

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОЇ ПРЕСИ В УКРАЇНІ

ІВАН ПАРІЙЧУК

Львівський державний інститут фізичної культури

Популяризація досягнень фізичної культури і спорту через засоби масової інформації – основа популярності фізичних вправ, інтересу й підвищення результатів у багатьох видах спорту (В.Г. Осінчук, Ж.В. Кудрявцева, Віноградов П.О. та ін.). Завдяки зображувально-слуховій привабливості та доступності істотно впливають на свідомість пересічних споживачів телебачення, радіо, сучасні комп'ютерні технології. Якщо в 60-80-х роках ХХ століття електронні засоби масової інформації виконували функцію інформатора та популяризатора масових спортивних заходів [1] то наприкінці 80-х років внаслідок науково-технічних досягнень кардинально змінились функціональні обов'язки електронних засобів масової інформації. Тепер вони стали не тільки передавачами спортивної інформації та популяризаторами окремих видів спорту, але й організаторами проведення масових спортивних змагань. Тобто, електронні засоби масової інформації впливають на думку кожного громадянина, формують його смаки щодо привабливості того чи іншого виду спорту, виходячи здебільшого з комерційних інтересів спортивних проєктів, не цікавлячись думкою споживача.

На відміну від телебачення, радіо та комп'ютерної мережі, друковані засоби масової інформації, тобто, газети й журнали залишилися на традиційній основі, яка визначається схемою: читач – газета (журнал). Ця схема роботи друкованого видання ставить споживача інформації на перший план. Читач стає об'єктом одержання якісної інформації. І чим якісніша інформація, чим привабливіше видання, тим більші його тиражі, які визначають рівень професійності працівників спеціалізованої спортивної газети чи журналу.

У представлений роботі ми поставили собі за мету проаналізувати особливості розвитку провідних в Україні засобів масової інформації спортивного напрямку за останні кілька років. Саме цей період відзначається спеціалістами як період активного формування спортивної преси нашої країни.

Основними методами дослідження стали: вивчення й аналіз наукової літератури з проблематики розвитку спортивної періодики та узагальнення досвіду сучасної практики, проведення контент-аналізу, опитування та інтерв'ювання, порівняльний аналіз.

У ході дослідження було проведено інтерв'ювання представників редакційних колегій та проаналізовано зміст, структуру й тиражі таких українських спортивних видань: “Команда”, “Український футбол”, “Спортивна газета”, “Футбол”, “Команда +”, “Олімпійська арена”, “Шкіпер”.

Аналізуючи перелік “Каталогу видань України на 2001 рік”, вважаємо, що тільки чотири газети і три журнали можуть претендувати на роль загальноукраїнських спортивних видань. Зокрема, це газети: “Команда”, “Український футбол”, “Спортивна газета” й журнали “Футбол” та журнали: “Команда +” (додаток до однойменної газети), “Олімпійська арена” та “Шкіпер”. Як бачимо, вибір спеціалізованої спортивної друкованої продукції не настільки великий як для держави з п'ятдесятимільйонним населенням. До суб'єктів нашого дослідження не потрапило кілька спеціалізованих видань на кшталт “Наука в олімпійському спорті”, “Стадіон-Олімпік”, “Теорія і методика фізичного виховання”, “Українська важка атлетика”, “Автоспорт” й т.п., які не зареєстровані для підписки через Укрпошту.

Але, виходячи з того, що періодичність спортивних журналів – один раз на місяць і газет, в силу об'єктивних причин, не можуть істотно впливати на формування громадської думки щодо популярності того чи іншого виду спорту, зупинимось на виданнях, частота виходу яких 4-5 разів у тиждень, тобто, спортивних газетах.

Одним із критеріїв ефективності праці редколегій, фаховості й рівня видання є його річні накладі. Чим більший наклад, тим популярніше видання. Виходячи з цього, пропонуємо прослідкувати динаміку росту тиражів українських спортивних видань за останні п'ять років (табл. 1).

Таблиця 1

Показники тиражності українських спортивних видань 1997 – 2001 років

№ п/п	Назва видання	Мова	Період. в тиждень	Кільк. Полос	Роки / Тираж (тис.)				
					1997	1998	1999	2000	2001
1.	“Команда”	рос	5 разів	16	82.73 4	100.30 0	105.72 8	105.72 8, вівторок 121.00 0	105.72 8, вівторок 121.00 0
2.	“Український футбол”	укр.	4 рази	8, вівт. 12	55.50 8	64.709	74.400	77.434	78.036
3.	“Футбол”	рос	1 раз	36 – 50	20.00 0	25.000 35.000	35.000 40.000	55.000 60.800	55.800
4.	“Спортивна газета”	укр.	4 рази	8	20.34 5	28.515	44.508	21.569	21.569

Проаналізувавши накладі українських спортивних видань, поданих у даній таблиці, можна зробити висновок про те, що найбільшою популярністю користується російськомовна газета “Команда”. Її тираж за останні п'ять років зріс більше ніж на 20 тисяч примірників, і це при тому, що в період 1999-2001 років кількість читачів залишається незмінною – 105.728 тисяч у всі дні крім вівторка, а у вівторок – 121 тисяча. У даному випадку стабільність – показник професійності колективу редакції.

Тижневик “Футбол”, також російськомовне видання, до закінчення 1997 року виходив в Україні як додаток до московського видання “Футбол-хоккей”, а з вересня 1997 року, зі зміною колективу редакції, почав друкуватися як український тижневик. Характерною особливістю цього видання є стабільне збільшення тиражу кожні 6 місяців на 5 тисяч і доведення загального показника рейтингу популярності від 20 майже до 60 тисяч.

В останні роки на тлі потужного поступу російськомовних спортивних видань в нашій державі, україномовні “Спортивна газета” та “Український футбол” виглядають дуже блідо. Особливо це стосується “Спортивної газети” – найстарішого українського спортивного видання, перше число якого вийшло у світ 18 квітня 1934 року. З таблиці видно коливання тиражу в межах 20-28 тисяч, і тільки 1999 рік, коли тираж піднявся до 44.508 тисяч примірників, став “зірковим” для колективу редакції. Проте, вже наступна підписна кампанія розставила все на місце. Тобто, як різко піднялося зацікавлення читачів до газети, так різко й впало. Це говорить про те, що “Спортивна газета” не виправдала сподівань читачів через дві причини: брак кваліфікованих фахівців і низьку оперативність інформування.

Сьогодні для успішної праці необхідно не тільки добре технічне забезпечення колективу редакції, але, в першу чергу, сильна кореспондентська мережа на місцях тиражування газети в кожній області України. Коли читач матиме змогу отримати інформацію про подію з газети через кілька годин, а не через день чи два, тільки тоді газета зможе стати популярною. Позитивним моментом “Спортивної газети” є те, що вона

звужує свою тематику до окремих видів спорту, а намагається подавати на шпальтах різноманітну інформацію про всі спортивні події.

Єдиним спортивним україномовним виданням, яке має доволі стабільний і солідний наклад, залишається газета “Український футбол”. Це говорить про певну заангажованість суспільства на ігрових видах спорту, зокрема, футболі. Адже і російськомовні газети “Команда” та “Футбол” також спеціалізуються тільки у висвітленні цього виду спорту. Завдяки конкуренції на футбольному інформаційному просторі ці видання намагаються вдосконалюватися, постійно бути в пошуку нових форм подачі матеріалів, розширювати діапазон своїх інтересів, поліпшувати поліграфію тощо. На підтвердження цих висновків проаналізуємо півторамісячне видання (№ 1-23 за 2001 рік) газети “Український футбол”.

Газету засновано в березні 1991 року як спортивний додаток до незалежної загальнополітичної газети “Молодь України”. Виходить тричі на тиждень 8-ми полосами і один раз, у вівторок, на 12-ти полосах. Це пояснюється тим, що за вихідні дні відбувається багато різноманітних футбольних подій, зокрема, проходять чергові тури національних чемпіонатів європейських країн. Загальний тираж – 78.036 тисяч примірників.

Проаналізувавши “Український футбол” за кілька останніх років, а особливо ретельно початок 2001 року, ми прийшли до висновку, що газета приваблює читача, в першу чергу, різноманітністю матеріалів, різноманітністю подачі футбольної інформації і, що особливо позитивно, прив’язкою до місцевих подій та розгорнутою підсумковою характеристикою футбольних турів європейських держав.

У таблиці 2 подано інформацію про рубрики, під якими в “Українському футболі” публікуються матеріали, їх розміщення на різних полосах.

Таблиця 2

Рубрикація матеріалів газети “український футбол” у 2001 році (числа 1- 23)

№ п/п	Рубрики	Полоса	Кількість матеріалів	Полоса	Кількість матеріалів
1	“Відверто”	1	7	2-5	3
2	“Сенсація”	1	4	-	-
3	“Подія”	1	5	2-5	2
4	“Актуально”	1	6	2-5	3
5	“Призначення”	1	2	-	-
6	“Коли верстався номер”	1	1	2-5	1
7	“З чуток і насправді”	1	7	-	-
8	“Міграція”	1	2	2-5	1
9	“З перших уст”	1	8	2-5	26
10	“Офіційно”	1	5	2-5	3
11	“У таборі суперників”	1	3	-	-
12	“Гра в особах”	-	-	2-5	12
13	“Гра в регіонах”	-	-	2-5	5
14	“Грають юні”	1	2	2-5	1
15	“Наші за кордоном”	1	2	-	-
16	“Ексклюзив”	-	-	2-5	3
17	“Ювіляр”	-	-	2-5	2

В таблиці ми подали тільки 17 основних рубрик, які використовуються на 1-5 полосах, де друкуються редакційні матеріали. Крім них є ще ціла низка рубрик, які за півторамісячний період зустрічалися один-два рази. Зокрема, до таких можна віднести рубрики “До речі”, “Скандали”, “Придбання”, “Соціологічне дослідження”, “Ситуація”, “Закордон”, “Архів”. Як бачимо, назви рубрик доволі красномовні, можна легко здогадатися

про що матеріал.

Характерною особливістю розміщення матеріалів під тією чи іншою рубрикою на полосах є те, що кожна рубрика має певне розташування в газеті. Наприклад, рубрики “Сенсація”, “Призначення”, “З чуток і насправді”, “У таборі суперників”, “Наші за кордоном” розміщуються тільки на першій полосі, а такі як “Відверто”, “Подія”, “Актуально”, хоча й зустрічаються на інших полосах крім першої, проте надзвичайно рідко. А ось рубрики “Гра в особах”, “Гра в регіоні”, “Ювіляр”, “Ексклюзив” та деякі інші ніколи не потрапляють на першу полосу. Їх місце – 2-5 полоси. Досить цікавою є рубрика “З перших уст”, яку на першій полосі зустрічаємо 8 разів, в той час як на інших, з 2 до 5 – 26 разів.

Крім рубрик, в газеті “Український футбол” використовуються, так звані, “шапки”. Кожна полоса (сторінка) має свою. Наприклад, 2-3 полоси в період міжсезоння виходять під загальною “шапкою” “У антракті. Вища ліга”. Тут можна ознайомитись з підготовкою до нового сезону футбольних команд вищої ліги української першості. Основні теми: зміна тренерів, перехід гравців з команди в команду, товариські тренувальні зустрічі. Інформація подається, в середньому, про 8-10 команд з 14. Четверта полоса виходить під “шапкою” “У антракті. Перша ліга”. Тут також, як і у першому випадку, подається інформація про тренувальний процес футбольних команд першої ліги. Ідентично до 2-4 полос, на п'ятій полосі йде інформація про команди другої ліги української першості.

На наступних полосах – 6-8, чи як у вівторковому номері, 6-12, використовуються матеріали зарубіжних інформаційних агентств, передруки цікавих матеріалів про перебіг футбольних чемпіонатів європейських ліг та інтерв'ю з футбольними «зірками». Зокрема, на 6 полосі подається інформація про чемпіонат Італії, чи рідше чемпіонат Франції. На 7 полосі друкуються матеріали під загальною рубрикою «Національні турніри». Переважно, читачі інформуються щодо подій на футбольних полях Німеччини, Іспанії, Голландії, Бельгії та інших європейських країн. Рубрикою «На світових меридіанах» закінчується восьма полоса. В основному, це інформація про неординарні події на футбольні теми зі всіх куточків землі. Крім того, на восьмій полосі можна зустріти статистичні матеріали під рубрикою «Рейтинг ФІФА» чи “Соціологічні дослідження” та інші.

Вівторкові, дванадцятиполосні номери “Українського футболу” збільшують інформаційну насиченість своїх випусків через виділення полос під звіт окремих чемпіонатів. Наприклад, 8 полоса присвячується чемпіонату Англії, 9 полоса – чемпіонату Іспанії, 10 полоса – чемпіонату Німеччини. Інформація подається не тільки з першої бундеслиги, а й з другої. 11 полоса – чемпіонат Франції, Голландії та інших центральноєвропейських футбольних чемпіонатів. На 12 полосі, переважно друкуються інтерв'ю з футбольними “зірками” світового рівня.

Таким чином, проаналізувавши окремі аспекти діяльності редакцій спеціалізованих спортивних періодичних видань України щодо популяризації досягнень фізичної культури і спорту, приходимо до висновку, що, в основному на шпальтах газет висвітлюються події з ігрових видів спорту, зокрема, футболі. Відсутні аналітичні матеріали щодо стану розвитку інших спорту, переважає поверхове інформування замість глибокого аналізу подій. Практично не зустрічаються матеріали щодо розвитку масової фізичної культури, оздоровчо-туристичної діяльності тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Веселов В.Ф. Социально-педагогические аспекты повышения эффективности пропаганды физической культуры и спорта: Автореф. дис... канд.пед.наук: / ВНИИФК. – Москва, 1991. – 35 с.
2. Каталог видань України 2001 рік. – Київ: Преса. – 144 с.

3. Кудрявцева Ж.В. Влияние средств массовой информации на формирование отношения к спорту как социальной ценности: Автореф. дис... канд.пед.наук: / ВНИИФК. – Москва, 1992. – 16 с.
4. Осинчук В.Г. Эффективность воздействия общественного мнения на развитие массовой физической культуры и спорта: Автореф. дис... канд.пед.наук: 13.00.04 – Москва, 1993. – 19 с.

PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF SPORTING PRESS IN UKRAINE

IVAN PARIYTCHUK

L'viv Institute of Physical Culture

This paper is devoted to analysis and structures the most popular Ukrainian Sporting publishing of the last five years (1997-2001). The problems of sport mass physical culture, and recreational-tourist activities are not quite discussed.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІЗИЧНОГО СТАТУСУ СТУДЕНТІВ

А.Н.ПЕРЕХРЕСТ

*Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов
імені Н.Крупської*

При величезній кількості досліджень присвячених проблемі підвищення кондицій студентів, в цих роботах відсутня методологічна база для розробки оптимальних програм корекції їх фізичного стану. У зв'язку з цим, мета досліджень полягала в розробці оптимальної системи управління фізичним станом студентів. Для досягнення мети виступали наступні завдання:

1. Вивчалися структура і рівні фізичного стану студентів;
2. Визначався кумулятивний ефект сполучувального впливу різних ергофізіологічних режимів на фізичний статус студентів.

Для вирішення поставлених завдань 283 студентам та 418 студенткам реєстрували показники аеробно-анаеробної продуктивності, антропометричного статусу, стани респіраторної системи, нервово-м'язевого апарату і швидкісно-координаційної підготовленості. Фактичний матеріал оброблявся за допомогою факторного аналізу.

В результаті досліджень було встановлено, що структуру вихідного (початкового) фізичного стану студентів визначають чотири фактори. Питома вага цих факторів для фізичного стану мужчин (жінок) відрізняється. Фактор антропометричного статусу складає відповідно 26,0 (41,4); швидкісно-силової підготовленості - 25,0 (2,1); енергетичного статусу - 15,2 (21,9); гіпоксії - 6,9% (5,5%).

Рівні змінних, які характеризують ці фактори, також є неоднозначні. У мужчин, які мають середній фізичний розвиток, задовільну швидкісно-силову підготовленість і стійкість до гіпоксії, енергетичний потенціал є знижений, що детермінується недосконалістю режимів анаеробно-аеробної продуктивності.

Відносно високий і середній рівні динамічної сили і силової витривалості ніг у жінок пов'язані з середнім фізичним розвитком, низьким енергетичним потенціалом, силовою витривалістю м'язів живота і рук, а також швидкісно-координаційною підготовкою. Для вирішення другого завдання вивчався кумулятивний ефект різних за енергофізіологічною структурою, але однакою за обсягом тренувальних програм. Встановлено, що з чотирьох запропонованих програм найбільш оптимальною для мужчин та жінок є програма, яка включає розподіл матеріалу в наступному порядку і обсязі: вправи на розвиток