

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

**В. І. Лукащук**  
**А. В. Зінюк**

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ  
СУЧАСНОГО СПОРТУ**

Монографія

Харків – 2015

УДК 316.74:796  
ББК 60.56  
Л 84

**Рецензенти:**

**Л. М. Хижняк** – доктор соціологічних наук, професор кафедри прикладної соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;  
**М. А. Лепський** – доктор філософських наук, професор, декан факультету соціології та управління Запорізького національного університету;  
**О. І. Горошко** – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри міжкультурної та ділової комунікації Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

*Затверджено до друку рішенням Вченої ради  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна  
(протокол № 11 від 25 листопада 2013 р.)*

**Лукашук В. І.**

Л 84      Засоби масової комунікації як фактор трансформації сучасного спорту :  
монографія / В. І. Лукашук, А. В. Зінюк. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. –  
140 с.

ISBN 978-966-285-216-5

У монографії аналізується вплив засобів масової комунікації на трансформацію сучасного спорту/ Сучасні ЗМК поступово стали не тільки інформаторами спортивних заходів, а справжніми їх «співавторами», під їх впливом однією з найважливіших ознак спорту стає його візуальний і репрезентативний характер, внаслідок чого спортивне змагання еволюціонує та вступає в симбіоз із шоу-бізнесом і відбувається девальвація спортивних цінностей. Розглядаються питання змісту і спрямованості вітчизняних ЗМК у висвітленні спортивних подій, їх якості, ролі у створенні стереотипів.

Монографія розрахована на фахівців у галузі соціології, філософії, а також може бути цікава викладачам, аспірантам та студентам вищих навчальних закладів.

**УДК 316.74:796**  
**ББК 60.56**

ISBN 978-966-285-216-5

© Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна, 2015  
© Лукашук В. І., Зінюк А. В., 2015  
© Літвінова О. О., макет обкладинки, 2015

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
РОЗДІЛ 1. Суспільство, мас-медіа та спорт: соціологічний аналіз взаємодії.....	6
1.1. Спорт як соціальний феномен: особливості розвитку.....	6
1.2. Вплив мас-медіа на суспільство: теоретичний аналіз концепцій.....	16
1.3. Висвітлення спорту в засобах масової інформації в різні періоди сучасної історії.....	27
РОЗДІЛ 2. Розвиток спорту під впливом засобів масової комунікації	46
2.1. Трансформація спорту під впливом засобів масової комунікації: від принципу змагальності до різновиду шоу-бізнесу.....	46
2.2. ЗМК та масовий спорт: можливості та протиріччя.....	56
2.3. Роль ЗМК у ідеологізації спорту.....	68
РОЗДІЛ 3. Особливості висвітлення спорту засобами масової комунікації в сучасному українському суспільстві.....	81
3.1. Зміст і спрямованість вітчизняних засобів масової комунікації у висвітленні спортивних подій.....	81
3.2. Якість спортивних телетрансляцій на українському телебаченні.....	95
3.3. Стереотипи у вітчизняних спортивних засобах масової комунікації та шляхи їх подолання.....	109
Післямова.....	121
Список використаних джерел.....	124