – Ми усіх запрошуємо на фан-фестиваль Ліги чемпіонів, де буде працювати наш майданчик – віртуальний тур телебачення. Кожний зможе відчувати себе і ведучим «Великого футболу», і футболістом, що дає флеш-інтервю, опісля матчу і режисером прямої трансляції. Безумовно, це будуть фотосесії та спілкування з особами «Великого футболу», і особами

інших проєктів: «Футбол NEWS», «Тур ONLINE», «Ніч Ліги чемпіонів» і так далі» [42].

Також у всіх відвідувачів фан-зони телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» була можливість сфотографуватися та взяти автограф у амбасадорів УЄФА та українських футбольних зірок. Для людей з обмеженими можливостями передбачалися пандуси, що вони теж могли взяти участь в усіх активностях.

23 травня глядачі у прямому ефірі могли побачити передматчеві прес-конференції та тренування «Вольсбургу» та «Ліону».

У день фіналу, 24 травня, почала роботу судія разом з ведучими Аллою Бублій и Євгеном Левченком, експертами Ією Андрущук, Ольгою Овдійчук, Катериною Монзуль та журналістами Єлею Іванкович та Владою Щогловою. Фінальний поєдинок почався 18.45 і для глядачів його коментував Андрій Столярчук.

Наступного дня увага глядачів була сконцентрована на чоловічому фіналі Ліги чемпіонів. Телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» у прямому ефірі показали усе: від зустрічі команд до святкування перемоги.

25 травня на території фан-фестивалю пройшов «Турнір чемпіонів» У ньому взяли участь команди легенд «Реалу», легенд «Ліверпулю», легенд Ліги чемпіонів та команда друзів Андрія Шевченко. Турнір включав два напівфінальні поєдинки, матч за третє місце і фінал. Усі чотири матчі телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» транслювали у прямому ефірі.

26 травня, канал «Футбол-1» генерував контент, що був присвячений фіналу: були постійні включення з фестивалю чемпіонів на Крещатику, випуски новин і багато іншого.

У день фіналу, 26 травня, за дві години до початку матчу почала роботу студія «Ніч Ліги чемпіонів». Матч коментував Віктор Вацко.

26 травня відбувся «Турнір каналів «Футбол», в якому взяли участь команди фан-клубів «Реалу» та «Ліверпулю», команди ветеранів та команди телеканалів «Футбол». Початок матчів у 13.15.

Головною особливістю чотириденного марафону став спецпроект «ChampionsFest», що починався в 10.20 одразу після «Футбол NEWS».

Бренди телеканалів «Футбол-1» та «Футбол-2» уже добре відомі всім глядачам. Менеджмент «Медіа Групи Україна» докладает великих зусиль до їх розвитку з урахуванням бізнес-плану. Наразі працівники телеканалів уже впровадили певні зміни у висвітлення спортивних подій, і, як можна побачити з високих рейтингів каналу, глядач добре сприймає ці інновації. На каналах є все те, що відбувається за лаштунками футболу, – дискусії, події, ексклюзивна інформація про подробиці життя, освіти, перспективи. Футбол на цих телеканалах позиціонується не як спорт вищих досягнень, а як захоплення та пристрасть.

21 листопада 2018 року у самому центрі столиці телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» відмітили ювілей. На святі зібралися команда каналів, партнери, колеги та зірки українського футболу, щоб разом згадати, яким був цей десятирічний шлях телеканалів «Футбол» в Україні. Привітати телеканали приїхали представники УЄФА, ФФУ, УПЛ, клубів Української Прем'єр-Ліги, серед них головний тренер збірної Андрій Шевченко, генеральний директор «Шахтаря» Сергій Палкін, президент «Олімпіку» Владислав Гельзин та багато інших.

Ведучі вечора Алла Бублій та Віталій Плецан надали гостям унікальну фотовиставку фотографа Генадія Чорномашинцева, що на протязі півроку знаходився поруч з командою телеканалів «Футбол». На чорно-білих знімках можна побачити головного тренера «Шахтаря» Паулу Фонсека, експерта каналу Йозефа Сабо, экс-гравця збірної України В'ячеслава Шевчука та інших.

Генадій фотографував кращі моменти роботи знімальних груп, журналістів, експертів, коментаторів, процес трансляції, яскраві моменти фіналу Ліги Чемпіонів УЄФА у Києві і всього футбольного телебачення.

«Хочеться сказати, що цифра десять – дуже символічна для футболу, бо в основному, усі найзабивніші форварди грали та грають під чим номером. У першу чергу, я хотів сказати теплі слова за адресою усіх працівників телека-

налу «Футбол»: «Хлопці, ви реально забивні! Дякуючи вашим амбіціям, дякуючи вашим талантам в Україні десять років тому з'явилося футбольне телебачення. Цю історію зробили ви, шановні друзі. ... Хотів би подякувати ще одній людині. Я впевнений, що телеканали «Футбол» народилися під щасливою зіркою. У нас сильний акціонер – Ренат Ахметов, що любить дивитися телеканали «Футбол». Саме дякуючи йому створення футбольного телебачення в Україні стало реальністю» [79], – сказав директор телеканалів Олександр Денисов.

Також представники Національної ради з питань телебачення та радіомовлення нагородили колектив телеканалів «Футбол» похвальною грамотою.

Експерт каналів «Футбол-1» / «Футбол-2» Йозеф Сабо привітав канали з десятиріччям. «Я радий, що рівно десять років теж на цьому каналі, з самого-самого початку, коли мене запросили. Я працюю, і мені це приносить задоволення. Тому я вітаю усіх працівників каналу, бажаю їм успіху та ще раз кажу: сподіваюсь, що цей канал буде ще краще працювати. Ми кращі. І ми стараємось держати це перше місце, і думаю, що так буде і надалі» [29].

«Ми – офіційні транслятори Ліги чемпіонів УЄФА, Ліги Європи чемпіонів УЄФА, кваліфікації та фінальної частини Євро – 2020, Української Прем'єр-Ліги, Суперкубку України, Ліги Націй УЄФА, італійської серії А, бельгійської Ліги Жюпильє, іспанської Ла Ліги, німецької Бундеслиги та французької Ліги 1. Усі матчі транслюються ексклюзивно. Їх можна дивитися в HD якості на будь-яких пристроях (телевізор, планшет, комп'ютер, смартфон), – розповідають про себе канали «Футбол-1» / «Футбол-2». – Ми лідери з кількості програм власного виробництва. На матчах Єврокваліфікації, Ліги чемпіонів УЄФА, Ліги Європи УЄФА та української Прем'єр-Ліги працюють передматчеві студії, а топ-матчі висвітлюють безпосередньо зі стадіонів» [80].

Якісна трансляція також є важливим критерієм для футбольного вболівальника та взагалі основною характеристикою при виборі каналу для перегляду того чи іншого матчу: «Раніше про таке можна було тільки мріяти. Хо-

ча тепер наші глядачі вже звикли, що на каналах «Футбол-1»/«Футбол-2» можна подивитися все. Ще шість років тому футбольного телебачення не було як такого» [91]. Необхідно враховувати й насиченість спортивною тематикою самого такого каналу впродовж як дня, так і тижня. Необхідно ще відзначити й те, що у структурі каналу «Футбол» зібрані професіонали, які роблять програму каналу цікавою, насиченою спортивними подіями, а передусім – найпопулярнішими видами спорту. Враховуючи всі ці показники, канал «Футбол» лідирує серед українських уболівальників. Крім того, після трансляцій у глядача є можливість подивитись короткі аналізи матчів, коментарі гравців, професійні висновки експертів. Усе це надає можливість уболівальнику краще зрозуміти саму структуру футболу – як на елементарному рівні, так і на складному. Також можна підписатися на новини цього телеканалу, що робить доступним для кожного користувача соціальними мережами архіву й футбольних новин в он-лайн режимі.

Ознайомившись найпопулярнішими спортивними каналами «Футбол-1» і «Футбол-2» зауважимо, що вони є тематичними, спеціалізованими телеканалами. Для зручності глядача тут постійно транслюються телепередачі, присвячені європейським футбольним першостям. Таким чином, завдяки каналу «Футбол» уболівальники можуть бути в курсі усіх подробиць та подій, які відбувалися в тому чи іншому матчі.

2.3.2. Передачі на каналах «Футбол-1» / «Футбол-2»

Про футбол говорять вже не одне століття. Футбол не випадково називають «грою мільйонів», а в його важливості у суспільному контексті українці вже не одноразово мали можливість переконатися. Футбол завжди був тим явищем, яке об'єднувало нашу країну. Тут доцільно відзначити перемір'я серед рухів вітчизняних ультрас, які в нинішні важкі часи показали приклад всій Україні: «Від Луганська до Карпат фанат фанату – друг і

брат» [52, с. 201]. Такі події, як Олімпійські ігри, Ліга Чемпіонів, Ліга Європи, стають явищами масової культури і стосуються безлічі людей. Ми дізнаємося новини спорту через ЗМІ, які головню створюють наше уявлення про спорт. Звідси й попит на різноманітні аналітичні телевізійні програми.

«Моя гра» – це авторська програма, учасниками якої є представники різноманітних футбольних команд України. Ідея про створення шоу такого формату належить Аллі Бублій, яка вже досить довго веде різноманітні передачі на футбольних каналах, а тепер є ведучою програми «Моя гра». Основна ідея проекту – це розмова тет-а-тет з людиною зі світу українського футболу. Гравці розповідають свої життєві історії, що раніше були не відомі. Розповідаючи не тільки про професійну кар'єру, «ведуча розкриває о про свого гостя інший бік медалі, що часто суттєво відрізняється від футбольних реалій. Особисте життя виходить з-під грифу «секретно» и опиняється і вільному доступі для глядачів програми» [83].

Ще однією особливістю передачі «Моя гра» є блиц-опитування від телеведучої, що у своєму складі має не тільки складні питання, але й перевіряє ерудицію спортсменів. У гравців є можливість не тільки розкрити свій внутрішній світ, але й спростувати стереотип про те, що футболісти мають обмежені розумові можливості.

Ведуча гостює у зіркових гравців, знайомиться з їх сім'ями та домашніми улюбленцями, а також розпитує героїв про їх кар'єру та плани на майбутнє.

«Наше завдання – зробити футбольних героїв ближчими до глядача. Бо кожний з них, неповторна особистість, у якої окрім професійних якостей є ще багато граней та унікальних особливостей, – розповідає ведуча і автор проекту «Моя гра» Алла Бублій. – За блискучою кар'єрою будь-якого футболіста прихована своя виключно особиста історія, яку ми хочемо донести до глядача» [10].

Студійна програма «Футбол Live» дає можливість уболівальникам розібратися в усіх тонкощах матчів, що транслюються в ефірі каналу «Футбол».

У студії ведучий та відомі футбольні експерти аналізують зіграні поєдинки, обговорюють тактичні схеми та результати, роблять свої прогнози на майбутнє. Використовують прямі включення з місць проведення матчів, ексклюзивні інтерв'ю тренерів, гравців і функціонерів напередодні та після матчів.

Час виходу: перед трансляціями матчів УПЛ та першої ліги чемпіонату України, які транслюються на телеканалі «Футбол». Ведучі: Андрій Малиновський, Сергій Панасюк, Іван Гресько.

«Футбол NEWS» – це щоденний випуск новин у прямому ефірі на телеканалах «Футбол-1» / «Футбол-2», що виходить тричі на день. Професійні журналісти дають можливість українським болільникам першим отримувати найсвіжіші новини українського та світового футболу. Зйомочні групи каналу працюють у всіх куточках світу та дарують глядачам ексклюзивні відео з розташування українських клубів у міжсезоння, сюжеті про підготовку команд до євро кубкових поєдинків та Українській Прем'єр-Лізі.

«Ніч Ліги чемпіонів» – аналітична програма, що обрамляє головний матч ігрового дня. Ведучий Віктор Вацко разом з експертами Вадимом Свтушенко та Сергієм Панасюком розберуть та проаналізують стартові склади команд, можливу тактику кожного з суперників, представлять цікаву та змістовну інформацію зі стану команд з фізичного стану та готовності кожного гравця вийти на футбольне поле, а після матчу детально розберуть кожний аспект гри. «Журналісти програми готують цікаві сюжети, післяматчеві включення, інтерв'ю з гравцями та тренерами. Таким чином, не одна деталь протистояння не залишиться без уваги глядача» [48].

«Шлях до Гданська» – інформаційно-аналітична програма. Виходить кожний ігровий день до та після матчів Ліги Європи УЄФА. У прямому ефірі ведучий та експерт обговорюють успіхи та поразки команд на шляху до польського міста, де відбудеться фінал турніру 2019-2020.

У програмі «Євровідбір – 2020» у прямому ефірі зі студії усі матчі ігрового дня з коментарями та аналізом футбольних експертів та коментаторів каналу.

Проект «Головна команда» буде супутником національної команди на протязі усього відбіркового циклу. Напередодні поєдинків головної збірної глядачів чекають прес-конференції за участю Андрія Івченка та його опонента, а також відкриття тренування команди. У день матчу болільники отримують можливість разом з футбольними експертами безпосередньо з місця подій побачити підготовку стадіону до гри, побувати за лаштунками матчу, побачити ексклюзивні інтерв'ю зі гравцями та розбір поєдинків від футбольних експертів. Також у програмі – прямі включення з різних міст України, де будуть підтримувати наших героїв. «Постійним ведучим програми стане шеф-повар телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» Іван Грисько. Постійним експертами проекту будуть колишні гравці національної команди В'ячеслав Шевчук та Євген Левченко. Нагадуємо, що останній був учасником програми «Великий футбол. Бразилія 2014» у час Мундіалю» [13].

«Тур ONLINE» – аналітична програма, що дає можливість глядачам розібратися у всіх тонкощах матчів української Прем'єр-Ліги. У студії ведучий разом з відомими футбольними експертами аналізує зіграні поєдинки, обговорює тактичні схеми, робить прогнози на майбутні матчі. Також глядачів чекають: прямі включення з місця проведення матчів, ексклюзивні інтерв'ю тренерів, гравців та функціонерів як напередодні, так і після матчів. Ця передача – кращий вибір для усіх болільників українського футболу, що люблять не тільки дивитися матчі нашого чемпіонату, але й отримувати максимум інформації.

У передачі «Yellow» ведучий Олександр Федоришин розкаже про футбольне життя з іншого боку. В передачі «Автогол» на глядачів чекає розважальне автошоу із зірками збірної України з футболу. «Відомі футболісти розказують свої автоісторії, виконують крейзі-авто-гол-челенджі» [1].

Щонеділі о 10.25 в ефірі телеканалу «Футбол-1» йде ранкове розважальне шоу «Халатний футбол». Рятують уболівальників від хандри журналіст телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» Микола Середич, а також ведучі Костянтин Киркарян та Руслан Хунумак.

«Ну яка футбольна команда без ранкового тренування? Який Кріштіану без ранкової зачіски? І який канал без ранкової програми? На головному футбольному каналі повинна бути головна ранкова програма. Вона повинна починатися приблизно о 10-й, як раз, коли всі прокинулися – все для вболівальників. Ранок – особлива атмосфера. Як думаєте, що відбувається у футбольному світі зранку? Тисячі футболістів вже біжать розминачці кілометри, сотні агрономів починають готувати поле до вечірніх матчів та наносити розмітку і тільки двоє ведучих о 10.25 виходять в ефір на каналі «Футбол-1». Так що приєднуйтеся до нас вранці. Ми в ефірі – ви в халаті» [54], – розповів Костянтин Киркаян.

Щопонеділка о 20.40 на каналі «Футбол- 2» виходить програма «Європейський WEEKEND». Роберто Моралес та Авраам Кампонар детально розбирають події тижня в англійському та іспанському чемпіонатах. Глядачів чекає не тільки детальний розбір матчів, аналіз тренерських рішень та дій гравців на футбольному полі.

«Я чекаю на те, що новий сезон стане яскравішим попереднього, – розповідав Роберто Моралес на початку одного з нових сезонів. – В англійській Прем'єр-лізі буде більше боротьби та інтриги в чемпіонських перегонках» [66]. «Нас чекає дуже видовищний сезон, більшість команд добре укомплектувалися. Нинішнє трансферне вікно було найважливішим за останні п'ять років,» [66] – підтримує його Авраам Кампонар.

Головною особливістю цього сезону стане «Фентезі турнір», переможець якого поїде до Англії на матч Прем'єр-Ліги. Кожен тиждень у програмі «Європейський WEEKEND» будуть підбиватися підсумки туру та обирати переможця, що отримає у подарунок цінний приз – м'яч. А за підсумками сезону учасника, що набрав найбільшу кількість балів, чекає головний подарунок – поїздка на матч англійського чемпіонату.

«Ліга націй Мачт-центр» – аналітична програма, що присвячена матчам Ліги Націй УЄФА. Ведучий разом з експертами перед початком трансляції поєдинку розберуть усі передматчеві розклади, оприлюднять розгорнуту та

цікаву інформацію зі стану збірних, фізичну форму гравців, оцінять шанси команд в протистоянні. А після матчів експерти детально проаналізують основні моменти гри, усі тактичні нюанси та ключові факти поєдинків. Поза увагою глядачів не залишаться не одна дрібниці ігрового дня. «Ліга націй Мачт-центр» – це програма, що поєднує змістовне та аргументоване бачення сучасного футболу разом з незнайомими цікавими фактами про європейські збірні. Нагадуємо, що телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» – ексклюзивні транслятори матчів Ліги Націй УЄФА.

«Ліга Європи ONLIN» – аналітична програма, що виходить у режимі «simulcast» (паралельна трансляція кількох матчів). В ній глядачі зможуть побачити найкращі моменти ігрового дня Ліги Європи та почути детальний аналіз кожного з епізодів на телеканалах «Футбол-1» / «Футбол-2». Ця передача – прекрасний вибір для тих болільників футболу, що хочуть бути у курсі подій усіх матчів другого за престижністю турніру Європи, бо телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» – ексклюзивні транслятори матчів Ліги Європи УЄФА.

«Ліга чемпіонів ONLIN» – аналітична програма, що теж виходить у режимі «simulcast». В ній глядачі зможуть побачити кращі моменти кращі моменти ігрового дня Ліги чемпіонів та почути детальний аналіз кожного з цих епізодів від експертів телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2». Ця передача прекрасний вибір для тих пристрасних прихильників футболу, що хочуть бути у курсі усіх подій найпрестижнішого європейського турніру, бо телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» – ексклюзивні транслятори матчів Ліги чемпіонів УЄФА.

Ознайомившись з передачами на каналах «Футбол-1» / «Футбол-2», не можна не зауважити, що вони досить різноманітні (від аналітичних до розважальних), охоплюють найвизначніші футбольні події і покликані задовольняти найрізноманітніші потреби прихильників футболу.

2.3.3. «XSPORT» – всеукраїнський канал, присвячений спорту та здоровому способу життя

«XSPORT» – український загальнодоступний спортивний телеканал, що здійснює цілодобове мовлення.

Канал XSPORT почав тестове мовлення 16 січня 2012 року, повноцінне – 22 січня. «Зупинив мовлення 1 січня 2015 року. 13 січня 2016 року XSPORT відновив мовлення на DVB-T2, а також зі супутника Azerspace-1, 1 травня 2016 року розпочав мовлення зі супутника Astra 4A» [50]. Власником та засновником каналу є Борис Колесніков, а датою заснування вважається 22 січня 2012 року. Штаб квартира каналу знаходиться у Києві.

Цікаво ознайомитися з історією телеканалу XSPORT. Все почалося з того, що 1 червня 2011 року національна рада України з питань телебачення та радіомовлення на засіданні ухвалила рішення про видачу ліцензії на супутникове мовлення ООО «Тотвельд». Логотип та назву каналу згідно заявки «Хокей». Тоді і було оголошено, що канал почне мовлення «у січні-лютому 2012 року» [41]. 18 серпня 2011 року телеканал став переможцем конкурсу нацради, і отримав ліцензію на ефірне цифрове мовлення. Телеканал претендував на мовлення у форматі високої якості, але не потрапив до списку восьми телеканалів, що виграли тендер на HD-мовлення. Але від ідеї транслювати матчі в HD канал не відмовився, але це можливо після того, як більшість арен будуть готові до такої можливості. Спочатку планувалося мовлення зі супутника Astra 1G, але у грудні телеканал змінив рішення на користь супутника Amos, а 20 січня почалося кодування сигналу у системі кодування BISS. 22 січня 2012 року телеканал почав регулярне мовлення з прямої трансляції матчу НХЛ «Едмонтон» – «Калгарі», а офіційна церемонія запуску ефіру відбулася у той же день у Палаці спорту, напередодні матчу усіх зірок ПХЛ.

Наприкінці травня 2013 року власник каналу прийняв рішення переоформити ліцензію і змінити назву каналу на «XSPORT», а також розширити

концепцію мовлення, показуючи не тільки хокей, але й інші спортивні події. 10 червня 2013 року відбувся офіційний ребрединг каналу.

«XSPORT» позиціонує себе як спортивний телеканал, що пропонує контент для аудиторії, що має активну життєву позицію, та веде здоровий спосіб життя. «Поряд з класичними видами спорту – хокеєм, боксом, єдиноборствами, легкою атлетикою, тенісом, плаванням, гандболом, канал пропонує своїм глядачам програми про екстремальні види спорту, спортивній риболовлі, трансляції змагань зі спідвею, гонках «екологічної» формули Є, снукеру, покеру, пізнавальні та гумористичні програми, пов'язані зі спортом» [28].

В умовах війни на Сході України, складної економічної ситуації у країні, нестабільності валютного курсу, телеканал XSPORT прийняв рішення з 1 січня 2015 року призупинити власне телевізійне мовлення. У першу чергу, такі міри були пов'язані неможливістю сформувати бюджет для закупки якісного іноземного контенту, оплата якого відбувається у доларах та євро. Таким чином, канал призупинив мовлення для оптимізації технічних витрат. Що стосується он-лайн-мовлення та офіційного сайту телеканалу XSPORT, то на їх роботу таке рішення не вплинуло. Ресурс продовжував інформувати українських болільників про спортивні новини на території України і по всьому світу. У 2014 році найбільш рейтинговим продуктом телеканалу XSPORT став чемпіонат світу з баскетболу, тенісний турнір Уїмблдон, чемпіонат світу з хокею, боксерський поєдинок між Василем Ломаченком та Гері Раселом-молодшим, а також етапи легкоатлетичного турніру Діамантової ліги.

13 квітня 2016 року XSPORT відновив мовлення на супутник та в цифровій мережі T2 після вимушеної паузи.

9 листопада 2017 року телеканал обновив логотип і графічне оформлення, що стали виконані у жовтих та синіх кольорах.

У планах каналу – виробництво власного інформаційно-аналітичного контенту, а також трансляції топових спортивних подій національного рівня.

Зараз телеканал XSPORT здійснює мовлення «безплатно і без абонентської оплати у ефірному пакеті DVB-T2, оскільки виграв конкурс на потрап-

ляння в загальнонаціональні мультиплекси. Також здійснюється мовлення у пакетах найбільших кабельних операторів України: «Воля», «Триолан» та в регіональних мережах» [128]. Агентом з питань дистрибуції телеканалу XSPORT на території України у форматах SD та HD є ООО «Віа Медіа».

У лінійці каналу XSPORT:

- трансляції топових подій національних чемпіонатів з хокею, баскетболу, гандболу, футзалу, волейболу;
- матчі національних збірних з хокею, баскетболу, тенісу, гандболу, футзалу, волейболу, настільному тенісу;
- кращі українські вечори боксу (UBP, SPARTA BOXING) та MMA (MMA Pro Ukraine, Mix Fight Promotions, Пересвіт Промоушн, Федерація змішаних єдиноборств України);
- матчі українських футбольних Першої та Другої ліг;
- трансляції та новини про топові бігові події в Україні;
- турніри з більярду;
- програми з футболу, боксу, хокею, єдиноборствах, рибалку (проект «Наша рибалка» – блок програм про рибалку), екстремальних видах спорту;

Власні прогарами:

- веб-конференції з ключовими нюсмейками українського спорту;
- новинні формати «Пряма мова» та «No comments»;
- проект «Україна футбольна» (огляд турів Першої та Другої ліг – разом з Професійною Футбольною лігою);
- проект «Файт-лайф» разом з MMA Pro;
- проект «Тиждень УХЛ» (огляд ігрового тижня в Українській хокейній лізі);
- проект «Екстра-Футзал» (огляд турів в Екстра-Лізі – разом з Асоціацією футзалу України).

Телеведучі та коментатори каналу XSPORT:

- Олександр Мащенко;
- Олександр Сукманський;

- Юрій Кириченко;
- Катерина Зінченко;
- Вадим Плачинда;
- Павло Шилько.

Розглянемо власні програми каналу XSPORT.

«Йой-Tub» – смішне та потішне спортивне видовище, що представляє «яскраві та неповторні емоції болільників та спортсменів. Спорт з гумором» [90].

«Дуй Мандруй» – Travel Blog Ореста Зуба, що побував в більше ніж 100 країнах світу на п'яти контентах.

Спецпроект до п'ятиріччя перемоги ХК «Донбас» у Континентальному кубку. У проекті висвітлюються спогади учасників історичного суперфіналу Континентального кубку, який у 2013 році приймав Донецьк.

У передачі «Monitor news» подаються випуски, що стосуються усіх подій Олімпійських ігор – 2016 року в Ріо-де-Жанейро.

«Своя гра з Олексієм Житником» – авторська програма Олімпійського чемпіона, зірки НХЛ, учасника матчу NHL All-Star Game Олексія Житника. Легендарний український хокеїст запрошує приєднатися до незабутніх зустрічей із зірками хокею: Павлом Буре, Віктором Тихоновим, Борисом Майоровим, Дмитром Хрестичем. Борисом Михайловим та іншими неповторними гравцями. Відверта розмова легенд хокею про велику гру.

«Наша рибалка» – цикл програм про наших рибалок, захоплюючі історію та унікальні місця. Кожна програма присвячена якійсь окремій темі, наприклад «Ловля щуки на кружку», «Давай спіймаємо судака», «Як спіймати сома ти використати квок», «Цікаві приманки: мотиль», «Судак на балансир», «Судак у листопаді», «Що робити коли немає приманки» тощо.

«Наші історія» – документальний спецпроект каналу XSPORT, що присвячений 100-річчю українського хокею. У передачі представлена історія вітчизняного хокею від першого матчу до нового часу.

«Як я став хокеїстом» – спецпроект про гравців Клубів Української хокейної Ліги.

Проект «Льодовиковий період» присвячений трансляціям хокею.

Крім того, на каналі XSPORT демонструються документальні фільми. Наприклад фільм «На злеті», у якому йдеться про трагічну загибель одного з ведучих російських хокейних клубів ярославського «Локомотиву».

Проект «Веб-конференції» представляє інтерв'ю з відомими спортсменами та тренерами, під час яких гості студії телеканалу відповідають на питання читачів сайту XSPORT.ua.

«OLYMPIC Bloqceys» проект Дар'ї Недашковської, бронзового призера Чемпіонату Європи з фехтування, прес-секретаря Федерації фехтування України.

Дослідивши особливості всеукраїнського каналу, присвяченому спорту та здоровому способу життя XSPORT не можна не сказати, що на українському телепросторі існує спеціалізований телеканал, що поряд з класичними видами спорту – хокеєм, боксом, єдиноборствами, легкою атлетикою, тенісом, плаванням, гандболом, пропонує своїм глядачам програми про екстремальні види спорту, спортивній риболовлі, трансляції змагань зі спідвею, гонках «екологічної» формули Є, снукеру, покеру, пізнавальні та гумористичні програми, пов'язані зі спортом.

2.3.4. «Спорт-1» (Україна), «Спорт-2» (Україна) – супутникові спортивні телеканали

Спорт-1 – український супутниковий спортивний телеканал. Він належав компанії «Поверхность», що очолював Віктор Самійленко. Почав мовлення 1 грудня 2005 року. Зона мовлення охоплює не тільки Україну, але й Казахстан, Білорусь, Азербайджан, Вірменію. Канал мовив цілодобово украї-

нської та російськими мовами у форматі зображення 576i 16:19 (у планах 1080 та HDTV). Слоган телеканалу «Пристрастей багато – Спорт один» [68].

На технічній баз студії у грудні 2005 р. створені два національних телевізійних канали Спорт-1 і Спорт-2, що транслювалися за допомогою супутникового передаючого комплексу. Основним контентом для програмного забезпечення слугували телевізійні продукти світового та європейського рівня. До таких програм відносяться: Кубок англійської Ліги та Перша Англійська Ліга, футбольні чемпіонати Нідерландів, Португалії, Росії, Бельгії, кубок Нідерландів та Шотландії з футболу, Європейська Ліга пляжного футболу, баскетбольна суперліга та Ліга ВТБ, бокс теніс, автотоспорт, футзал, гольф.

«Тримати руку на пульсі часу, розбиратися в тонкощах найрізноманітніших спортивних галузей, у яких українські спортсмені впевнено конкурують з представниками інших країн та континентів, значить дивитися... Спорт-1 Україна. Тут зібрані найкращі турніри з чемпіонатів усіх олімпійських видів спорту, де досягли успіхів наші співвітчизники. Солянка з інтерв'ю, журналістських розслідувань та ексклюзивних кадрів зі значимих спортивних заходів, заходів зі всього світу, за використання високотехнологічних прийомів зйомки, створюючих ефект присутності» [70] – так було презентовано канал Спорт-1.

Першим був створений Спорт-1, але кількість прихильників цього телеканалу росло з кожним днем. І оскільки усе найцікавіші передачі неможливо було вмістити у межі одного-єдиного телеканалу, прийнято було створити ще один: Спорт-2 (Прямий ефір). Це «...ідеальний канал для різноманітних спортивних болільників. Ми представляємо можливість вам бути у курсі усіх сучасних змагань...Більшу частину часу тут проходять різноманітні прямі спортивні трансляції» [78] – так презентували цей канал його творці. Дійсно, на цьому телеканалі можна пожитися і футбол, і баскетбол, і хокей, і теніс і гольф.

26 червня 2015 року супутникова трансляція телеканалів Спорт-1 і Спорт-2 була тимчасово призупинена. Що стосується он-лайн-мовлення та

офіційного сайту телеканалів Спорт-1, Спорт-2, то на їх роботу таке рішення не вплинуло. Ресурс продовжує транслювати для українських болільників найкращі турніри з чемпіонатів усіх олімпійських видів спорту, де досягли успіхів наші співвітчизники.

Канал мав такі трансляції:

Футбол:

Чемпіонати по країнам:

- Англійська прем'єр-ліга (до 2010);
- Чемпіонат Футбольної Ліги Англії (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Кубок Англійської Ліги (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Бельгійська Ліга Жупіле (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Бразильська Серія А (до 2010);
- Бундеслига Німеччини (до 2016);
- Іспанія Примера (до 2010);
- Італійська серія А (до 2010);
- Кубок Нідерландів (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Eredivisie (Нідерланди) (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Португальська Ліга Сагреш (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Російська Футбольна Премєр-Ліга (до нашого часу в он-лайн-мовленні);
- Шотландська Премєр-Ліга (поки не транслюється);
- Кубок Шотландії (до нашого часу в он-лайн-мовленні).

Єврокубки:

- Ліга чемпіонів УЄФА (з 2006 до 2011);
- Ліга Європи УЄФА (з 2006 до 2011, починаючи зі стадії ¼ фіналу).

Збірні:

- Чемпіонат Європи з футболу 2008 (усі матчі).

Міні-футбол:

- Українська Екстра-ліга (до нашого часу в он-лайн-мовленні);

- Чемпіонат Іспанії з міні-футболу (до нашого часу в он-лайн-мовленні).

Хокей:

- Національна хокейна ліга (2009);

- Чемпіонат світу з хокею з шайбою 2008 (всі матчі);

- Перший дивізіон чемпіонату світу з хокею з шайбою 2008 (матчі збірної України).

Баскетбол:

- Український баскетбол суперліга (до нашого часу в он-лайн-мовленні);

- Єдина ліга ВТБ (до нашого часу в он-лайн-мовленні);

- Кубок Європи з баскетболу (до нашого часу в он-лайн-мовленні).

Теніс:

- Світовий тур WTA (до нашого часу в он-лайн-мовленні);

- Світовий тур АРТ 250 (до нашого часу в он-лайн-мовленні).

Гольф:

- PGA Tour (до нашого часу в он-лайн-мовленні);

- European Tour (до нашого часу в он-лайн-мовленні).

Коментатори каналу:

- Денис Босянок (футбол);

- Вадим Власенко (футбол);

- Юрій Нестеренко (бокс, бій без правил);

- Олексій Самійленко (гольф);

- Сергій Омельчук (футбол, баскетбол);

- Максим Верхових (футбол, автогонки);

- Андрій Шахов (футбол);

- Галина Костенко (теніс, бадмінтон, сквош);

- Катерина Зінченко (теніс, бадмінтон, сквош);

- Ігор Калмиков (футзал);

- Олександр Яременко (футзал).

Познайомившись з каналами Спорт-1 (Україна), Спорт-2 (Україна) мусимо зауважити, що з 2005 до 2015 роках в українському телепросторі існували кана-

ли, що транслювали для українських болільників найкращі турніри з чемпіонатів усіх олімпійських видів спорту, де досягли успіхів наші співвітчизники.

Висновки до розділу 2.

Результати проведеного дослідження у другому розділі дозволяють свідчити, що спортивний контент українського телебачення характеризується високим рівнем жанрово-тематичної різноманітності. Можна виокремити 2 основні блоки спортивного телебачення України:

1) спортивний контент на українських загальнонаціональних каналах (ТРК «Україна», «ICTV», «Інтер», «UA: Суспільне», «2+2» та ін.):

- спортивні новини (в межах телевізійних випусків новин);
- спортивні ток-шоу («Про футбол», «Великий футбол», «Великий бокс» тощо);

2) спеціалізовані спортивні телеканали («Футбол-1», «Футбол-2», «XSPOРТ», «Спорт-1», «Спорт-2»).

З метою дослідити подачу спортивних новин на українському телебаченні, до розгляду взято вечірні випуски спортивних новин чотирьох вітчизняних телеканалів – «Україна», ICTV, «Інтер» та «UA: Суспільне мовлення» за період протягом 2009-2019 рр. Виявлено, що випуски спортивних новин на каналах «Україна» та «ICTV» виходять майже одночасно – у прайм-тайм (приблизно від 19.10 до 19.20). Схожі тенденції спостерігаються і в методиці подання новин. Програмам притаманні в основному трихвилинні блоки з переважно трьома-чотирма повідомленнями в кожному. Ці блоки незмінно подаються наприкінці інформаційних випусків, тож прихильна аудиторія чітко знає, коли їй чекати потрібної інформації. Середній час сюжету не більше в одній – півтори хвилини, молодим спортивним ведучим загалом вдається створювати цілком динамічні події випуски.

Серед позитивних сторін висвітлення спортивних новин – інформативна ємність, оперативність і динаміка, поширення відео-заміток та оглядів. Серед

негативних сторін – концентрація уваги глядача на змаганнях із закордонних видів спорту, що не завжди відповідає інтересам української аудиторії. Водночас на прикладі зимових видів спорту спостерігається інша крайність. Міжнародні змагання із біатлону висвітлюють лише тоді, коли українські спортсмени посідають у них місця в четвертому, п'ятому, і навіть шостому десятках. Натомість висвітленню не підлягає видовищний і також із олімпійської програми акробатичний фрістайл, хоч наша співвітчизники займають призові місця на етапах Кубка світу, Європи.

Вважаємо також за доцільне урізноманітнити спортивні новини інтегруванням до них таких жанрових форматів як бліц-інтерв'ю, невеликі коментарі, відеозвіти тощо. Бажано також збагатити спортивні новини елементами аналітики, на противагу розповсюджених телезвітів про перемоги та поразки.

На велику увагу фахівців та дослідників заслуговує формат спортивного ток-шоу, що витримує конкуренцію з інтернет-ЗМІ та спеціалізованими спортивними телеканалами. До таких ток-шоу належать: «Про футбол», «Великий футбол», «Великий бокс». На досить високому рівні створений документальний фільм телеканалу «Інтер» під назвою «Україна. Путь к триумфу», присвячений українській збірній з футболу.

Не можна не відзначити популярні спеціалізовані спортивні телеканали «Футбол-1» і «Футбол-2», присвячені найпопулярнішому у спортивному сегменті телебачення виду спорту – футболу. А також «XSPORT», «Спорт-1», «Спорт-2» що пропонують глядачам не лише спортивні трансляції, а й власний калейдоскоп розважальних та аналітичних телепередач із боксу, хокею, єдиноборств, рибалки, екстремальних видів спорту.

Незважаючи на видиме різноманіття спортивних телеканалів, водночас існує проблема обмеженого доступу громадян до спеціалізованих спортивних телеканалів, мовлення яких здійснюється через кабельні або супутникові мережі. Це обумовлює необхідність розширення спортивного контенту на загальнонаціональних телеканалах.

РОЗДІЛ 3. СПОРТИВНИЙ ТЕЛЕРЕПОРТАЖ ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО СПОРТУ

3.1. Спортивний телерепортаж як окремий жанр масової комунікації

Завдячуючи низці пізнавальних та зображальних якостей, що сприяють комплексному висвітленню складних явищ навколишнього середовища, репортаж завоював славу найпопулярнішого та найулюбленішого жанру сучасної тележурналістики. Погоджуючись з сучасним дослідником спортивних телепортажів України та зарубіжжя О. Тіщенком, відзначимо, що «незважаючи на те, що репортажі різняться за тематикою, тривалістю звучання та структурною побудовою, їх основним завданням залишається висвітлення динаміки подій та детальний опис у реальному часі» [82].

Прийнято вважати, що для телевізійної журналістики традиційним є три групи жанрів телебачення: інформаційні, публіцистичні та художні. Існують різні погляди щодо визначення телерепортажу та його місця серед зазначених жанрів тележурналістики.

Довгий час телерепортажем називали передачу з місця події лише в момент її перебігу [18, с. 69], пізніше так стали називати практично всі інформаційні тележанри, у яких можна вести зйомку об'єктів. «Особливо поширений був погляд у часи становлення телебачення як засобу масової комунікації, коли «телевізійність» ототожнювалась з ефектом «присутності» [82, с. 144].

На думку деяких дослідників, телерепортаж належить до жанрів телевізійної публіцистики і тлумачити його варто «не як комплексне поняття, тележурналістику загалом або репортажний метод знімання, який передбачає відображення події без втручання журналіста у її перебіг, а як цілком сформований окремий жанр з цілою низкою специфічних ознак, властивих зако-

номірностей творення і характерною, притаманною лише йому формою» [86, с. 313].

О. Тіщенко [82, с. 146] вважає за доцільне дотримуватися визначення, поданого у роботі [18, с. 67-180], за яким під телерепортажем слід розуміти «інформаційних жанр телебачення, що методами і засобами телемовлення наочно відтворює картини дійсності у їхньому розвитку, забезпечуючи тим самим широку подачу матеріалу та глибоке розкриття подій для їх осмислення».

Особливості від трансляції телерепортажу (прямий або у запису) вимагають не тільки відповідної підготовки матеріалів до подачі в ефір та певного звукового супроводу, але і визначають його структурно-композиційну специфіку. Так, «підготовка інформаційних матеріалів на спортивну тематику до транслявання в ефір та, особливо, подання матеріалу у прямий ефір безпосередньо з місця події відбувається за певним алгоритмом. При цьому творчість автора у процесі складання тексту передачі інформації про спортивну подію проявляються лише у відповідному структуруванні матеріалу, що, в свою чергу, підпорядковується встановленим вимогам до структури текстів інформаційного типу» [8, с. 35]. Під час прямої трансляції здійснюється спонтанне відтворення події (спонтанний репортаж) тоді як транслявання попередньо записаного репортажу дає можливість підготувати матеріал заздалегідь, використовуючи архівні записи (підготовлений репортаж).

У працях, присвяченим дослідженням телевізійного репортажу, має місце виокремлення двох його форм з огляду на використання телебачення поза студією: не коментований показ дії (трансляція, найпростіший різновид телерепортажу) і коментований показ дії, об'єктом якого стає матеріал спортивних змагань. Незважаючи на те, що «живий» репортаж вважають найперспективнішою формою, здатною розкрити увесь комплекс зображальних можливостей прямого телебачення [87, с. 181-227], сьогодні широко використовують запис репортажів [18, с. 69]. Для створення відео архіву або планування повтору в прямому ефірі проводять фіксацію його змісту носій інформації.

На проміжному етапі запис відео і звукового сигналу відбувається на базі комплексу трансляції, а на кінцевому здійснюється лише запис трансляції безпосередньо під час виходу в ефір. У подальшому ці записи використовують для монтажу інших телепередач. У межах різних телевізійних проєктів під час прямого ефіру можуть транслюватися наперед зняті і змонтовані матеріали, пов'язані з темою програми. З зв'язку з цим характер прямого ефіру, на думку В. П. Дячук, «можна визначити не тільки як ретранслюючий, але й документальний, публіцистичний, або художньо-постановчий» [21, с. 8].

Згідно іншого цікавого твердження спортивного телерепортажу: спортивний репортаж, «як найважливіший елемент сучасного спорту, стає зазвичай репортажем з місця події, який подається у формі спонтанного монологу телевізійного ведучого, покликаного забезпечити безпосереднє сприйняття дійсності, супроводжуване її аналізом» [2].

Складовою частиною спортивного телерепортажу є коментар перебігу події – «оперативне, конкретне та поглиблене повідомлення фактів, характерною особливістю якого є максимальне наближення його словесного ряду до розмовної мови, що сприяє налагодженню контакту коментатора з телеглядачами і допомагає створити ефект співучасті аудиторії у розмові на певну тему» [18, с. 74-75.] При цьому зображення слугує важливою частиною, що доповнює розповідь. Коментар у телерепортажі здебільшого виступає допоміжним (хоча й важливим) компонентом. Так, «засобами зображення репортер показує лише те, що безпосередньо відбувається перед об'єктивом, у коментарі він дає визначення події, розкриває її сутність, робить узагальнення, активізуючи асоціативне мислення глядача» [86, с. 313-324].

Структурною особливістю репортажу є поєднання елементів різного характеру: інтерв'ю, звіту, кореспонденції, що водночас викликає певні труднощі сюжетно-композиційної побудови репортажу [34, с. 298].

Оскільки репортаж, з одного боку, обмежений часом виходу в ефір, а з іншого, зумовлюється особливостями виду спорту (правилами гри, процеду-

рою організації змагань), доцільно класифікувати репортажі за їх тривалістю на короткі, середні та довгі.

Так, футбольний матч складається з двох таймів по 45 хвилин з перервою 15 хвилин між ними. Через відомі причини тривалість тайму може бути змінена та подовжена на певний додатковий час. Згідно правил проведення матчу з американського футболу, тривалість гри становить 60 хвилин. Ігровий час поділений на чотири чверті по 15 хвилин кожна. Але через постійні перерви у відліку часу загальна тривалість гри професіоналів може становити до трьох годин. При цьому, якщо трансляція матчу здійснюється під час гри, телекомпанії використовують оголошення перерв (тайм аутів) для показів повторів і рахунку гри.

Прикладом коротких та середніх за тривалістю репортажів можуть слугувати спортивні репортажі, що подаються у випуску новин. Через обмеженість часу, виділеного для повідомлення пр. спортивні події, спортивні оглядачі змушені подавати інформацію у стислому вигляді.

Таким чином, доцільним буде такий розподіл телерепортажів за часом їх трансляції: короткі (3-15 хв.), середні (15-60 хв.) та довгі (60 хв. і більше).

По-різному дослідники розглядають функцію спортивного телерепортажу. Головною функцією, яка історично закріпилася за репортажем, Л. Г. Кайда вважає інформативну, оскільки основне призначення репортажу – інформувати аудиторію про ту чи іншу подію [30, с. 110]. На відміну від неї М. С. Дерєпа вважає, що спортивні повідомлення повинні містити не лише факти й інформувати про події, але подавати чіткі висновки, оцінки різних подій і обґрунтовувати їх. На думку інших науковців [17, с. 112; 56, с. 85-86], спортивний репортаж як особливий вид інформаційно-аналітичних телепрограм має стимулювати розвиток масового спорту, підсилювати престиж спортивної події, надавати їй символічного значення, формувати колективний настрій та спільні інтереси, мотивувати суспільство до занять фізичною культурою і спортом.

Розглядаючи тенденції розвитку спортивного телебачення можна зазначити, що сучасні мас-медіа суттєво допомагають поширенню спорту, тому що спортивні програми не лише передають інформацію глядачеві, але й викликають у публіки «відчуття драматизму, захоплення, сенсації, підтримуючи інтерес та створюючи ефект причетності до спортивної події» [82, с. 148].

3.2. Структура спортивного телерепортажу

Структурним атрибутом репортажу, що сприяє максимально близькому до реальності відображенню перебігу подій, є органічне акумулювання складових різної природи: звіт, кореспонденція, інтерв'ю. З одного боку, це збагачує жанр, з іншого – провокує складнощі драматургічної структури репортажу, зокрема особливості «вибору відрізка події, розстановку її учасників, розміщення фактичного матеріалу, який допомагає компонувати і описувати найяскравіші епізоди, розстановку акцентів на характерних деталях, що додають яскравості до авторського бачення перебігу події» [34, с. 298].

Варто зазначити, що переважна більшість дослідників (О. П. Брандес, Л. Г. Кайда, С. Г. Ляшенко, А. А. Стрижалова), вивчаючи складові компоненти репортажу, стверджують, що журналістський репортаж складається з трьох частин. Частина, що починає репортажну оповідь, найчастіше зустрічається як заставка [34, с. 300] або зачин [30, с. 121]. Фрагмент, що містить основну інформацію, про спортивну подію, називають основною [34, с. 300] або центральною частиною [2]. Кінець репортажу оформлюється у заключній частині [34, с. 300]. З огляду на те, що спортивний телерепортаж може транслюватись в ефір не тільки відтворюючи повний хід спортивної події, але й у скороченому варіанті, наприклад, як окремий блок у складі новин, можемо визначити два види композиційної структури: повну (зачин, основна частина та заключна частина) та скорочену (яка відтворює лише деякі частини одного або двох композиційних елементів).

Існує думка, що в усній формі спортивного репортажу відносно чітко можна виокремити лише початок та кінець [2].

Так, на початку подається заставка, або зачин, найчастіше – це яскравий, вдало підібраний епізод події, метою якого є привернути увагу аудиторії, підготувати її до сприйняття інформації повідомлення [34, с. 300]. Л. Г. Кайда [30, с. 121] зазначає, що зачин вводить в асоціативну тему, є своєрідним ключем репортажу тому саме він відіграє важливу роль у композиційній єдності спортивного репортажу.

Важливу роль в аналізі композиційної структури спортивного репортажу відіграє спосіб трансляції репортажу. Так, «прямий репортаж транслюється з місця події і відображує безпосередній її перебіг, маючи при цьому незначну кількість відступів від процесі перебігу події, коли глядач має змогу почути діалог коментаторів, думку залучених до обговорення перебігу спортивної події експертів, при цьому слідкуючи з розгортанням події на полі. І навпаки, якщо можливість показати подію в реальному часі її здійснення відсутня, репортаж фіксують у формі відеозапису і випускають у ефір у певний час. Такий репортаж має складнішу композиційну побудову, оскільки окрім запису прямої трансляції спортивної події, що являє собою основну частину програми, інтерв'ю з тренерами, власниками клубів, аналітиками тощо» [81, с. 245].

Не можна не звернути увагу на те, що прямий репортаж починається майже одночасно з виходом команд на поле. У цьому випадку зачин прямого репортажу включає інформацію про склад команд, заміни у складі гравців та причини цих заміні, імена тренерів, власників спортивних клубів, відомості про стадіон, на якому відбувається гра, заповнення трибун вболівальниками.

До однієї з типових ознак зачину спортивного телерепортажу з командних видів спорту можна віднести інформацію про склад команд. Сучасні можливості телебачення дозволяють подавати цю інформацію за допомогою табло, що з'являється в кадрі і дозволяє глядачеві побачити розміщення гравців на полі. Показ виходу команд на поле традиційно відрізняється залежно від виду спорту. Обов'язковим елементом зачину є звучання гімну, який

створює відчуття піднесеності. Після чого починається власне трансляція гри.

Наступним елементом спортивного телерепортажу є його основна частина, яка розпочинається сигналом про початок гри. Як показує аналіз репортажів, типовими авторським відступами основної частини є інтерв'ю з учасниками, фактичний матеріал про учасників події так і про підготовку та проведення спортивних змагань. Відзначимо, що при побудові цієї частини найважливішим є «ефект присутності» і забезпечується колоритність опису. [34, с. 300].

Основну частину спортивного репортажу про змагання у командних видах спорту можна умовно поділити на дві частини, які розділяються перервою між таймами гри. Перерва у перебігу спортивної події – це час напруженої роботи коментатора, оскільки, залежно від виду репортажу, репортер має змогу доповнити репортаж інформацією про гру, що транслюється, і про попередній досвід команд.

Заключна частина репортажу є його фінальним структурним компонентом, в якому розкриваються підсумкові враження від побаченого, подається оцінка подій, наводяться думки репортера про «місце цієї події та її значення для спортивних здобутків учасників, емоційного настрою вболівальників, організаторів та ЗМІ, які забезпечили можливість перегляду події у різних куточках світу» [34, с. 300].

Важливою складовою частиною при цьому є повідомлення результату гри. Як показує аналіз, заключна частина репортажу, що передається у прямій трансляції, значно коротша від заключної частини репортажу, що подається у запису, оскільки вона містить непідготовлений матеріал та супроводжується транслюванням подій з місця змагання.

Не викликає сумніви той факт, що сприйняття тексту залежить від того, наскільки ефективною є його структурна організація. Саме завдяки чіткості, прозорості та доступності структурної організації глядач розуміє і сприймає повідомлення згідно з задумом автора. Аналіз репортажів підтверджує, що

вживання коментатором тих чи інших мовленнєвих актів залежить від кількох чинників ситуативного, психологічного чи фахового характеру. Однак найважливішим, на думку Ф. С. Бацевича [4, с. 194], слід вважати чинник композиційної структури репортажу.

Відомо, що будь-яка структура передбачає наявність зв'язку між частинами цілого. Вважаючи текст одиницею структурної природи, деякі дослідники (В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер, Л. Г. Кайда) визначають, що «структурованість – це ознака тексту, яка виражає наявність певних зв'язків між елементами та одиницями тексту» [58, С. 9]. Водночас Л. Г. Кайда вказує, що цілеспрямоване використання різних елементів тексту та їхня ефективна взаємодія допомагають підвищити дієвість репортажу та наблизити його до аналітичних жанрів журналістики [30, С. 123]. В. О. Сизоненко [65, С. 13-14], в свою чергу, підкреслює, що порядок висвітлення етапів матчу залежить від функціонального призначення репортажу та завдань, які ставить перед собою відправник (здивувати, переконати, зацікавити).

В контексті проблеми, що розглядається, варто звернутися до окремих аспектів тексту. Публіцистичний текст, який при ньому створюється, має виразний впливовий характер і здатний впливати на широку аудиторію. Про це свідчать, як зазначає О. М. Александрова [2], і лексика, і просодичні засоби оцінного характеру.

Важливі структурні закономірності структурно-змістової організації тексту можна виявити та інтерпретувати з позицій комунікативного підходу до тексту, який розглядає текст як комплексну мовленнєву дію, за допомогою якого відправник тексту встановлює певний комунікативний зв'язок з реципієнтом [40, с. 12-14]. Разом з тим, саме комунікативний підхід до розуміння природи тексту дозволяє вважати текст частиною суспільної інформаційної системи та відносно самостійною інформаційною підсистемою, що є засобом впливу на маси [30, с. 10]. Розглядаючи текст як цілісну структуру, зазначимо, що створення тексту відбувається з урахуванням особливостей історичного, культурного та соціального фонів. При цьому спостерігається певне

взаємопроникнення таких параметрів тексту, як характер інформативності, специфіка комунікативності, особливості функціонування системи кодів, взаємозв'язок процесів кодування, декодування чи інтерпретації. Адресат створює сюжетну побудову таким чином, щоб текст забезпечив можливість здійснення ідеологічного впливу [74, с. 18-19]. З іншого боку, сприймання тексту є керована автором дія, яка включає сенсорні процеси, що залежить від стану організму й сенсорної системи, перцепцію та рецепцію. Дослідники телерепортажів (В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер) відзначають, що у контексті масової комунікації зазначені процеси мають важливе значення, оскільки вони залежать від організації комунікативного процесу, і від стану аудиторії, що сприймає повідомлення.

Саме прагматика тексту, яка є комплексом мовних та позамовних факторів, таких як інтенція відправника, фактор адресата, функціональні норми жанру, динаміка спорту і специфіка каналу комунікації, визначає особливість структури і композиції тексту.

Проаналізувавши структуру спортивного телерепортажу, ми не можемо не погодитися з А. О. Стрижаловою: «працюючи над створенням певної образності тексту для телебачення, слід пам'ятати, що під час роботи над монтажем плівки для ефіру та під час здійснення літературо-стилістичної правки сценарію робота відбувається у два етапи: перший – це робота над мовою образів, а другий – робота над мовою слів» [74, с. 165].

3.3. Українські коментатори – творці спортивних телерепортажів

Якщо на стадіоні гру роблять спортсмени, то в телетрансляції, звичайно ж – телекоментатори, яких можна перерахувати у всьому світі на пальцях. Представники старшого покоління, згадуючи часи СРСР, перераховують цілу плеяду відомих радянських коментаторів таких як Микола Озеров, Євген Майоров, Георгій Сурков, Владислав Гусєв, Анатолій Малявін, Коте Маха-

радзе, Олексій Бурков, Володимир Маслаченко, Володимир Перетурич, Георгій Саркисянц, Ніна Єрьоміна. Слід познайомитися з сучасними вітчизняними представниками цієї рідкісної професії.

«Головним легіонером українського телекоментаторського цеху можна назвати Роберта Карловича Моралеса. Деякі вважають, що це псевдонім..., але помиляються. Батько Роберто – чистокровний чилієць» [75]. В далекому 1973 році він приїхав до України в командировку, а у цей час у Чилі стався переворот, до влади прийшов диктатор Піночет. Карлос Моралес вирішив на батьківщину не повертатися. Роберто народився у 1973 році, закінчив Запорізький університет, де вивчав історію України. Деякий час працював телекоментатором на запорізьких телеканалах. Дебют Моралеса стався у 1996 році на піратській трансляції матчу. Роберто запевняє, що на той час усі невеликі канали робили щось подібне. З 2005 року Моралес коментував футбол на «Новому каналі», «Інтері», «Мегаспорті». Зараз працює на телеканалі «Футбол».

Киянин Дмитро Джулай починав свою кар'єру з газетної журналістики. Стажирувався у газеті «Вечірній Київ», паралельно з навчанням в університеті Шевченко. Потім Джулая запросили телекоментатором на Перший національний.

Джулай був визнаний «Золотим мікрофоном» України. Він коментував усі значні футбольні турніри, починаючи з 1998 року. А навесні 2012 року він поїхав у Ірландію працювати і на російському підрозділі каналу «Setanta Sport EurAsia», бо досконало володіє іспанською та англійською.

Віктор Вацко – один з небагатьох коментаторів, що набирались досвіду безпосередньо на футбольному полі. У молоді роки Віктор грав за такі відомі клуби як «Карпати» з Кам'янки-Бузької та команду міста Сосновка. А потім він почав отримувати травми і вирішив перекваліфікуватися в спортивного журналіста.

Коментувати футбол у 1999 році Віктора Вацко запросив його добрий знайомий Александр Гливинський. У Віктора вийшло, і він став працювати у

спортивній редакції УТ-1. Пізніше коментував на каналах Спорт-1, Спорт-2, Спорт-3, де спеціалізувався на німецькому чемпіонаті. З 2010 року Віктор Вацко працював в «Футболі», але потім прийняв пропозицію львівських «Карпат», і з 15 серпня займає посаду віце-президента клубу, а також відповідає за його трансфери.

Своєю присутністю серед українських коментаторів Сергій Панасюк зобов'язаний телеканалу СТБ. У 2002 році у прямому ефірі проводився конкурс коментаторів. У фінал вийшли троє: Михайлюк, Плахотник та Панасюк. На той час СТБ транслювали італійську серію А. Після цього працював в «Газеті по-київськи», де писав статті не тільки про футбол, але й про жіночий теніс. Зараз він працює на телеканалі «Футбол». Його голос можна почути на трансляціях іспанського, італійського, англійського та українських чемпіонатів. В Ужгороді йому довелося коментувати футбол з трибуни – в коментаторській кабіні йому просто не вистачило місця. Сергій відомий своєю флегматичністю.

Денис Босянок народився у Свердловській області, але школу закінчив у пгт Березань Миколаївської області, де активно цікавився не тільки футболом, але й хокеєм (Денис також коментує матчі НХЛ). Навчався в університеті ім. Шевченка на журналістиці, працював на ТВ «Табачук».

Денис працює на «Поверхні» вже більше 15 років. Босяника від інших коментаторів відрізняють ліричні відступи.

Юрій Розанов, що вважався одним з найкращих коментаторів Росії, працює на телеканалі «Україна». Не останню роль у цьому зіграло Євро-2012, під час якого Розанов разом з Василем Уткіним коментував матчі, а потім приймав участь у їх обговоренні.

Легендарний телекоментатор народився у Підмосков'ї і в дитинстві займався усіма видами спорту (окрім керлінгу). Навчався на журналіста, працював на НТВ-Плюс, телеканалі «Росія-2» та радіо «Спорт».

«Вячеслав Шарафутдінов – один зі старожилів серед українських коментаторів. Зараз він працює на ТК «Футбол», Щоправда у болільників знахо-

диться не на хорошому рахунку» [75]. Керівництву телеканалу надходять петиції з вимогою звільнити Шарафутдінова за непрофесійність. Невдалий епізод стався у матчі «Шахтер» – «Севілья» у 2008 році. Українська команда виграла з рахунком 2:1 та проходила в наступний раунд. Шарафутдінов вже встиг привітати донеччан з перемогою та дуже радів за команду, коли рівно за секунди до кінця гри «Севілья» зрівняла рахунок.

Якщо розповідати про Сергія Дерепу, то він заслужений журналіст України, відомий футбольний коментатор Першого національного, власник ордена ФФУ за внесок у розвиток футболу та премії «Золотий мікрофон» 2000 року. Починав коментувати ще з Олімпіади-1980 у Москві. Він «уже давно став легендою телекоментаторського цеху. І не тільки тому, що під його флегматичні коментарі перед телевизором засинала більшість болільників. Його перли з футбольних матчів давно пережили самого Дерепу. Він вже давно не коментує футбол» [75].

Визнаний авторитет у справі аналізу футбольних матчів Ігор Циганик – вихованець львівської школи журналістики. Він закінчив Національний університет ім. Івана Франка. Працював на «Інтері», «Мегаспорті», та «Першому національному». Зараз працює на каналі 2+2, де окрім коментаторської роботи веде аналітичну програму «Профутбол».

Олександр Михайлюк – представник молодого покоління українських коментаторів. Вже в 27 років коментував матчі Євро-2012, «... і виходило у нього не гірше, ніж у колег» [75]. Починав свою кар'єру з дитячої футбольної команди «Євробіс-Арсенал» (Київ). Коли прийшов час обирати, він вибрав навчання в КПІ, де освоїв професію менеджера. У 2002 році Михайлюк переміг у конкурсі коментаторів СТБ (разом з Панасюком). З того часу його кар'єра почала зростати: «Мегаспорт», ICTV, «Поверхня», «Футбол».

Сам Олександр вважає, що для коментатора «...важливо отримати журналістську освіту. Хоча серед коментаторів є немало людей, що її не мають (так сталося, що і я входжу до цього списку)... коментатору журналістика дає певну базу, що допомагає потім під час засвоєння та подачі інформації. Є пе-

вні канонічні речі, що ти засвоюєш на факультеті журналістики, а потім ними тільки користуєшся. Зізнаюся, що на початку моєї коментаторської кар'єри мені трохи не вистачало журналістської підготовки. Але просто бути журналістом за освітою – цього не достатньо для того, щоб стати гарним коментатором» [57]. Михайлюк навіть розробив список напрямів, якими «треба працювати коментатору:

1. Мова.
2. Промовляння слів.
3. Швидкість мовлення (сюди ж можна віднести і реакцію на події).
4. Емоційна складова.
5. Інтонація.
6. Словниковий запас.

7. Утримання балансу: скільки необхідно говорити про події на полі, а скільки про усі інше.

8. Знання мови країни, у якій проходять змагання (для підготовки).
9. Знання правил гри, команд, футболістів.
10. Вміння робити висновки» [57].

Крім того Олександр зауважує, що «іноді футбольний поєдинок здається не таким цікавим, як ти чекав, але задача коментатора є у тому, щоб глядачі не порозбігались по іншим каналам та не позасинали. Тому у запасі повинні бути цікаві історії про команди, футболістів, тренерів, стадіони і т. д. іноді можна побачити цікаве не в тому, що є таким апріорі, і з допомогою фантазії розвивати цю тему. Найголовніше, щоб самому коментатору було цікаво, і це відчуття передається глядачам» [57].

Андрій Столярчук – один із кращих коментаторів України. Він працює на каналі «Футбол» і коментує всі топові матчі.

Роман Тимошук працював ведучим на радіо, вів рубрику авто новини. До команди телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» приєднався у 2013 році, після перемоги у конкурсі коментаторів. Сам Роман каже що йому «дуже допоміг в цьому досвід роботи на радіо. Виробив дикцію, навчився розтягувати

час» [35]. «Коментатор повинен володіти своїм голосом, мати чітку дикцію, гарне почуття гумору. Усі ці якості – дуже важлива складова успіху» [57], – запевняє Роман.

Про особливості роботи коментатора Тимощук зауважує: «Навіть коли ти у відпустці, все одно готуєшся до футболу, читаєш новини у Фейсбуці, цікавишся новинами на сайтах клубів. Навіть якщо ти у відпустці, треба розуміти суть, знати все про футбольні події, які відбуваються під час твоєї відсутності. Футбол змінюється кожен день. З'являються нові правила... і публіці це цікаво. Під час ефірів про це можна коротко розказати, щоб людина була в курсі, чому гравець грав у одній команді, а перейшов у іншу... Є купа клубів, вони змінюють кожен день трансфери, за цим треба стежити. Ти постійно навчаєшся читаєш книги українською мовою, щоб словниковий запас був більшим... Треба шукати інформацію не лише на україномовних ресурсах, переглядати іспанську, англійську пресу. Якщо не знаєш мови – користуватися онлайн-перекладачем ... Це саме при підготовці до матчу. Тепер соцмережа – це як офіційний ресурс будь-якої суттєвої організації. Ти просто заходиш і перечитуєш. За всіма новинами, без сумніву, не вгледити, але хоча би за основними. Потрібно знати де шукати інформацію» [35].

Якщо матч виходить нецікавим коментатор, на думку Романа, повинен його «...оживляти своїми емоціями. Не завжди виходить так робити, але завжди треба пам'ятати, що з того боку екрану тебе слухає глядач» [57] – запевняє Тимощук. Різницю між українськими та зарубіжним коментаторами він бачить, насамперед у емоціях. «Я думаю, що це закладено на генетичному рівні. Ми не такі експресивні як, як, наприклад, іспанці або італійці. Але це не означає що ми не професіонали. Просто ми різні. Тому і вважаю, що усе на своїх місцях» [57] – оптимістично запевняє Тимощук.

Коментатор телеканалів «Футбол-1» / «Футбол-2» Кирило Круторогов запевняє, що «...не в одному вузі не навчають саме коментаторству. Це не дивно. Враховуючи, що навчитися цьому лише в теорії фактично неможливо, та ринок праці в нас такий, що отримавши відповідну освіту, навряд чи у ба-

гатьох вийде влаштуватися коментатором – немає великого попиту у роботодавців» [57]. Щодо якостей, що є складовими успіху футбольного коментатора, Кирило називає готовність багато працювати, аж до самопожертви і постійно удосконалюватись. «Важливо працювати багато, – запевняє Круторогов. – Працювати над собою, також важлива практика. Навіть якщо це буде перед комп'ютером або телевізором. Записувати, слухати себе, аналізувати, розуміти, чим ти відрізняєшся від практикуючих коментаторів. Якщо відрізняєшся у кращому сенсі, треба зберігати таку рису, розвивати її, якщо у гіршому – спробувати змінити мінуси на плюси» [57]. Що до українських коментаторів, то Кирило вважає, що не варто їх недооцінювати. «У кожного свій менталітет, свої вимоги, свої інтереси» [57].

Сергій Савелій – український спортивний коментатор, що працював на одинадцяти олімпіадах. Зараз працює на Українському телебаченні та радіо. Менше коментує, працює редактором спортивних програм ПАО НСТУ. Найяскравішим матчем вважав матч Ліги Чемпіонів у Лансі. Для підготовки до матчів багато читав у різних виданнях, тісно співпрацював з пресслужбами клубів, контактував з тренерами та гравцями. На його очах зростали нинішні топові коментатори та телеведучі Віктор Вацко, Ігор Циганик, Іван Гресько, Олександр Денисов Олександр Гливинський. «Якщо перші четверо більш фокусувалися на футболі, то Саша Гливинський мав зацікавленість і до інших видів спорту, був з нами на кількох олімпіадах, – згадує Сергій Савелій. – Що стосується коментаторства, то у кожного свій шлях, всі вони працюють «на рівні». Пам'ятаю, у Львові зі мною коментували Ігор Циганок та Ваня Гресько та цікавились чи буде з них толк. Я Вані відверто відповів, що коментаторство трошки «не його», запропонував спробувати себе і інших жанрах... І він став гарним організатором і ведучим футбольних програм» [38]. Сам Сергій ще з 1994 року коментував змагання разом з багатьма спортивними коментаторами. «Не всі, але більшість колег з Росії так і не змогли прийняти нас у якості рівних» [38].

Познайомившись з сучасними українськими телекоментаторами, мусимо зауважити, що на сьогоднішній день, незважаючи на те, що в Україні відсутня спеціальна школа що готує представників цієї професії, з'явилося нове покоління, якому відсутність відповідної освіти не заважає бути фахівцями.

Висновки до розділу 3.

Незважаючи на широкий жанрово-тематичний контент спеціалізованих спортивних телеканалів, таких як «XSPORT», «Спорт-1», «Спорт-2» та інших, далеко не всі громадяни мають до них доступ, отже спортивні телерепортажі на загальнонаціональних каналах продовжують займати вагоме місце на телебаченні. За підсумками аналізу можна виділити два базові різновиди спортивного телерепортажу: 1) некоментований показ дії (трансляція, найпростіший різновид телерепортажу), 2) коментований показ дії, об'єктом якого стає матеріал спортивних змагань. Згідно іншої класифікації, розрізняють: 1) репортаж з місця події, 2) записаний репортаж. Серед функцій репортажу: інформативна, аналітична та розважальна.

Структура спортивного репортажу відтворює класичну репортажну структуру і складається з трьох драматургічно вивірених частин:

- а) зачин – так звана зав'язка дії, на якій наголошує репортер або яка ілюструється в кадрі;
- б) основна частина – спортивна дія, її перебіг та аналіз;
- в) заключна частина – розв'язка, у якій зазначаються результати події та перспективи їх подальшого розвитку.

Важливу роль у спортивному телебаченні відіграють коментатори. Представники старшого покоління, згадуючи часи СРСР, перераховують цілу плеяду відомих радянських коментаторів таких як Микола Озеров, Євген Майоров, Георгій Сурков, Владислав Гусєв, Анатолій Малявін, Коте Махарадзе, Олексій Бурков, Володимир Маслаченко, Володимир Перетурин, Гео-

ргій1 Саркисянц, Ніна Єрьоміна. Ми не змогли оминати увагою сучасних спортивних коментаторів, чий фах і здібності представляють велику цінність для людей, які прагнуть стати фахівцями в цій справі.

Можна відзначити таких професійних коментаторів як: Роберт Моралес, Дмитро Джулай, Віктор Вацко, Денис Босянок, Юрій Розанов, Вячеслав Шарафутдінов, Ігор Циганик, Олександр Михайлюк, Андрій Столярчук, Роман Тимошук, Кирило Круторогов, Сергій Савелій. Серед якостей, необхідних сучасному спортивному коментатору, фахівці відзначають:

- готовність до складної та виснажливої праці;
- прагнення до постійного підвищення кваліфікації, зокрема завдяки обміну професійним досвідом з колегами;
- готовність до самокритики;
- потенціал до формування індивідуального стилю, закріплення його та розвиток;
- постійна робота над мовленнєвою культурою та розширенням словникового запасу;
- вивчення іноземних мов;
- покращення професійної підготовки, зокрема знання правил гри, команд, футболістів тощо.

Погоджуючись із фахівцями, також зазначимо на необхідності розширення кількості професійних журналістських шкіл, спрямованих на підготовку таких фахівців.

ВИСНОВКИ

Відповідно до визначеної мети і поставлених завдань, щодо дослідження спортивного контенту на українському телебаченні, були зроблені наступні висновки.

1. Теоретичну базу дослідження склали джерела з трьох базових напрямів: 1) роботи, присвячені взаємодії та взаємовпливу спорту і телебачення; 2) праці, що висвітлюють відмінності спортивного контенту залежно від спеціалізації українських телеканалів; 3) розробки, в яких аналізується спортивний телерепортаж як найважливіший елемент сучасного спорту, наводиться досвід роботи українських спортивних телекоментаторів.

2. Взаємодія та взаємовплив телебачення та спорту очевидні. Наразі відчуваються тісні взаємозв'язки спорту з економікою, політикою, освітою та наукою, моральною культурою суспільства і ціннісними орієнтаціями. Однак у той же час спортивні практики невід'ємні від видовищності, економічної рентабельності, медійності, іміджевої складової. Основним аксіологічним протиріччям у контексті аналізу спорту як соціокультурного феномену є формування таз званої «лінивої телевізійної аудиторії» спортивних шанувальників. Для нівелювання подібних тенденцій виробникам телевізійного контенту варто працювати над покращенням власного професіоналізму, формуванням критичного мислення у глядача.

3. Спортивний контент українського телебачення характеризується значною жанрово-тематичною різноманітністю. Можна виокремити 2 основні блоки спортивного телебачення України:

1) спортивний контент на українських загальнонаціональних каналах (ТРК «Україна», «ICTV», «Інтер», «UA: Суспільне», «2+2» та ін.):

- спортивні новини (в межах телевізійних випусків новин);
- спортивні ток-шоу («Про футбол», «Великий футбол», «Великий бокс» тощо);

2) спеціалізовані спортивні телеканали («Футбол-1», «Футбол-2», «XSPORT», «Спорт-1», «Спорт-2»).

4. З метою дослідити подачу спортивних новин на українському телебаченні, до розгляду взято вечірні випуски спортивних новин чотирьох вітчизняних телеканалів – «Україна», ICTV, «Інтер» та «UA: Суспільне мовлення» за період протягом 2009-2019 рр. Виявлено, що випуски спортивних новин на каналах «Україна» та «ICTV» виходять майже одночасно – у прайм-тайм (приблизно від 19.10 до 19.20). Схожі тенденції спостерігаються і в методиці подання новин. Програмам притаманні в основному трихвилинні блоки з переважно трьома-чотирма повідомленнями в кожному. Серед позитивних сторін висвітлення спортивних новин – інформативна ємність, оперативність і динаміка, поширення відео-заміток та оглядів. Серед негативних сторін – концентрація уваги глядача на змаганнях із закордонних видів спорту, незбалансованість у висвітленні спортивних змагань з різних видів спорту, брак аналітики.

5. Спортивна українська телевізійна журналістика з часом змінюється і прогресує. Одні формати відходять у минуле – від рубрики зі спортивними новинами вже відмовились такі канали як «Україна», ICTV, «Інтер», оскільки не витримують конкуренції з інтернет-ЗМІ. На перший план вийшли інші формати: ток-шоу, адаптовані до спортивної специфіки і спеціалізовані спортивні канали, весь час мовлення яких присвячений виключно спорту. Спортивні ток-шоу стають дедалі популярнішими, витримуючи конкуренцію з інтернет-ЗМІ та спеціалізованими спортивними телеканалами. Серед них: «Про футбол», «Великий футбол», «Великий бокс». На досить високому рівні створюються документальні фільми, присвячені спорту, наприклад, документальний фільм телеканалу «Інтер» під назвою «Україна. Путь к триумфу», присвячений українській збірній з футболу.

6. Не можна не відзначити популярні спеціалізовані спортивні телеканали «Футбол-1» і «Футбол-2», присвячені найпопулярнішому серед спортивного сегменту телебачення виду спорту – футболу. А також «XSPORT»,

«Спорт-1», «Спорт-2» що пропонують глядачам не лише спортивні трансляції, а й власний калейдоскоп розважальних та аналітичних телепередач із боксу, хокею, єдиноборств, рибалки, екстремальних видів спорту. Незважаючи на видиме різноманіття спортивних телеканалів, водночас існує проблема обмеженого доступу громадян до спеціалізованих спортивних телеканалів, мовлення яких здійснюється через кабельні або супутникові мережі.

7. Незважаючи на широкий жанрово-тематичний контент спеціалізованих спортивних телеканалів, таких як «XSPORT», «Спорт-1», «Спорт-2» та інших, далеко не всі громадяни мають до них доступ, отже спортивні телерепортажі на загальнонаціональних каналах продовжують займати вагомим місце на телебаченні. За підсумками аналізу можна виділити два базові різновиди спортивного телерепортажу: 1) некоментований показ дії (трансляція, найпростіший різновид телерепортажу), 2) коментований показ дії, об'єктом якого стає матеріал спортивних змагань. Згідно іншої класифікації, розрізняють: 1) репортаж з місця події, 2) записаний репортаж. Серед функцій репортажу інформативна, аналітична та розважальна. Структура спортивного репортажу відтворює класичну репортажну структуру і складається з трьох драматургічно вивірених частин: зачин, основна частина, заключна частина.

8. Важливу роль у спортивному телебаченні відіграють коментатори. Представники старшого покоління, згадуючи часи СРСР, перераховують цілу плеяду відомих радянських коментаторів таких як Микола Озеров, Євген Майоров, Георгій Сурков, Владислав Гусєв, Анатолій Малявін, Коте Махарадзе, Олексій Бурков, Володимир Маслаченко, Володимир Перетурин, Георгій¹ Саркисянц, Ніна Єрьоміна. Серед сучасників можна відзначити таких професійних коментаторів як: Роберт Моралес, Дмитро Джулай, Віктор Вацко, Денис Босьянок, Юрій Розанов, Вячеслав Шарафутдінов, Ігор Циганик, Олександр Михайлюк, Андрій Столярчук, Роман Тимощук, Кирило Круторов, Сергій Савелій.

9. Підсумовуючи проведені дослідження, можна винести на розгляд наукового та фахового товариства кілька пропозицій із оптимізації сучасного спортивного телевізійного контенту в Україні. Вважаємо за необхідне:

- через обмеженість доступу громадян до супутникового та кабельного телебачення – зберегти, укріпити та розвинути спортивний контент на загальнонаціональних телеканалах;
- урізноманітнити спортивні новини елементами аналітики, зокрема інтерв'ю, оглядами та коментарями; важливо, щоб подана інформація відповідала критеріям об'єктивності, актуальності та релевантності;
- покращити професійний рівень сучасних спортивних телетрансляцій завдяки набутому досвіду професійних коментаторів (детальніше, у висновках до розділу 3);
- збільшити кількість професійних журналістських шкіл, спрямованих на підготовку фахівців зі спортивної журналістики.

10. Висвітливши відмінності спортивного контенту різних українських телеканалів можна підсумувати, що на сучасному етапі дуже важливо творити українське спортивне телебачення, таким чином виховуючи серед українських глядачів серед інших чеснот патріотизм, почуття гідності і гордості за свою державу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Автогол [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footballua.tv/ru/abo> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
2. Александрова Е. Н. Спортивний репортаж как жанр дискурса [Електронний ресурс]. — Режим доступу www.lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/19/aleksandrova_en/dos (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
3. Барчук В. Спортивний репортаж як дзеркало суспільного мовлення (на матеріалі футбольних телетрансляцій) / В. Барчук // Рідне слово в етнокультурному вимірі. — 2015. — С. 16-24.
4. Бацевич Ф. Лінгвістична генеалогія: проблеми і перспективи / Флорій Сергійович Бацевич. — Львів: ПІАС, 2005. — 264 с.
5. Бацунов С. М. Соціальне буття спорту: український контекст / С. М. Бацунов // Гілея: науковий вісник. — 2012. — № 57(2). — С. 268-271.
6. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. — Москва: РИП-холдинг, 2003. — 174 с.
7. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Н. Богомолова. — Москва: МГУ, 1991. — 125 с.
8. Брандес О. П. Спортивно-информационные речевые жанры в газете «Morning Star» и их грамматико-лексическая характеристика: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Оксана Петровна Брандес. — К.: КГПІІІЯ, 1979. — 170 с.
9. Бурдые П. Программа для социологии спорта / П. Бурдые // Начала. — Москва: Socio-Logos, 1994. — С. 257-275.
10. В воскресенье в 11:15 в эфир телеканала «Футбол-1» возвращается авторская программа Аллы Бублий — «Моя гра» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footballua.tv/ru/48883-moja-gra-povertajetysya-na-telekanal-futbol-1> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

11. Войтик Е. Спортивная информация как понятие и ее роль в масс-медиа / Е. Войтик // Вестник Челябинского государственного университета. — 2011. — № 20. — С. 59-62.
12. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики / Михайло Федосійович Гетьманець, Ігор Ленідович Михайлин. — Х.: Прапор, 2009. — 384 с.
13. Головна команда [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footbollua.tv/ru/abo> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
14. Гусєв А. В. Вплив медіа на розвиток професійного спорту / А. В. Гусєв // Вісник ХДАК. — 2015. — Вип. 46. — С. 114-120.
15. Гусєв А. В. Спорт і медіа у масовому суспільстві: проблеми взаємодії / А. В. Гусєв // Держава та регіони. — 2015. — №2. — Серія: Соціальні комунікації. — С. 81-86.
16. Гусєв А. В. Спортивний контент на українському телебаченні / А. В. Гусєв // Держава та регіони. — 2015. — №1. — Серія: Соціальні комунікації. — С. 64-67.
17. Дерєпа М. С. Освещение спорта в периодической печати Украины: дис. ...канд. наук. по физ. восп. и спорту: 24.00.01 / Марина Сергеевна Дерєпа. — К., 2003. — 260 с.
18. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика: Навч. посіб. — Вид. 3-тє, доповн. / З. Є. Дмитровський. — Львів: ПАІС, 2009. — 224 с.
19. Дридзе Т. М. Экоантропоцентрическая парадигма в социальном познании и социальном управлении / Т. М. Дридзе // Человек. — 1998. — № 2. — с. 20-28.
20. Доманська М. Новаторські та традиційні риси у форматі ток-шоу як комунікаційного жанру [Електронний ресурс]. Інтернет-конференція «Інформаційне суспільство і нові виміри культури», НУ «Острозька академія», 2010. Режим доступу: <http://inf.edu/ue/domanska.html> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

21. Дячук В. П. Комуникативна культура прямого телевізійного ефіру: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. культурології: спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури» / Валентина Петрівна Дячук. — Київ, 2009. — 19 с.
22. Житарюк М. Г. Великий спорт та мас-медіа. Текст лекцій: Навчально-методичний посібник/ Маря'н Житарюк. — Львів: Світ, 1997. — 84 с.
23. Засурский Я. Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий / Я. Н. Засурский // От книги до интернета. Журналистика и мир на рубеже тысячелетия / отв. ред. Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. — М.: Изд-во Москов. ун-та, 2000. — С. 20-25.
24. Зинюк А. В. Роль средств массовой информации в популяризации спорта / А. В. Зинюк // Проблемы государственного и муниципального управления — 2010: сборник научных работ молодых ученых. — Белгород: Константа, 2010. — С. 84-88.
25. Зинюк А. В. Роль сучасних мас-медіа в популяризації масового спорту та здорового способу життя / А. В. Зинюк // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки. — 2013. — Т. 18. — Вип. 2(18). — Ч. 1. — С. 260- 266.
26. Зинюк А. В. Спортивна комунікація в системі ЗМІ / А. В. Зинюк // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць. Серія: Соціологія. — Донецьк: ДонДУУ, 2010. — Т. XI. — Вип. 178. — С. 367-373.
27. Ібрагімов М. М. Сова Мінерви і Аполлон: філософське есе про спорт / М. М. Ібрагімов. — К.: ТОВ «НВП» Інтерсервіс», 2013. — 320 с.
28. История // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/XSPORT> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
29. Йожеф Сабо: «Я рад, что ровно десять лет работаю на канале «Футбол» // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footbollua.tv/ru/new> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

30. Кайда Л. Г. Стилистические ресурсы современного спортивного репортажа // Спорт в зеркале журналистики: О мастерстве спортивного журналиста) / Сост. Г. Я. Солганик. — М.: Мысль, 1989. — С. 110-126.

31. Калина М. С. Вплив телебачення на ціннісне розуміння світу у сучасній західній культурі / М. С. Калина // Практична філософія. — 2015. — № 3 (№ 157). — С. 169-175.

32. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Манэль Кастельс / пер. с англ.; под. науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ИШЕ, 2000.

33. Квіт С. Масові комунікації: підруч. для студ. вищих навч. закл. / Сергій Квіт. — Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.

34. Ким М. Н. Жанры современной журналистики: / Ким М. Н. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004. — 336 с.

35. «Коментуючи матч, слід уникати заангажованості», — футбольний коментатор Роман Тимошук [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bug.org.ua/interview/komentuyuchy-match-slid-unykaty-zaanhazhovanosti-futbolnyj-komentator-roman-tymoschuk-178122/> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.

36. Конечкая В. Г. Социология коммуникации / В. Г. Конечкая. — Москва: Медж. ун-т бизнеса и управления, 1997. — 304 с.

37. Кулик В. В. Олімпійський у серцях вогонь. Історія виникнення та становлення НОК України/ Володимир Кулик. — К.: МП «Леся», 2008. — 308 с.

38. Легендарный комментатор Сергей Савелий о «пивных» очередях, зазнавших россиянах и патриотизме [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sector.depo.ua/rus/ukraine/legendarniy-comentator-sergiy-saveliy-pro-pivni-cherghi-zaznanih-rosivan-ta-patriotizm-20170222524237> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.

39. Лучший боксер мира 2017 Василий Ломаченко на 90 % уверен, что следующим его соперником станет Хорхе Линарес [Електронний ресурс]. —

Режим доступу: <https://inter.ua/ru/news/2018/02/12/6477> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

40. Ляшенко Т. С. Структурно-композиційні, лінгвостилістичні та прагматичні особливості тексту мистецькознавчої рецензії (на матеріалі німецьких газет): дис. ...канд. філол. наук: 10.02.04 / Тетяна Степанівні Ляшенко. — Львів, 2004. — 201 с.

41. Максимов В. Главный редактор телеканала «Хоккей» Александр Мащенко: «Есть первый опыт!» / Виктор Максимов // Комсомольская правда. — 2012. — 23 апреля.

42. Масштабные планы каналов «Футбол-1» / «Футбол-2» накануне финала Лиги чемпионов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https:// footballua.tv/ru/news/10012-futbol-1futbol-2-nich-ligi-chempioniv-i-glavnyje-matchi-sredu](https://footballua.tv/ru/news/10012-futbol-1futbol-2-nich-ligi-chempioniv-i-glavnyje-matchi-sredu) (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

43. Матвеев Л. П. Спорт для всех и спорт не для всех / Л. П. Матвеев // Спорт для всех. — 1999. — № 1-2. — С. 15-18.

44. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / Іван Гаврилович Мащенко. — Запоріжжя: Дике поле, 2006. — 512 с.

45. Могільова С. В. Сучасний спорт в екзистенціальному та соціально комунікативному вимірах. — Автореферат на дис... на здобуття наук. ступеня канд. філософ. н 09.00.03 — Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2008. — 18 с.

46. Мула В. Телебачення без спорту: а що далі? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://teleprostir.com/blogs/mula/322-2009-07-10-00-43-15> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

47. Національна суспільна телерадіокомпанія України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [ttps://uk.m.wikihedia.org/wiki](https://uk.m.wikihedia.org/wiki) (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

48. Ніч Ліги Чемпіонів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footbollua.tv/ru/abo> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
49. О нас [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kanalukraina.tv/about/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
50. Описание [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.google.com/search?q=XSPORT.ua&ie=utf-8&oe=utf8&client=firefox-b> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
51. О проекте «Великий футбол» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://velykyifutbol.kanalukraina.tv/ru/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
52. Плахта Д. Ток-шоу у спортивній журналістиці: неklasичний підхід / Д. Плахта // Теле- та радіожурналістика. — 2017. — Вип. 16. — С. 200-205.
53. Попов В. Д. Социальная информациология и журналистика / В. Д. Попов. — Москва: Изд-во РАГС, 2007. — 335 с.
54. Починаючи з 14 жовтня, щонеділі о 10:25, в ефірі телеканалу «Футбол-1» буде йти нове розважальне шоу «Халатний футбол» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footballua.tv/ru/abut/program-83-halatniyi-futbol> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
55. Про ICTV [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.istv.ua/channel/about/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
56. Пронина Е. Е. Психология спорта и психология репортажа // Спорт в зеркале журналистики: (О мастерстве спортивного журналиста) / Сост. Г. Я. Солганик. — М.: Мысль, 1989. — С. 70-91.
57. Профессия «футбольный комментатор»: 10 полезных советов от «голосов» телеканалов «Футбол-1» / «Футбол-2» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mediasat.info/2016/06/17/commentator/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.
58. Різун В. В. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига. М. Д. Феллер. — К.: РВЦ «Київський університет», 1998. — 336 с.

59. Роман Кадемин станет ведущим «Подробностей» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mediabusiness.com.ua/index2.php?option=com_content&task=view&id=38058&pop=1&page=0&Itemid=46 (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

60. Роман Кадемин теперь отвечает за весь спорт на «Интер» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mediananny.com/novosti/2329560/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

61. Самохин А. Хроника спортивного режима / Андрей Самохин [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [portal-kultura.ru>svoy>articles](http://portal-kultura.ru/svoje/articles) (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

62. Самченко В. Від «Мегаспорту» до «Ігор» — кілька місяців / В. Самченко [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2009-10-30/48933> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

63. Самые важные поединки украинского чемпиона зрители телеканала «Интер» смотрят в программе «Большой бокс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://inter.ua/ru/news/2018/02/19/6485> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

64. Семенюк Э. П. Информационный подход к познанию действительности: монография / Э. П. Семенюк. — Киев: Наукова думка, 1988. — 240 с.

65. Сизоненко В. А. Типологические особенности речевого жанра «спортивный репортаж» (на материале британской прессы): автореф. на соиск. учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02. 04 «Германские языки» / Виктор Александрович Сизоненко. — Киев, 1985. — 12 с.

66. Смотрите программу «Європейський WEEKEND» каждый понедельник в 20:40 на телеканале «Футбол-2» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://footballua.tv/ru/about/program-56-yevropeyskiy-weekend> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

67. «Спорт в деталях» на «Интер» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://inter.ua/ru/news/2011/08/30/4653> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
68. Спорт 1 (Україна) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ru.m.wikipedia.org/w> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
69. Спорт по буднях 21.30 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: 1tv.com.ua/programs/sport (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
70. Спорт ТВ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sport-tv.me/sport1-ukraina> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
71. Спортивна журналістика — майстер клас Ігоря Циганика та Олександри Лободи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://journalism.usu.edu.ua/video/3456/> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
72. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н. Єгоровець / Мітчел Ственс. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 407 с.
73. Столяров В. И. Социология физической культуры и спорта / В. И. Столяров. — Москва: Физическая культура, 1999. — 160 с.
74. Стрижалова А. А. Об особенностях организации текстов, относящихся к разным функциональным стилям / Адель Алексеевна Стрижалова, Любовь Ивановна Кричинина. — Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1985. — 176 с.
75. «Судья, свисти в свое орудие труда!»: Лучшие футбольные комментаторы Украины [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mediananny.com/obzor/21081/#> (дата звернення 26.10.19). — Назва з екрану.
76. Тарасюк В. Специфіка подачі спортивних новин на українському телебаченні / В. Тарасюк // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2010. — Серія: Філологія. Соціальні комунікації. — Вип. 23. — С. 118-121.
77. Телеканал «2+2» готує ток-шоу про актуальні події у світі українського футболу // [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://tsn.ua/prosport/telekanal-2-2-kino-zapuskaye-tok-shou-pro-futbol.html> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

78. Телеканал Спорт — 2 (Україна) // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://youtv.com.ua/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

79. Телеканали «Футбол» отметили свое десятилетие // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footbollua.tv/ru/new> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

80. Телеканали «Футбол-1» / «Футбол-2» // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://footbollua.tv/ru/abo> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

81. Тіщенко О. В. Особливості композиційної структури озвученого тексту англійського спортивного телерепортажу / О. В. Тіщенко // Наукові записки. — Сер. Філологічна. — 2010. — Вип. 14. — С. 242-250.

82. Тіщенко О. В. Систематизація ознак англійського спортивного телерепортажу / О. В. Тіщенко // Нова філологія. — 2011. — № 44. — С. 144-149.

83. Украинский футбол всегда полон различных событий // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://liveam.tv/mova-gra.html> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

84. Фомин Ю. А. Коммерциализация олимпийского спорта как противоречие его развития / Ю. А. Фомин // Человек в мире спорта: Новые идеи, технологии, перспективы. — М., 2008. — Т. 2. — С. 578-579.

85. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга; пер. с нидерл.; общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян. — М.: Изд. Группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. — 464 с.

86. Шаповал Ю. І. Телевізійний репортаж як жанр і метод документування подій суспільного життя / Ю. І. Шаповал // Телевізійна й радіожурналістика: Збірник науково-методичних праць. — Львів: 2000. — Вип. 3. — С. 311-327.

87. Юровский А. Я. Основы телевизионной журналистики: учебное пособие / А. Я. Юровский, Р. А. Борецкий. — М.: Издательство МГУ, 1966. — 337 с.

88. Юхименко Н. Ф. Гуманістичні параметри самореалізації особистості: потреби, інтереси, цінності. Автореферат дис... на здобуття наук. ступеня канд. філософ. н. 09.00.03. — К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. — 2003. — 15 с.

89. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: підручник / Анатолій Володимирович Яковець — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. — 240 с.

90. XSPORT [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://xsport.ua/program/129168/> (дата звернення 26.10. 19). — Назва з екрану.

91. ДЕНИСОВ: «Были заинтересованы, чтобы Коноплянка ушел в Рому»: Директор телеканалов «Футбол 1» / «Футбол 2» - о специфике своей работы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://football.sport.ua/news/252376> (дата звернення 26.10. 19). — Заголовок с экрана.