

А.Обертосова –
студентка спеціальності “журналістика”
Національного університету
«Львівська політехніка»
Науковий керівник – доктор філологічних наук,
професор, завідувач кафедри ЖЗМК Кузнецова О.Д.

ВИСВІТЛЕННЯ ФУТБОЛЬНИХ ЗМАГАНЬ У ГАЗЕТИ «КОМАНДА» У 2013-2018 рр.

У більшості країн світу є своя інфраструктура спортивних ЗМІ, куди входять як друковані, так і електронні способи подання інформації. Цей факт пов'язаний із постійним збільшенням уваги громадськості до спортивної проблематики, а також до найбільших світових змагань, котрі вимагають глибокого та об'єктивного висвітлення. Зараз у світі налічується понад 200 видів спорту, багато з яких в свою чергу ще поділяються на окремі. При цьому досить різноманітна класифікація видів спорту, які, залежно від необхідності, можуть підрозділятися на олімпійські та неолімпійські, міжнародні та національні, рекреаційні та екстремальні, професійно-прикладні та військово-прикладні, швидкісно-силові і циклічні, рухомі та нерухомі, одиночні і командні і т.д. Враховуючи таке різноманіття видів спорту, абсолютно логічно, що група універсальної періодики в цілому зосереджується на найбільш популярних або масових видах спорту, одним з яких є футбол. Тож можна сказати про те, що проблема висвітлення футбольних змагань є однією з провідних галузей спортивної журналістики.

Сьогодні важко уявити медіа-простір без періодичних видань пов'язаних із футбольною тематикою. Жодне загальнополітичне видання не може оминати своєю увагою такі серйозні футбольні події, як чемпіонати світу та Європи з футболу, Лігу чемпіонів чи Лігу Європи. Особливо, якщо значними фігурами цих подій стали, або не стали українські спортсмени. Як футбольна журналістика є необхідною умовою існування футболу, так і не може без неї обійтись журналістика загалом.

Сучасна журналістика не стоїть на місці, розвивається. Разом з нею йде вперед і спортивна журналістика. Однією з суттєвих ознак творів ЗМІ – це збільшення ваги публіцистичності в усіх жанрах та типах творчості. Якщо інформаційна журналістика передбачає максимально можливу об'єктивність, то спортивна інформаційна журналістика при номінальній неупередженості в підтексті завжди буде емоцій-

ною. Просте повідомлення про перемогу або поразку того чи іншого спортсмена або команди викликає певні емоції, особливо, якщо людина сама спостерігала за ними. І чим активніше вболіває людина, що сприймає повідомлення, тим публіцистичнішим воно буде для нього. Журналіст – «професійний вболівальник», отже суб'єктивності йому не уникнути. У «великих» жанрах, таких як стаття, огляд, нарис, публіцистика почуває себе на своєму місці і чітко проявляється.

Актуальність цієї роботи полягає в тому, що футбол у спортивній журналістиці стає дедалі популярнішим, тобто активно розвивається та еволюціонує завдяки загальним тенденціям сучасної журналістики. Сьогодні журналісту, який обрав футбольну тематику, мало добре знати спорт та просто володіти словом. Він сьогодні має бути обізнаним з усіма сферами життя суспільства та постійно вдосконалювати свою журналістську майстерність згідно умов часу.

Мета дослідження – виявити специфіку висвітлення футболу на сторінках газети «Команда».

Об'єктом дослідження є газета «Команда».

Предметом дослідження є – футбольна тематика на шпальтах газети «Команда».

Всеукраїнська спортивна газета «Команда» видається на території України з 1995 р. Заявлений тираж кожного номера становить 101 тис. примірників. З 3 червня 2013 р. «Команда» стала більш оперативною і тепер виходить тричі на тиждень – у понеділок, середу і п'ятницю. Змінився і друкований формат видання: розмір шпальт зменшився майже вдвічі, при цьому збільшилася їх кількість – з 16 до 24. «Ми, у свою чергу, намагатимемось максимально зберегти переваги, які характерні для «Команди» як для газети номер один про спорт в Україні протягом багатьох років – якість матеріалів, їх ексклюзивність і аналітичність», – прокоментував прийдешні зміни головний редактор «Команди» Юрій Карман. У газеті представлені п'ять найпопулярніших видів спорту; це, перш за все, ігрові види: футбол, баскетбол, хокей, гандбол і волейбол. Серед них треба відзначити футбол, адже його питома вага становить 60–66% від загальної кількості текстових блоків. Крім того, цій рубриці відведені перші шпальти газети. Велика увага тут приділяється саме українському футболу. Передусім, ідеться про висвітлення подій, що відбуваються в матчах вітчизняної прем'єр-ліги. На сторінках газети досить часто можна зустріти репортажі з матчів УПЛ, інтерв'ю з футболістами, тренерами, експертами в галузі футболу. Також дуже багато аналітичних матеріалів, присвячених подіям в українському футболі. У

газеті є дві підрубрики, які не завжди належать саме до рубрики «Футбол», а саме: «Є тема» і «Розмова щоп'ятниці». Підрубрика «Є тема» часто з'являється в рубриках «Хокей», «Баскетбол», проте найчастіше вона стосується саме до «Футболу». Тут публікують аналітичні матеріали журналістів щодо проблем і подій у світі українського футболу, які, незважаючи на свою важливість, можуть бути не дуже добре відомі публіці. Підрубрика «Розмова щоп'ятниці» є не в кожному п'ятничному випуску газети. Здебільшого в ній розмішують велике інтерв'ю з людиною, безпосередньо пов'язаною зі спортом. Діючі спортсмени рідко стають героями такого інтерв'ю. В основному це колишні спортсмени, що вже встигли попрацювати як тренери, або ті, що займали іншу керівну посаду в спортивній структурі тощо. Кількість і обсяг повідомлень про події футболу – близько 60% від загальної кількості публікацій. Зауважимо, що «Команда» – єдине видання, в якому не спостерігається різкої диспропорції у висвітленні видів спорту.

Футбольна тематика рідко з'являється на перших шпальтах газети «Команда». Це пов'язано перш за все з тим, що український футбол перебуває у стадії реформації та розвитку. Тож значними досягненнями у футболі як на європейській, так і світовій арені українські спортсмени не тішать. Зрозуміло, що інформацію про перемогу команди Другої ліги суспільно-політичне видання не матиме бажання розмістити на першій сторінці.

Висвітлення футбольних змагань журналісти газети «Команда» здійснюють переважно за рахунок інтерв'ю з тренерами і футболістами, в основі яких зазвичай лежить певна проблема, ситуація. Такі матеріали «живі» та цікаві.

Становлять інтерес і нариси з історії футболу. Так, нарис «Малобюджетний шедевр» розповідає про історію футбольного клубу «Вімблдон». Нарис починається з висловлювання англійського журналіста М. Алена, яке, мабуть, розкриває всю суть тієї команди: «В англійському футболі другої половини 1980-х кожен знав, що в ці кілька років свавілля перетинатися з «Уімблдоном» загрожує великими неприємностями. Вони ламали щелепи, вибивали зуби, заштовхували м'яч у ворота ліктями, колінами й лобами. Вони билися з представниками преси, трошили готелі й публічно знімали труси. Для них не мали значення ні масштаби бійок, ні кількість жовтих і червоних карток, їх не могли зупинити ані погрози з боку футбольних чиновників, ані інші «круті хлопці», що опинялися на шляху». Ця команда увійшла в історію англійського футболу своїм безпрецедентним

підйомом з глибин напівпрофесійних дивізіонів Південної ліги в елітний перший дивізіон Футбольної ліги. Ні до, ні після нікому не вдалося виконати весь цей шлях настільки швидко – за дев'ять сезонів. Це досягнення вражає тим більше, що рух «Вімблдон» вгору не підкріплювався жодними серйозними фінансовими ресурсами. Автор особливо відзначає ігровий стиль команди: «Вімблдон» грав у футбол, який здавався дещо непривабливим і потворним. Втім, він таким і був насправді. Гравці цієї команди не визнавали коротких передач, фінтів і дриблінгу, вони вважали всі ці незаперечні ознаки футбольної майстерності «рожевими шмарклями для малоліток і серпанкових панянок». Саме тому багато фахівців ненавиділи такий НЕ видовищний підхід, тому гра команди зазнавала критику на кожному кроці. Водночас команду полюбили багато вболівальників, адже команда стала провідником простої ідеї: рядова команда, складена з самих звичайних гравців, здатна прокласти собі дорогу з гязі в князі». Також автор звертається до особистості власника клубу: «Ліванський бізнесмен Сем Хаммам вперше побував у Лондоні в 1977 р. і з тих пір по-справжньому закохався в це місто. Він не цікавився футболом, але, коли вирішив купити собі щось «на пам'ять», то придбав... футбольний клуб «Вімблдон». «Вімблдон» не любив, але водночас визнавали, що клуб став справжнім жахом для ситої і багатой футбольної богемі. Сучасний футбол перетворився на комерційно успішний бізнес, де крутяться величезні гроші, а «Вімблдон» – це виняток, що підтверджує правило: без великих фінансових вливань (спорудження стадіону, заснування футбольної академії, купівлі гравців, наймання якісних менеджерів) утриматися у кращому футбольному чемпіонаті неможливо. Водночас «Вімблдон» став унікальним явищем і зумів без значних коштів, граючи у примітивний футбол, протриматися 15 років в англійській прем'єр-лізі. Автор не дарма акцентує увагу на романтичній складовій цієї історії, адже для простих уболівальників «Вімблдон» став уособленням істинно англійського футбольного клубу: «Донс» були такими ж, як і вони самі: мулярами, водопровідниками, дворовими футболістами, дітьми з неповних сімей та жителями богом забутих околиць. Вони були справжніми хлопцями, а не напوماдженими примадоннами з вилизаними зачісками. Вони не записували поп-пісеньки, як Гленн Ходдл і Кріс Уоддл, вони не рекламували шампуні й абсолютно точно не могли навчити підростаюче покоління чогось доброго».

Основними ознаками матеріалів, що публікуються у газеті «Команда» та присвячені проблемам сучасного футболу, є описовість і

переважання інформаційних жанрів. Найчастіше у газеті публікуються замітка, інтерв'ю, стаття, огляд, репортаж.

Журналісти у своїх спортивних матеріалах користуються інструментами привернення читацької уваги, різноманітними прийомами: ексклюзивність матеріалів, унікальність героїв, цікаве та креативне подання інформації, оперування шрифтами, використання якісних, масштабних фото, які привертають увагу.

Список використаних джерел

1. *Данилевская А. Спортивный журналист должен быть немного фанатиком. / С. Г. Айвазова. – М.: МЦГТ, 1999. – 390С.*
2. *Воронков П. Спортивная пресса как тип. / И.М. Аксьонова. – М.: Москва, 1998. – 190с.*
3. *Войтик Е., Симонов С. О спортивной журналистике и не только. / В.М. Алматов. – М.: Мова рос. культуры, 1999. -368 С.*
4. *Спаський О. Д. За кого вболівають журналісти. / О. Д. Спаський, А. Р. Усманов. – Москва, 1986. – 136с.*

А. Орлова –

студентка спеціальності «журналістика»
Національного університету
«Львівська політехніка»

Науковий керівник: канд. наук з соц. ком.,
доцент кафедри ЖЗМК Мудра І.М.

ФЕЙКОВІ НОВИНИ В ЗМІ

На даному етапі української журналістики складно оминати такий елемент, як фейкові новини, адже вони заповнили велику частину медійного простору та не лише. Без перебільшень можемо сказати вони повсюди.

Тема складна, і недостатньо вивчена журналістами та науковцями. Великий потік різнопланових “фейків” від абсолютно нейтральних, до дуже жорстких і різких. Хотілося би окреслити рамки за які журналістам зась, у плані “фейків”.

Напевно варто почати з самих гостросюжетних, та часом навіть фантастичних новин такого напрямку. Першою посеред них у моєму