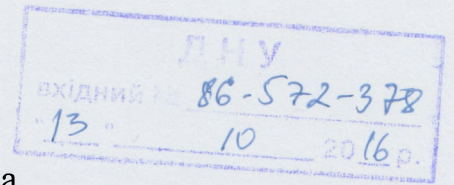


ВІДГУК



на дисертацію А. В. Гусева
«Історія та функціонально-типологічні особливості
спортивної медіакомунікації»,
представлену на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій
за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики

Тема запропонованої кандидатської дисертації є актуальною, важливою, затребуваною і серед дослідників журналістознавства, і в чисельній когорті практикуючих медійників, які спеціалізуються на спортивній тематиці. Автор поставив перед собою цілу низку складних, малодосліджених, неоднозначно трактованих проблем, частину з яких окреслив та впровадив у сучасну науку про соціальні комунікації, іншу – не без успіху проаналізував, окреслив та узагальнив.

Визначена тема вимагає постійного, комплексного та системного осмислення на кожному новому етапі розвитку спорту та широкої його інфраструктури і паралельно – прогресу в медіасфері. Зокрема, як слушно зауважує і аргументовано доводить автор, нові медіа та соціальні платформи вивели на новий, набагато вищий рівень медіакомунікацію на спортивну тематику, розширили, частково удосконалили її і дещо навіть збагатили.

Беручи до уваги, що нові медіа й надалі інтенсивно розвиваються, а для молодого покоління реципієнтів інформаційні Інтернет-ресурси є чи не єдиним безальтернативним джерелом інформації, то спортивна тематика в окресленій перспективі у нових медіях матиме якнайповніший розвиток.

Важливість теми дисертаційного дослідження зумовлена ще й тим фактором, що і масовий, і професійний спорт на різних етапах розвитку, становлення й утвердження держави відіграє в ній особливу роль, виконує на перший погляд невластиві функції. На Олімпійських іграх в Берліні 1936 року нацистський режим Німеччини через перемоги своїх спортсменів намагався продемонструвати велич, могутність та потенціал країни, що за короткий період правління "біснுவатого" фюрера зуміла відновитись, укріпитись і почала реально загрожувати багатьом країнам світу.

У післявоєнний період, зокрема на Олімпійських іграх 1956 року в Мельбурні, вже лідери Радянського Союзу поставили перед спортсменами завдання досягти перемоги, щоб продемонструвати світові велич найбільшої імперії минулого століття. Нині цю тенденцію підхопили лідери КНР. А зимова сочинська олімпіада – режисурою урочистого відкриття та помпезного закриття, допінговим скандалом, до якого були залучені чиновники міністерського рівня та працівники спецслужб, є лише черговим підтвердженням тези, що політичні лідери тоталітарних країн минулого та авторитетних країн сучасності трактують спорт як фактор свого утвердження й самореалізації, могутності держави, якою їм випала доля керувати.

Особливу роль спорту, змагань планетарного, чи континентального, рівня образно сформулював Володимир Демченко, назвавши свою науково-популярну статтю, надруковану у фаховому журналі "Медіакритика", так: "Євро-2012 як колективний агітатор, пропагандист та організатор". А Ігор Циганик, автор та ведучий рейтингової телевізійної передачі "Про футбол", стверджує, що сучасний український футбол відіграє не лише консолідуючу, але й мобілізуючу функцію.

За формою, обсягом та структурою дисертаційне дослідження Андрія Гусева повністю відповідає вимогам. У вступі обґрунтовано доцільність, важливість та актуальність дослідження, зазначено зв'язок дисертаційної роботи з науковими програмами, планами та темами; сформульовано мету та визначено основні завдання, перше з яких викладено у такій редакції: "розглянути основні концептуальні напрямки теорії мас-медіа в аспекті проблематики дослідження" (с. 4), з чого, вочевидь, випливає, що цих концептуальних напрямів теорії має бути декілька. Тож, проситиму автора озвучити та охарактеризувати їх.

У вступі також визначено об'єкт дослідження, яким є "інформаційний простір і система засобів масової комунікації, пов'язаних із висвітленням спортивних подій", і зазначено хронологічні рамки дослідження – період від формування спортивної преси (кінець XIX століття) і до сучасного етапу

розвитку різноманітних засобів масової комунікації". І об'єкт дослідження, і його хронологічні рамки надмірно широкі. Цілком визнаючи право пошукувача на визначення їх в окреслених параметрах, все-таки дозволимо собі зазначити, що фокусування наукового пошуку на українському інформаційному просторі та глибший аналіз сучасного стану й особливостей спортивної медіакомунікації видається більш раціональним.

Окреслені методи дослідження не дають змоги досягти визначеної мети та основних завдань, тому до методів дослідження потрібно додати і загальнонаукові, і профільні методи досліджень соціальних комунікацій. У науковій новизні зазначено спочатку – "вперше простежуються", а згодом – "простежено". Таке формулювання наукової новизни є дещо некоректним.

У першому розділі **«Теоретичні та методологічні передумови дослідження спортивної медіакомунікації»** розглянуті численні зв'язки розвитку спорту та медіа. Проведено аналіз функціонування медіа у широкому соціокультурному контексті. «Спортивні ЗМІ, – слушно зазначає дисертант, – стали суттєво впливати на функціонування спорту. Ті кардинальні зміни, що призвели до виникнення постіндустріального (інформаційного) суспільства, звісно, знайшли відображення у взаємодії спорту і ЗМІ» (с. 44).

У другому розділі дисертації **«Історія спортивної комунікації та її роль у комерціалізації спорту»** відтворено еволюційний процес становлення й розвитку спортивної журналістики. Великий масив різноманітних джерел дав змогу дисертантові доволі детально дослідити, як спорт і фізична культура увійшли в життя людини, яку роль відігравали у різні періоди існування цивілізації, яке ставлення до них було в Античності, в Середні віки, у Новий час, у момент відродження Олімпійських ігор і аж до сьогодні.

У другому підрозділі А. В. Гусєв досліджує сучасне масове суспільство та місце в ньому спорту. Дисертант об'єднує сучасний спорт і масову культуру, що може викликати певні заперечення, проте він робить це доволі доказово, визначаючи спорт як масове видовище і, зокрема, зазначає: «Сучасний професійний спорт є і способом задоволення потреб суспільства, і складовим

елементом масової культури, “індустрією розваг”, яскравим видовищем» (с. 63). За спостереженнями А. В. Гусева, на початку минулого століття професійний спорт почав проникати в культуру, економіку, політику. Автор роботи вважає, що завдяки засобам масової інформації, професійний спорт набув найширшу аудиторію, і наголошує, що у зростанні видовищності спорту неабияка заслуга належить сучасним медіа, особливо телебаченню.

Здобувач вважає, що засоби масової комунікації сприяють більшій відкритості й публічності спортивної діяльності, а це підсилює соціокультурну значущість спорту. Водночас автор доводить, що професійний спорт іноді перетворюється на підприємництво і дає відчутний прибуток. Також у роботі сучасний спорт охарактеризовано як феномен масової культури, головними ознаками якого, власне, є комерціалізація, медійність, яскрава видовищність.

Дисертант зазначає, що різноманітні міжнародні змагання стають успішними комерційними проектами, і хоча реклама, піар та співпраця з провідними медіа не впливають безпосередньо на отримання прибутку, але вони формують відповідну громадську думку і збільшують кількість прихильників спорту, а водночас і рекламну аудиторію.

Найґрунтовнішим є третій розділ роботи, у якому проаналізовано спортивну тематику у сучасній друкованій пресі, на радіо, телебаченні і в електронних медіа. Автор дещо заглиблюється в історію, зазначаючи, що спортивна преса виникла у другій половині XIX століття в Європі, і на той час, по суті, забезпечила нові інформаційні потреби суспільства.

У роботі зазначено, що нинішні друковані видання мають електронні версії, що пов'язано з бурхливим розвитком Інтернету. Але й традиційні видання користуються попитом, особливо у старшого покоління. Автор роботи зазначає, що виникненню спеціалізованих спортивних видань великою мірою сприяв інтерес до спорту. «Спортивна преса не тільки висвітлює спортивні події, а й формує ціннісні орієнтири, популяризує спорт серед населення» (с. 121).

Про специфіку подачі спортивної інформації в цьому виді ЗМІ йдеться у другому підрозділі. Зокрема, тут зауважено, що інформація про спортивні події сьогодні представлена і на радіо, щоправда, не так широко, як у минулому. Автор зазначає, що в Україні суто спортивних радіопрограм майже немає.

Спортивний контент представлений переважно як інформаційні повідомлення у блоках новин. Перше в Україні спортивне Інтернет-радіо «СпортОбоз» «заговорило» 14 лютого 2013 року, але в умовах глобальної економічної кризи це радіо залишило ефір. Проте, на думку автора роботи, трансляції «через WEB-сайти стали новою бізнес-моделлю радіомовлення. Тож радіо, безумовно, має свої виразні ресурси, які надають можливість зробити його слухачів співучасниками актуальних спортивних подій» (с. 129).

Особливе місце у висвітленні спортивної тематики посідає телебачення. Воно є чи не основним для великої частини української аудиторії засобом задоволення інформаційних потреб. За останні роки кількість телепрограм розширилась, і серед них помітне місце займають саме спортивні передачі. Наприклад, на українському телебаченні найпопулярнішими спортивними шоу є «Про футбол» каналу 2+2 та «Великий футбол» каналу ТРК Україна; вони доволі схожі, хоча й мають свої власні особливості, які проаналізовано в роботі.

Автор слушно стверджує, що на початку ХХІ століття телебачення переживає трансформацію: розвиток комп'ютерних, супутникових, цифрових та інших технологій «дали змогу по-іншому поглянути на телетрансляцію і показ спортивних подій, що відкрило нові перспективи в розвитку відносин між спортом і телебаченням» (133).

Логічно завершує розділ висвітлення можливостей нових медіа. Автор акцентує увагу на тому, що нові медіа проникають в усі сфери життя людей і конкурують із іншими ЗМІ.

Деякі зауваження, що мають несистемний, епізодичний характер, все-таки вимагають додаткового пояснення та уточнення. Зокрема:

1. Розділ 1 має назву "Теоретичні та методологічні передумови дослідження спортивної медіакомунікації", а вже в першому реченні цього ж розділу зазначено "Теоретичні основи дослідження" (див. с. 9). То передумови чи основи дослідження?

2. На стор. 14 з посиланням на наукові авторитети зазначено, що "ЗМК в процесі реалізації економіко-соціологічних функцій визначають споживацьку поведінку..." Оскільки функції ЗМІ є визначеною науковою категорією, і розрізняють такі функції, як інформаційна, аналітична, просвітницька, виховна й інші, то або розкрийте зміст економіко-соціологічної функції ЗМК, або, якщо це авторський переклад, знайдіть більш вдалий варіант формулювання українською мовою.

3. Чи не доречніше назву параграфа 1.2 – "Огляд літератури, присвяченої спортивній медіакомунікації та питанням культурології спорту" викласти у такій редакції: "Історіографія спортивної медіакомунікації та культурології спорту".

4. На стор. 37 слушно зазначено, що "жанр похвали все ще не виник". Доцільно було б більш аргументовано заперечувати позицію Ю. Сазонової стосовно "жанру статті-презентації та похвали". Адже, жанр – це передусім форма викладу журналістського матеріалу, а похвала – це змістовне наповнення журналістської публікації. А отже, за аналогією, треба було б виділяти: звіт-похвала, репортаж-похвала, кореспонденція-похвала, огляд-похвала та ін.

5. На стор. 66 зазначено, що ЗМІ "є чи не найважливішою галуззю (!) промисловості вільного часу". Про яку "промисловість вільного часу" Ви стверджуєте?

6. На стор. 115 зазначено, що у журналі "Футбол" "інтерес представляють нариси з історії футболу. Так, нарис "Малобюджетний шедевр" розповідає про історію футбольного клубу "Вімблдон". Нарис – це журналістський жанр, в центрі уваги якого – людина. Розрізняють проблемний та подорожній різновиди нарисів. Історію футбольного клубу у формі нарису висвітлити практично неможливо.

Доречно також наголосити, що дисертаційне дослідження Андрія Гусева у деяких параграфах має інформаційно-статистичний ракурс, автор якого фрагментарно надмірно вдається до описового стилю викладу.

Однак, дисертаційне дослідження А. Гусева назагал є цілісним, комплексним, системним та завершеним. Автореферат і публікації достатньою мірою відображають основні положення та результати дослідження. Дисертація відповідає «Порядку присудження наукових ступенів та присвоєння вченого звання наукового співробітника» (Постанова Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р., № 567), а її автор, Андрій Вікторович Гусев, заслуговує на присудження йому наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики.

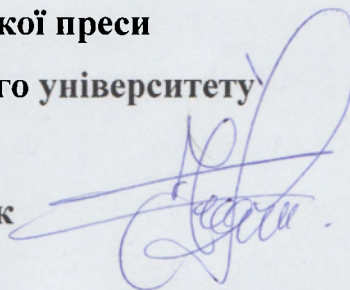
Офіційний опонент

Доцент кафедри української преси

Львівського національного університету

імені Івана Франка,

кандидат політичних наук



Паславський І. І.

Підпис доцента Паславського І. І. засвідчую.

Вчений секретар ЛНУ ім. Івана Франка



Грабовецька О. С.