

СПЕЦИФІКА ПОДАЧІ СПОРТИВНИХ НОВИН НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ (за матеріалами інформаційних випусків телеканалів «Україна» та ICTV)

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Випуск 23.
УДК 796 (047.1)

Тарасюк В. Специфіка подачі спортивних новин на українському телебаченні (за матеріалами інформаційних випусків телеканалів «Україна» та ICTV; 11 стор.; кількість бібліографічних джерел – 12; мова українська.

Анотація. У статті розглядається специфіка 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.

Ключові слова: спорт, новини, телебачення, телеканал, телеаудиторія, жанр.

Summary. The article deals with the specific character of presenting sports news on Ukrainian television, in particular on the TV channels «Ukraine» and ICTV. On the level of a form and content we investigate the tendencies which are typical for evening information programmes. We came to a conclusion that for substantial improvement of broadcasting material quality it is necessary to keep balance in presenting topics, kinds of sport, genres, more assiduously take into account requirements of native audience, national traditions in sport.

Key words: sport, news, television, TV channel, television audience, genre.

У сучасному світі, який стрімко розвивається, дедалі вагомішу роль відіграє спорт. Сьогодні ця сфера суспільної діяльності є однією з найвпливовіших у плані популяризації здорового способу життя, високих досягнень, зміцнення престижу держави. Тому в планетарному масштабі інтерес до спорту більш ніж вагомий. Свідченням сказаного є останні зимові Олімпійські ігри у Ванкувері-2010. Для їх висвітлення були акредитовані майже 11 тисяч представників мас-медіа, а в цілому за змаганнями спостерігали 3,5 мільярда телеглядачів в усіх кутках Землі [7]. Як справедливо зазначає М. Булатова, «сучасні Олімпійські ігри, як і в Стародавній Греції, – це школа освіти і виховання, способу життя та самоствердження, засіб національної ідентифікації та великої політики, арена для підприємництва й економічної діяльності, культури і побуту, дозволяла у різних його проявах» [1, 6]. Крім того, якщо врахувати активну роль спорту в рекламній сфері, то закономірним явищем є 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. Не дивно, що й розвитку спортивної тележурналістики фахівці приділяли й продовжують приділяти увагу на різних рівнях. Окремі її аспекти висвітлені в публікаціях С. Михайлова, А. Мостова [5], М. Житарюка [3], В. Мули [6] та інших авторів.

Водночас таких студій ще недостатньо. *Актуальність теми* цього дослідження продиктована недостатнім вивченням проблеми й потребами практичної журналістики розвивати спортивне інформаційне мовлення, яке є одним із головних індикаторів відповідної політики телеканалів. *Мета розвідки* – вивчити специфіку подачі спортивних

новин на українському телебаченні. Зважаючи на окреслену мету, виокремлено й *головні завдання*:

1. Дослідити головні тенденції у відборі тем, а також видів спорту, події в яких стають інформаційними приводами.

2. Проаналізувати жанрове наповнення спортивних блоків новин на українських телеканалах.

3. Спираючись на контекст дослідження, виявити головні складові ефективного творення випусків спортивних теленовин.

Зважаючи на визначені завдання та виходячи з потреб статті, за *об'єкт вивчення* взято вечірні випуски спортивних новин двох вітчизняних телеканалів – «Україна» та ICTV. Узятю до уваги, що Закрите акціонерне товариство «Україна» – потужний медіазасіб країни, який входить до трійки провідних у рейтингу загальнонаціональних телеканалів. Останнім же часом він продемонстрував зростання кількості аудиторії майже на третину й, крім інформаційного, пізнавального, дитячого, розважального й художнього, веде саме спортивне мовлення (зокрема через кабельну мережу та супутниковий зв'язок), охоплюючи всі групи глядачів [8]. 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 [6]. Дивитись програми цього ЗМІ має змогу 95% населення країни, а це майже 41 мільйон людей [10].

Суттєвим є й те, що випуски спортивних новин обох мас-медіа 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 хронометра-

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

Предметом дослідження став аналіз формально-змістового рівня вечірніх випусків новин спорту на зазначених телеканалах, а *матеріалом розвідки* послужили відповідні блоки інформаційних програм «События» і «Факти» протягом 2009 – 2010 років. Головними *методами дослідження* було обрано проблемно-тематичний та аналітичний методи. Перший із них дав можливість з'ясувати спільне й відмінне в тематичній проблематиці, подачі видів спорту, а другий – виявити внутрішні тенденції в зображенні подій, дослідити окремі складові в структурі цілого випуску спортивних новин. Застосований підхід, на нашу думку, дасть можливість об'єктивніше розглянути й проаналізувати відібраний матеріал.

Оцінюючи вечірні випуски новин на телеканалах «Україна» й ICTV, насамперед слід зазначити, що в цілому спостерігаються схожі тенденції у висвітленні спорту. Так, програмам «События» і «Факти» 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 одну – півтори хвилини, молодим спортивним ведучим загалом удається створювати цілком динамічні події випуски. Останні переважно характеризують стислість, оперативність, значною мірою злободенність, достатня насиченість фактами, уміння сконцентрувати увагу на головному. Ось, приміром, у випуску за 8 вересня 2009 року повідомлялося не лише про те, що тенісистка К. Бондаренко вийшла в 1/8 фіналу одного з турнірів Великого шолома – Відкритого чемпіонату Сполучених Штатів Америки, а зробила це вперше в історії України. Звичайно, така додаткова інформація важлива для вітчизняних телеглядачів, підсилює вагомість викладу загалом.

У більшості випадків уведення (підводки) ведучих є теж короткими й логічно вмотивованими. Новини подаються 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 ж зібраний матеріал позбавлений вагомої кількості фактажу. Якщо ж у випуску вдалося охопити найголовніші події спортивного дня планети або країни, то в хід успішно йдуть огляди. Іноді вони (частково чи повністю) присвячені окремим видам спорту, насамперед – футболу. Вищесказане наочно ілюструє випуск новин за 17 квітня 2009 р. на телеканалі «Україна», коли повідомлялося про півфінальні матчі Кубка УЄФА та поєдинки 24 туру чемпіонату України. У таких випадках процес інформування часто супроводжується аналізом, оцінками явищ, прогнозуванням їх можливого подальшого розвитку. Цілком очевидно,

що в центрі журналістської уваги переважно знаходяться поточні події. Здебільшого вони пов'язані з функціонуванням клубів, збірних, перипетіями напередодні змагань, перебігом чи вже підсумками заходів, а також із життям та професійною кар'єрою зірок, наприклад, переходами відомих спортсменів, тренерів із команди в команду, якимись незвичайними пригодами. Приміром, в окремо взятих випусках ішлося про фінал Кубка УЄФА між донецьким «Шахтарем» і бременським «Вердером» («Україна», 20 травня 2009 р.), про підготовку футбольних клубів прем'єр-ліги до весняної стадії чемпіонату, отримання форми олімпійською збірною України (канал ICTV, 13 січня 2010 р.). За слушної нагоди в новинах доречно анонсують час найближчих трансляцій спортивних заходів.

Водночас на обох телеканалах 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 телеканалу ICTV. Скажімо, у новинах за 3 червня 2009 р. протягом трьох хвилин ішлося про перехід бразильського футболіста Кака до мадридського «Реалу», про те, що представниця кульової стрільби Дарина Шитко стала кращою спортсменкою травня, а також про матчеву зустріч жіночих збірних України та Італії в рамках тенісного Кубка федерації й проведення в Києві світової хокейної першості серед гравців до 18 років. Таким чином, у випуску новин витримана і палітра видів спорту, і баланс подій в Україні та за кордоном, їх, так би мовити, «різнохарактерність», і розповідь про українських та закордонних зірок, і навіть гендерна рівність. Утім подібний підхід швидше є винятком, ніж правилом. Більше того, коли ґрунтовніше проаналізувати спортивні тelenовини, то 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 спортивне наповнення роблять майже випадкові люди. Бо керівництво каналів, як правило, у першу чергу звертає увагу не на зміст новин, а на наявність спонсора. (До речі, у спортивних новинах на всіх вітчизняних каналах він, як правило, один і той же)» [11].

Справді, зі сказаним (бодай частково) важко не погодитися. Уже сам факт, що перед випусками спортивних новин регулярно вміщують рекламу хай і вітчизняного, та все ж горілчаного брэнда, викликає подив, розчарування. Адже подібна практика в жодний спосіб не співвідноситься з пропагандою здорового способу життя. Власне ж випуски новин постають переважно не системними, чітко продуманими програмними продуктами, а спонтанними наборами не завжди першочергової ваги подій і фактів. До такого висновку спонукають і результати аналізу сумарно 70 випусків новин протягом 9 місяців. Цей аналіз за вказаний період

демонструє схожі тенденції стосовно подачі новин за видами спорту. Зокрема якщо взяти практику телеканалу ICTV, то він висвітлює події з таких видів спорту: футболу – 60 відсотків, хокею – 12, тенісу – 11, баскетболу – 6, інших семи видів разом (боксу, триатлону, пауерліфтингу, велоспорту, плавання, кульової стрільби, легкої атлетики) – 11 відсотків. На телеканалі «Україна» отримано приблизно такі ж дані. На футбол припало 66 відсотків усіх повідомлень, на теніс – 11, баскетбол – 10, хокей – 7 і сім видів сукупно (плавання, бокс, гольф, пляжний футбол, міні-футбол, гандбол і велоспорт) – 16 відсотків. Звичайно, можна говорити про певний збіг і умовність приведеної статистики, але тенденції очевидні. Телеканали, по-перше, віддають тотальну перевагу футболу, а по-друге, так званим комерційним видам спорту загалом (крім, вищезазначеного, ще баскетболу, тенісу та хокею). І це при тому, що в Україні культивується майже 150 видів, не рахуючи для осіб із вадами слуху, зору, опорно-рухового апарату та розумового розвитку [9]. Особливо недостатньо висвітлюються неолімпійські, спортивно-технічні, прикладні види спорту та інваспорт (спорт людей з обмеженими фізичними можливостями).

Як зазначалося, особливо помітним є засилля футбольної тематики, але навіть на цьому фоні її в основному презентують сюжети, пов'язані зі сферою великих досягнень. Отже, мова про ще одну особливість спортивної політики телеканалів. Вони, знову слід наголосити, продукують 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 і тренерів, збірні країни. Водночас майже відсутні сюжети на теми дитячо-юнацького спорту, діяльності ветеранів, славного минулого тощо. Крім того, спортивні огляди доволі часто підмінюються власне футбольними підбірками. Особливо ними виділяється телеканал «Україна». У випуску за 1 лютого 2010 року із шести представлених сюжетів п'ять присвячені футболу. Повністю футбольними виявилися новини 12 (це в п'яти повідомленнях!), 19, 26 листопада, 8 грудня 2009 р., 5 та 10 лютого 2010 року... І жодного слова про зимові види й тим більше про Олімпіаду у Ванкувері, яка 12 лютого стартувала в Канаді. Суто футбольні випуски неодноразово мали місце й на каналі ICTV, зокрема за 11, 19, 27 листопада, 9 грудня 2009 р. Перелік можна продовжувати й далі.

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. Надто дивує позиція телеканалу «Україна», який, здавалося б, виходячи із самої назви, повинен робити пріоритетом новини, пов'язані з цариною вітчизняної фізкультурно-спортивної галузі. Сказане достатньо підтверджує, зокрема, випуск за 17 листопада 2009 р.: на чотири повідомлення – три про міжнародні події, не пов'язані з нашою країною. Так, до сюжету про футбольний матч збірних України та Греції додалися новини про

чемпіонат світу з пляжного футболу, про результати чергового туру в баскетбольній лізі НБА та про підсумки матчів у Кубку Стенлі в такій же заокеанській, але вже хокейній лізі НХЛ. Вісті з пляжного футбольного чемпіонату світу ще, принаймні якимось чином, заслуговують на окрему увагу. І зовсім важко повірити в те, що більшість спортивної України системно цікавить, як «Орlando» здолало «Шарлот», а «качки» закинули чергову шайбу своєму супернику. Невідомо чому потрібно перенасичувати глядацьку аудиторію й футбольними повідомленнями на зразок поразки «Атлетіка» (Більбао) в 1/8 фіналу Кубка Іспанії («Україна», 12 листопада 2009 р.), підготовки збірної Аргентини до товариського поєдинку з Ямаїкою (телеканал ICTV, 12 лютого 2010 р.) та іншими подібними інформаціями. Тим більше, що, скажімо, на телеканалі «Україна» щотижня виходить спеціальна й фахова підсумкова програма «Футбольний уїк-енд», а на ICTV створили «Третій тайм» та «Інший футбол».

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 тайський бокс, телеканали не пропагують національних види єдиноборств, такі як бойовий гопак, спас, хортинг. Відповідно утверджується дух бойових традицій далекого зарубіжжя, патріотично налаштована молодь втрачає необхідні спортивні 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.

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

Помітним є ще той факт, що ICTV із сюжетів на теми вітчизняного спорту віддає перевагу ігровим видам, матчі яких проходять у столиці, а «Україна» – поєдинкам елітних команд, клубів із представників Донбасу. Так само редакторам, ведучим, кореспондентам спортивно-новинних випусків потрібно чимало працювати над загальною драматургією випусків, удалою їх режисурою. Як справедливо зазначає В.Мула, «висвітлення тієї чи іншої новини – це як смачно приготовлена страва. Але самого приготування мало, потрібно ще вміти красиво її подати! Щось на кшталт цього відбувається з відповідною новиною» [6]. Збагатили б випуски но-

вин стенсади 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 вирашними. На думку М. Стівенса, «важливі висловлювання важливіші, ніж дотримання формального розкладу» [12, 329]. Як показує практика, особливо доречно поява в кадрі гравців, тренерів 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 вирашною є ставка на різні форми подачі матеріалів. Вище зазначалося, що провідне місце у випусках спортивних новин посідають відеозаїмки й огляди. Однак варто ефективніше застосовувати систему різних видів усних повідомлень – хронікальних, розширених, коментованих [2, 70]. Спортивні журналісти практично ігнорують репортаж із місця події. Та й у цілому можливості репортажу враховано недостатньо мірою. 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 тощо).

Дотримуючись принципу доцільності, жанрову палітру збагатили б також інші форми подачі матеріалів, серед них бліц-інтерв'ю, невеликі коментарі, відеозвіти тощо. Кожен із них виконує певну провідну функцію: створює ефект наочності, дає можливість проаналізувати причини певного явища або коротко передати суть виступів. У такому разі, можливо, дещо збільшиться загальний хронометраж випусків, але на їх динаміці це суттєво не позначилося б. Крім того, новини не повинні зводитися тільки до чийось поразок чи програшів. Услід за В. Куликом доречно наголосити: «...детального вивчення й узагальнення потребують не лише результати, що досягнуті спортсменами, а й ті процеси, які цьому сприяли чи передували» [4, 6]. Такий підхід також урізноманітнить би створення випусків інформаційних продуктів, збагатив би їх елементами аналітики, глибшим осмисленням. Відповідно урізноманітнення зазнає загальний формально-змістовий портрет спортивних блоків.

Література

1. Булатова М. М. Енциклопедія олімпійського спорту в запитаннях і відповідях / М. М. Булатова. – К.: Олімпійська література, 2009. – 400 с.
2. Дмитровський З. С. Телевізійна журналістика: Навч. посіб. – Вид. 3-тє, доповн. / З. С. Дмитровський. – Львів: ПАІС, 2009. – 224 с.
3. Житарюк М. Г. Великий спорт і мас-медіа. Текст лекцій: Навчально-методичний посібник / Мар'ян Житарюк. – Львів: Світ, 1997. – 84 с.
4. Кулик В. В. Олімпійський у серцях вогонь. Історія виникнення та становлення НОК України / Володимир Кулик. – К.: МП «Леся», 2008. – 308 с.
5. Михайлов С. А., Мостов А. Г. Спортивная журналистика. Учебное пособие / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 224 с.

Отже, на основі здійсненого аналізу, з одного боку, є підстави стверджувати, що телеканали ICTV та «Україна», на відміну від ряду деяких інших центральних телеканалів, регулярно висвітлюють спорт у прайм-таймовий час. Про це, зокрема, свідчать відповідні блоки новин у вечірніх інформаційних програмах «События» і «Факти». Підібраний матеріал за хронометражем у цілому є невеликим, із кількома сюжетами, однак вони відзначаються інформаційною насиченістю, оперативністю та відносною актуальністю. При цьому журналісти широко використовують такі жанри, як відеозаїмка, огляд.

Загалом досліджені засоби масової інформації здійснюють певний вагомий внесок у пропаганду спорту, здорового способу життя. Та слід вимогливіше підходити до створення випусків спеціалізованих новин. Доречним було б їх розширити до 5 – 6 хвилин, щоб охоплювати більше тем і видів спорту. Оскільки телеканали перевагу віддають так званім комерційним видам, а надто футболу (на який припадає понад 50 відсотків усього ефірного часу), то особливо повніше слід висвітлювати інші олімпійські види, а також види з неолімпійської програми, спортивно-технічні, прикладні види спорту та види спорту для осіб з особливими потребами.

Ефективніше варто використовувати сенсації, синхрони, різні види жанрів (передусім бліц-інтерв'ю, коментар, репортаж, звіт), ретельніше стежити за тим, щоб випуски новин не тільки наповнювалися результатами змагань, а й створювали справжню, повнокровну картину спортивного дня в країні та світі. Потреби аудиторії диктують більше подавати інформації, орієнтованої саме на українських телеглядачів, і не тільки про найпопулярніші види спорту, а й про ті, які менше відомі, проте в них вітчизняні атлети здобувають високі місця. Дотримуючись збалансованості в подачі тем, жанрів, видів спорту, їх географічного охоплення (країна – світ), спираючись, у першу чергу, на запити аудиторії, національні традиції та спрямування в спорті, можна суттєво поліпшити якість випусків новин.

Як свідчить діяльність українських телеканалів, багато в чому висвітлення спорту залежить ще й від спонсорської підтримки. Утім поєднання його з рекламою вимагає зваженого етичного підходу. Також у плані спортивних трансляцій телеканали повинні сміливіше виявляти ініціативу, спрямовану на врахування потреб суспільства. Головне – мати бажання, перейматися не лише комерційною вигодою, а й глядацькими симпатіями, державними інтересами.

6. Мула В. Телебачення без спорту: а що далі? / Володимир Мула // <http://teleprostir.com/blogs/mula/322-2009-07-10-00-43-15>.
7. Олімпіада-2010 в цифрах // <http://prosport.tsn.ua/sport/olimpiada-2010-v-tsifrah.html>
8. О нас // <http://kanalukraina.tv/about/>.
9. Про перелік видів спорту, що визнані в Україні / Наказ Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України № 261 від 07.02.2001 // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0155-01>.
10. Про ICTV // <http://www.ictv.ua/channel/about/>.
11. Самченко В. Від «Мегаспорту» до «Ігор» – кілька місяців / Валентина Самченко // <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2009-10-30/48933>.
12. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н. Єгоровець / Мітчел Стівенс. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Тарасюк Володимир Юрійович – кандидат філол. наук, доцент кафедри журналістики УжНУ.